

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

УДК 81.276.3-053.6

*О.В. Библиева***МОЛОДЁЖНЫЙ СЛЕНГ КАК ФОРМА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ МОЛОДЁЖНОЙ КУЛЬТУРЫ
В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Рассматривается использование молодёжного сленга в различных средствах массовой информации как способ актуализации ценностей молодёжной субкультуры в современной системе коммуникаций. Анализ языкового своеобразия данной субкультуры позволяет фиксировать тенденции развития установок молодёжи, проследить динамику ее языковой картины.

На современном этапе развития культуры большое внимание уделяется исследованию молодёжи и явлениям, взаимосвязанным с ней. Ещё 20–25 лет назад, когда такое понятие в языке, как «молодёжный сленг», не было настолько широко распространено, нельзя было предположить, что оно завоеует средства массовой информации. Исследование молодёжного сленга в языке СМИ представляет собой важную задачу. Прежде всего это связано с тем, что СМИ в процессе передачи информации воздействуют на человека, его мышление, мировосприятие и на культурные отношения между людьми. Язык СМИ не всегда следует правилам и нормам литературного языка, здесь встречается употребление сленговых слов иногда осмысленное, иногда бессознательное. Так как аудитория, охватываемая СМИ, является значительной, то в массовом сознании закрепляются «оговорки» журналистов, политических деятелей, деятелей культуры и др. В то же время осмысленное употребление сленговых слов в СМИ связано со стремлением быть ближе к зрителю, читателю, слушателю. Так, чтобы все выступления были доступны массовой аудитории. Но иногда адресат воспринимает данные тексты как образец речевого этикета и в дальнейшем использует в своей речи.

Вследствие того что носители молодёжного сленга составляют многочисленную и социально активную часть структуры современного общества, сленгизмы проникают и в другие подсистемы русского языка, в частности в просторечие, устную разновидность литературного языка, публицистику. Молодёжь, используя в своей речи сленговые слова и выражения, становится главным носителем молодёжного сленга, тем самым она возводит сленг в составляющий элемент культуры.

Молодёжный сленг получил большое распространение не только в печатных средствах массовой информации, но и в электронных: на телевидении и в Интернете. Если раньше сленговые слова и выражения можно было встретить только в таких молодёжных изданиях, как, например, «Птюч» (молодёжный журнал), «Молодёжная газета», «Бумеранг», «Rock-Фуз» (СПб музыкальная газета), то теперь этими словами «пестрит» пресса, адресованная широкому кругу читателей различных возрастов; сленговые слова звучат по телевидению, а также употребляются в Интернете, особенно в молодёжных чатах и на молодёжных сайтах. «Образ сленга буквально захлестывает СМИ» [1. С. 46].

Что касается различных периодических изданий, то «скопление» лексики из молодёжного сленга происходит в таких рубриках, как: «Письма читателей», отзывы и критика на различные видеofilмы, книги, интервью с молодёжными лидерами, с различными знаменитостями – певцами, музыкантами, актёрами, политиками и т.д.

Молодые люди на страницах печатных СМИ очень интересно характеризуют сленг и его использование, сравнивая его с первоклассным коктейлем: «Короче говоря, хороший, не бьющий по ушам эксклюзивный язык (если угодно – жаргон) похож на показательный коктейль дипломированного бармена – в нем десятки ингредиентов, но они настолько виртуозно смешаны, что не разберёшь, где заканчивается одно и начинается другое» [2. С. 107].

Сленг очень быстро завоевывает язык прессы. Во многих материалах, где описывается жизнь молодых людей, их вкусы и интересы, кумиры, молодёжная мода и т.д., содержатся сленгизмы в большей или меньшей степени концентрации. Особенно печатные средства массовой информации – газеты и журналы – являются обширным источником сленга, они отражают быстро развивающееся и меняющееся состояние языка и культуры. Та сленговая лексика, которая распространена сегодня среди молодёжи, попадает в СМИ. Данные средства массовой информации представляют более полную картину молодёжного сленга, по которой можно судить о состоянии языка, следовательно, и о культуре, т.к. язык и культура взаимосвязаны.

Большую роль в появлении новых сленговых слов играют средства массовой информации или, как их принято называть, масс-медиа. Телевидение, например, даёт широкий спектр молодёжных программ, в которых по большей части происходит общение на молодёжном сленге. Сегодня существуют молодёжные каналы, молодёжь стала использовать телевидение для общения. Отношения молодёжи со средствами массовой информации носят двоякий характер. С одной стороны, СМИ оказывают на молодых людей негативное воздействие, а с другой – позитивное. Например, телевидение расширяет кругозор молодёжи о современной культуре, о сверстниках, живущих за границей. Очень часто телевидение само создаёт образ современной молодёжи и её субкультуры. Молодёжные сериалы, реклама, музыкальные программы, молодёжные проекты и различные ток-шоу – всё это заняло прочное место в телевизионных программах и ориентировано на

молодёжную субкультуру. Телевидение создаёт обобщенный образ молодых людей, ориентированных на ценности общей группы, не акцентируясь на том, является ли это «свежим дыханием» или «пивом».

Сегодня на музыкальных каналах «MTV» и «МузТВ» очень часто из уст ведущих можно услышать современный молодёжный сленг: круто (отлично, неординарно), отстой (неудача, невезение), беспонтово (странно, абсурдно), расколбас (веселье, активный отдых на дискотеке), продвинутый (человек, знающий что-то лучше других). В основном данная лексика используется для характеристики новых клипов и песен. Телевидение является мощным каналом распространения сленга, об этом свидетельствуют слова, заимствованные молодёжью из различных телепередач, реалити-шоу, молодёжных телесериалов. Сленговые слова и выражения можно встретить не только на молодёжных, но и на общественных телевизионных каналах, в различных развлекательных передачах.

Молодёжный сленг очень распространён в различной телевизионной и радиорекламе: «Не тормози, сникерсни!»; эти сленговые каламбуры затем используются в повседневной речи. В данном случае выражение может быть использовано для приглашения своих сверстников на обеденный перерыв. Широкое употребление молодёжного сленга в рекламе является успешной маркетинговой стратегией. Убедить покупать ту или иную продукцию легче, если это убеждение прозвучит на «родном» языке молодёжи, т.е. на молодёжном сленге. Всё чаще в речи можно услышать так называемые бриколажи: цитата из рекламы либо из фильма вставляется в собственное высказывание. В сочетании с молодёжным сленгом это звучит особенно привлекательно.

Широкое употребление молодёжной сленговой лексики характерно для большинства молодёжных телевизионных проектов, к которым относятся «Дом», «Голос», «Фабрика звёзд», «Народный артист». Участниками этих проектов являются молодые люди. Находясь в «своём» окружении (в окружении сверстников), они зачастую говорят именно на молодёжном сленге. Порой удивляет то, что молодёжь говорит на родном (русском) языке, который для окружающих не всегда понятен: «Пойдём завтра поколбасимся? – Да нет, я вчера так обколтелся, что всю ночь колеса глотал» (Канал RENTV: мол. т/с «Студенты-2» от 07.06.06 г.). В переводе на литературный язык эта фраза звучала бы следующим образом: «Пойдём завтра на дискотеку потанцуем? – Да нет, я вчера переел, что всю ночь пришлось пить таблетки».

Несмотря на огромное количество печатных СМИ, посвящённых молодёжи и содержащих ценности и символы молодёжной культуры, самыми популярными являются: «COOL», «OM» и журнал «Птюч». Такое небольшое количество молодёжных журналов связано с тем, что культура, в частности молодёжная субкультура, отдаёт предпочтение аудио-визуальным средствам массового общения. Печатные средства массовой информации уходят на второй план, и в качестве коммуникационных посредников выступают различные Интернет-сайты, чаты, телевизионные ток-шоу и т.д. Данные посредники являются «поставщиками» новейшего молодёжного стиля.

Рассмотрим наиболее яркие примеры использования молодёжного сленга, представленные на страницах журналов (значение слов в нормативном языке показано в скобках).

– «Слушай, чувак (молодой человек)! Тебя колбасит (весело проводить время на дискотеке) от рэпа, брейкбита, джангла, трип-хопа и остальных составляющих хип-хопа? Так что если тебе не в лом (не хочется), носи свои руки и ноги в сторону бумаги и пиши...». – «В Москве существует слегка позолоченная молодёжь, не имеющая отношения ни к художественным, ни к глянцевым, ни к банковским, ни к профессионально организованным тусовкам (компания, группа людей, объединённых общими интересами): просто тусовка, задачей членов которой является чисто прожигание (пустое времяпрепровождение) жизни». – «Не, ну просто сипец (о чём-то неодобрительно)!». – «В Тибете гораздо больше настоящего, сегодняшнего, ежедневного, где-то даже грязного, непонятного, неприятного, чем ты хочешь увидеть, иногда, это обламывает (доставляет неприятные эмоции)». – «Праздность – listening (прослушивание) – эта танцевальная культура растёт, как андеграунд (подполье, подземка), к мейнстриму (основное течение), к прямой бочке. Лучше, чтобы параллельно с большим танцполом был такой продвинутый (новомодный) чиллаут (бар или место где молодёжь выпивает и расслабляется), не только с бульканьем (спиртным), под которое хорошо валяться в коматозе (состояние сильного опьянения, тяжелого, дурманящего сна)» [3].

– «Вы потеряли тот сладостный новый стиль, утратили идею, хотя идея “Клубица, клубица и ещё раз клубица (активно участвовать в музыкальной клубной вечеринке)!” – радостная потеря...» – «Гаскают инструменты, потому что любят играть вживую, а не просто так колбаситься (весело проводить время) на сцене». – «У нас есть андеграунд (подполье). Или типа (как бы – слово-паразит) парень уже с другой, а меня всё ещё от боли плющит (состояние депрессии, плохое настроение)». – «При нехватке решительности дать конкретный ответ, мы всё чаще заключаем свою жизнь в кавычки и в разговоре употребляем словечко «типа» (как бы – слово-паразит)» [4].

– «Стас – крутой (заслуживающий одобрения) чувак (молодой человек)! Так держать!» – «Кажется, автор пытался вникнуть в суть вопроса, вспоминая сленг: “клубиться” и “клубберы” (молодёжь, регулярно посещающая ночные клубы)». – «Вся туса в осадке была (очень удивилась)! Клево (хорошо, прекрасно), я бы не додумалась!» – «С таким же успехом он мог бы попасть на другой какой-то лейбл (фирменная этикетка), т.е., в то время, когда наши ди-джеи (диск-жокей) искали днём с огнём джаззи-хаус (музыкальное направление), вы делали отличные треки (песня, музыкальное произведение) в этом стиле». – «Результат – выпуск на немецком лейбле CD концертного выступления. С каким западным лейблом (в данном случае – известная фирма) вы сотрудничали?» [5].

– «Перформанс (представление) сам по себе уже штука странная, что-то вроде теста на неадекватность». – «Помимо тусовщиков (любителей проводить время в какой-либо компании), по залу бродили дети». – «Все принарядились, сделали мэйк-ап (макияж), про-

рвались (прошли), изрядно помявшись на входе, поткались внутри, показались друг другу и разошлись». – «Получилось так, что десятки миллионов людей по всему миру так и общаются в андеграунде» [6].

Тот же самый молодёжный сленг, но в меньшем количестве встречается на страницах других (не всегда молодёжных) журналов. Авторы статей, обращенных к молодёжи, используют сленговые слова. Они играют этими словами, что придаёт их речи особую выразительность.

– «Это слово можно услышать в разговорной речи молодёжи: “Лохи (необразованные, ограниченные люди) для того и созданы, чтобы их грузили (лгать, обманывать кого-либо)”» [7. С. 56].

– «Высочили быки и кричат – ты нам тачку помял, чехли две штуки баксов! (Высочили сильные молодые люди и кричат – ты нам автомашину помял, отдавай две тысячи долларов!)» [8. С. 68].

Некоторые молодёжные Интернет-сайты пестрят сленговыми словами. Одни из них предлагают готовые варианты электронных словарей молодёжных сленгов, другие создают эти словари. На сайтах, ведущих сбор материала по молодёжному сленгу, каждый человек вправе оставить своё жаргонное слово или выражение. Таким образом, идёт постепенное пополнение электронных словарей молодёжного сленга. Большой интерес представляют молодёжные чаты. Существуют такие чаты, где молодые люди ведут рассуждение – является ли молодёжный сленг «живым» в настоящее время, или его не существует как такового. На одном из таких сайтов приводится пример типичного диалога между современными молодыми людьми:

– «Вчера такой прикольный кинчик пучили (интересный кинофильм смотрели)!

– Наверное, ахтунг (книги, анекдоты, в данном случае фильм, связанный с сексуальными меньшинствами, в нем. Achtung – внимание) какой-нибудь?

– Да нет, это ж вообще шило (неудача, неприятность) – с девушкой ахтунг (здесь фильм) смотреть!» [9].

На Интернет-сайтах можно найти форумы об отношении молодых людей к сленгу, такие страницы называются «О любви и ненависти». Речь на данных форумах идет о том, кто из молодёжи принимает сленг как нормальное современное языковое явление, а кто просто с ненавистью относится к данному явлению. Приведем несколько интересных примеров одного из таких Интернет-форумов. Сначала представим мнение людей, которые, по их словам, любят молодёжный сленг:

– сообщение от 19.05.01 от Mariya: «Потому что я на нем говорю, и мне это нравится. Потому что мои родители на меня за это гонят (упрекают). По-другому выражаться я, конечно, могу, но лучше так, как я говорю, как говорят мои друзья, молодёжь»;

– сообщение от 13.12.01 от Некто Л.: «Потому что я отношусь к категории молодежи и соответственно разговариваю на нём (на нём прикольное (весело, оригинально, с юмором) говорить, во всяком случае, лучше, чем когда ты ни фига (ничего) не понимаешь) P.S. А правил, блин (междометие – выражает досаду, раздражение, удивление), больше, чем вся информация!»;

– сообщение от 22.03.02 от «не имеет значения»: «Разговариваю на нем просто по привычке. Кстати, не

всегда. Это – часть моего стиля. А те, кто говорят на сленге не потому, что им это нравится, а потому, что это “круто” (отлично, очень хорошо), просто лохи (необразованные, ограниченные люди) »;

– сообщение от 02.10.01 от wildboy: «Люблю, но только настоящий, родившийся на улице, а не в гнилых мозгах MTV-шников (журналисты, работающие на канале MTV) и писак (журналистов) из газеты «Молоток». Сленг – это выражение поколения, это субкультура»;

– сообщение от 09.08.02 от Yulek40: «Хей, народ (обращение к сверстникам, собеседникам), что за чушь вы несете?! Мы все говорим на этом языке, да и не только молодежь, но и люди, которым далеко за 30!!! Например, мои предки (родители) только на этом языке и общаются!!!».

Теперь приведём примеры – сообщения людей, которые негативно относятся к молодёжному сленгу:

– сообщение от 24.03.01 от Cheers: «Он существовал всегда, но такое невероятное распространение получил, кажется, только в наше время. Применение всех этих словечек к месту и не к месту, несчастные детишки как будто родились со штампованными мозгами, не понимая своей никчемности, все пытаются казаться крутыми (преуспевающий, удачливый, респектабельный), модными. Бывает, конечно, что прицепится какое-то слово и незаметно проникает в твой лексикон, с этим еще можно бороться. Но когда порой слышишь, что весь и без того небольшой диалог подростков полностью состоит из сленговых выражений... отворачивайся, ей-богу»;

– сообщение от 25.07.01 от Winds: «Я не испытываю ненависти к молодёжному сленгу. Я просто его не люблю. Раз он существует, то имеет на это право, “в натуре” (действительно, в самом деле). Но порой коробит от всяких словоидов (слов), частенько проскакивающих на “лохвельте” (сленге) (пардон, мне тоже понравилось это слово). Для тех, кто меня не понял, перевожу: Короче, крутые пиплы! (в обращении к собеседникам, сверстникам) Кончай этот типа модный базар! (заканчивайте эти разговоры). Учите кайфовый (отличный, замечательный) русский язык, в натуре! Грамотно кропать – рулез! (писать правильно, придерживаясь правил). Сленг – сакс (очень плохо)! Словарь Ожегова – форэва (навсегда)!»;

– сообщение от 06.10.01 от Amria: «Потому что он тупой и бессмысленный. Когда малолетки начинают строить из себя крутых (казаться успешными, удачливыми) и засоряют речь всякими «йо» и «камон» (англ. come on – давай, вперёд), то мне просто хочется от таких речей сбежать подальше. Терпеть не могу, когда понтуются (притворяются, обманывают кого-либо)»;

– сообщение от 14.12.01 от Профессор: «Конечно, молодёжный сленг был, есть и будет, но я стараюсь его употреблять его как можно реже. А английские слова я вообще практически не употребляю (Ok, Yes!!!, M.F.)» [9].

Как видно из сообщений, отношение авторов к сленгу неоднозначно. Одни являются сторонниками сленга и готовы слушать его из уст других и употреблять в речи. Другие становятся яркими противниками, избегают употребления сленговых слов в речи и призывают других не использовать сленг, а говорить на нормативном русском

языке. Хотя в некоторых сообщениях авторов, ненавидящих или не любящих сленг, встречаются сленговые слова, и это несмотря на то, что автор выступает против употребления сленга. В сообщении от 09.08.02 от Yulek40 автор признает, что сленг является приоритетом не только для молодёжи, но и их «предков» (родителей).

В молодёжных Интернет чатах встречаются сообщения, состоящие только из одних сленговых слов.

«Какой финт закосячил (отмочил) тот чувак вчера на тусе. Ну это полный отпад! Я просто балдею. Теперь ему стрелку забили на сегодня. Интересно, пригашится или отмажется? А у тебя, колись, как дела?»

– Да беспонтово, братан, беспонтово... Вчера с предками (шнурками) такой рамс был. Приперлись с родительской тусовки. Так там эта овца, училка, что-то им наплела... Спрашивают, когда я все косяки исправлять буду. А ботать так не хочется...» [10].

Электронные СМИ представляют вниманию читателей сленговые «переделки» различных классических произведений, а также детских народных сказок. Примером тому может служить всем известная детская сказка «Колобок» в сленговом пересказе.

«Жили-были старик со старухой. В разе шуганул (однажды попросил) старый чувак (дед) свою клюшку (старуху), чтобы она ему хавчик сгоношила (поесть приготовила). Она стала быром кидать кости (быстро мести) по сусекам и амбарам. Выцепила (нашла, здесь – наскребла) муки и испекла колобок, оставила его на окне пухнуть (остывать). Но Колобок наколол

(обманул) старого чувака с клюшкой (деда с бабкой) и слинял (сбежал) с окна. Покатился он пешкодралом (пешком) по дорожке, и вдруг навстречу ему Заяц-лох (дилетант): “Эй, круглый (колобок), я тебя съем. – Че?! Ты меня?! Да я тебе нос по морде раскидаю (нос разобью)”. Заяц-лох резко смотался (дилетант быстро убежал). Колобок похлял (покатился) дальше. Тут ему Волк попался, тоже захавать (съесть) хотел, но Колобок кинул его (обманул его), хотя тот и был местной крутизой (местным авторитетом). Только от Волка позорной отмазался (убежал), на Медведя-качка (с атлетической фигурой) нарвался (встретил). Ломы (не хотелось) было колобку с ним махать (драться), но и это он сделал. Дернул (побежал) он дальше. Тут Лиса-чикса вылезит (красавица появляется). Сковырнула она крутого и скопытила, замочив самым наглым образом (обманула она колобка и съела). А перед этим пускала мулю про любовь (сказку про любовь рассказывала)» [11].

Как было сказано выше, молодёжные сленгизмы попадают в печатные и электронные СМИ из различных интервью со знаменитыми музыкантами, исполнителями, писателями и другими не менее известными людьми.

Сленг – явление, бытующее на всех уровнях общества как по социальной вертикали, так и по возрастной горизонтали. Как показывает анализ источников, СМИ оперативно отражают состояние молодёжного сленга, а также в них представлены некоторые тенденции развития сленга.

ЛИТЕРАТУРА

1. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. СПб.: Златоуст, 1999. 320 с. Вып. 1.
2. Лепкова Я. Круто говорим! // Cosmopolitan. 1998. Февраль. С. 105–108.
3. Птюч. 2001. № 1–2.
4. Птюч. 2001. № 5.
5. Птюч. 2001. № 4.
6. Птюч. 2001. № 12.
7. Веселовская Т.М. Кто такие лохи? // Русская речь. 2001. № 1. С. 55–58.
8. Грачёв М.А. В погоне за эффектом // Русская речь. 2001. № 5. С. 67–72.
9. Словарь современного молодёжного сленга. Режим доступа: <http://www.paco.net>
10. Титы использования сленгизмов в прессе. Режим доступа: <http://annababina.narod.ru/>
11. Колобок. Сленговый пересказ. Режим доступа: <http://www.tomsk.fio.ru>

Статья представлена научной редакцией «Философия, социология, политология» 10 октября 2007 г.