

О. В. Лаврик

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, м. Харків

Ненормативна лексика в сучасній українській молодіжній пресі: морально-етичний аспект (за матеріалами журналу «Шо»)

Лаврик О. В. Ненормативна лексика в сучасній українській молодіжній пресі: морально-етичний аспект (за матеріалами журналу «Шо»). Досліджується морально-етичний аспект поширення ненормативної лексики в сучасних молодіжних виданнях, які, на думку автора, досить сильно впливають на сучасну молодь, закріплюють певні стереотипи, негативні стандарти поведінки тощо.

Ключові слова: *молодіжні журнали, ненормативна лексика, мораль.*

Лаврик О. В. Ненормативная лексика в современной украинской молодежной прессе: морально-этический аспект (по материалам журнала «Шо»). Исследуется морально-этический аспект употребления ненормативной лексики в современных молодежных изданиях, которые, по мнению автора, существенно влияют на современную молодежь, а также способны закрепить некоторые стереотипы, негативные стандарты поведения и т.д.

Ключевые слова: *молодежные журналы, ненормативная лексика, мораль.*

Lavryk O. V. Not-standard lexicon in a modern Ukrainian youth press: morally-ethical aspect (behind magazine «Sho» materials). The article is dedicated to the problem of the morally-ethical aspect of spreading of not-standard lexicon in modern youth editions, which, according to the author, strongly influence on the modern youth, and also are capable to fix some stereotypes, negative standards of behavior etc.

Key words: *youth magazines, not-standard lexicon, morals.*

Питання мовної компетентності сучасних журналістів належить до одного з найактуальніших і найчастіше обговорюваних в умовах становлення медійного ринку в Україні. Усе частіше дослідники звертають увагу на стан культури спілкування, пропагований телебаченням і пресою, на проблему чистоти мови в мас-медіа, використання ненормативної лексики тощо.

Сьогодні мова засобів масової інформації розглядається як нормотворчий фактор, що впливає на формування норм сучасної літературної мови, а також на рівень мовної культури.

Важливим чинником мови сучасних медіа є загальнодоступність та комунікативна зага-

льнозначимість. Це спонукає до певної стандартизації мовлення, створення доцільних зворотів, стереотипів, з одного боку, і водночас до постійного збагачення арсеналу мовного впливу на свідомість багатотисячної різнопланової категорії читачів і глядачів, із другого.

Однак доводиться констатувати, що мовне оформлення матеріалів сучасних мас-медіа далеке від досконалого: окрім граматичних і стилістичних помилок, у журналістських текстах чимало й інформаційних, фактологічних, ситуативних, відображувальних, значеннєвих та інших похибок.

Особливого значення мовне питання набуває в контексті сучасних молодіжних журналів, які, окрім основної – інформаційної – функції, виконують також функції соціального опосередкування (поширення, підсилення чи змінювання суспільних настроїв), афіліації чи соціальної ідентифікації (приєднання до певної групи, причетність до неї; відмежування від інших груп, наприклад, від дорослих), функцію контакту тощо [1].

Молодіжний журнал сьогодні стає важливим засобом соціалізації молоді, адже з нього вона не тільки бере необхідну інформацію, але й таким чином долучається до групи, взаємодіє з іншими її членами. Отже, саме молодіжні ЗМІ, насамперед телебачення, прищеплюють молодій людині ті або інші типи поведінки, моральні принципи й норми, нав'язують відповідні стереотипи.

При цьому одне з найважливіших завдань сучасних молодіжних ЗМІ полягає у вихованні гармонійно розвиненого молодого покоління, з високим культурним потенціалом, почуттям прекрасного, усталеними естетичними смаками.

Натомість невід'ємною частиною стилю сучасних молодіжних медіа стала нецензурна лексика, якої вистачає і в повсякденному житті молоді. Як слушно зазначила Л. Ставицька, сучасні ЗМІ часто працюють у рамках формули: «Пару міцних слів – і читач чи глядач твій. І якщо еліта, якою є журналісти за визначенням, так думає і спускає цю мову згори, то що казати про підлітків?» [2].

Виходячи з цього, дослідження ненормативної лексики в сучасній молодіжній пресі набуває неабиякої актуальності, яка, з одного боку, зумовлена інтенсивністю появи нових видань для молоді («Екстрим», «Молоко», «Шо», «Наш» та інші), а з другого, – пов'язана з проявами мовної свободи в молодіжному мовленні, яке сьогодні характеризується особливою різкістю, брутальністю, так званою *емансипацією мату* тощо.

Хоча ненормативна лексика як теоретична проблема активно вивчається й українськими, і зарубіжними вченими (Н. Арутюнова, Г. Винокур, Л. Долинська, І. Жадан, З. Карпенко, Н. Панова, Г. Сагач, Б. Успенський, Л. Ширококордюк, Л. Щерба та інші), більш-менш ґрунтовних досліджень про її присутність у сучасних мас-медіа, на жаль, немає.

Мета статті полягає в тому, щоб дослідити причини вживання ненормативної лексики в сучасній українській молодіжній пресі; на прикладі журналу «Шо» проаналізувати функції

лихослів'я в молодіжних виданнях; окреслити роль ненормативної лексики в комунікативній поведінці не тільки автора, але й адресата інформаційного повідомлення; схарактеризувати механізми превенції поширення такого лексичного пласту в молодіжному середовищі загалом та молодіжних мас-медіа зокрема.

Як особливий сегмент українського медіаринку сучасна молодіжна преса характеризується відповідною тематикою, проблематикою та специфікою жанрології текстів, які найчастіше відповідають інформаційним запитам молодіжної аудиторії. Зокрема, пріоритетними темами журналів «Молоко» та «Екстрим» (виходять друком з 2001 р.) є музичне життя України та закордону, а також різноманітні культурні події: світська хроніка, фестивалі, поява нових кліпів, альбомів, фільмів тощо. Паралельно висвітлюються такі теми, як здоровий спосіб життя, мода, туристична географія, питання психології молоді, стосунків з однолітками та дорослими тощо.

Журнал «Шо» позиціонує себе як «видання культурного опору» і характеризується широкою тематикою, проблематикою та індивідуальним стилем подачі інформації, що вирізняє його з-поміж інших молодіжних видань. За словами авторів, «Шо» розрахований на нову українську інтелігенцію, представників середнього класу, які потребують своєрідного «путівника» у сфері літератури, музики, театру, кінематографу, цифрових технологій тощо.

Як і в будь-якому друкованому виданні, провідну роль у сприйнятті журналістських текстів аналізованого журналу відіграють заголовки. Саме вони служать для читача опорою в розумінні змісту публікацій, виконують номінативну, комунікативну та рекламну функції, а отже, мають бути цікавими, в міру інтригуючими, привертати увагу [4:99]. У сучасній пресі заголовки надзвичайно важливі, оскільки для значної частини реципієнтів (за деякими даними – до 80 %) знайомство з інформацією закінчується на рівні читання заголовків [10:139]. Виходячи з цього, природно, що журналісти прагнуть будь-яким способом привернути увагу своєї аудиторії насамперед до заголовків, які спонукають до подальшого читання всього тексту.

У журналі «Шо» найчастотнішими є інформаційні заголовки («Смерть спасает от курения», «Японцы нашли йети», «Тебя съедят»), спонукально-наказові («Стань деревом! Универсальный метод борьбы с кризисом», «Лупите себя веником в растущую луну»), констатуючо-описові («Алексей Петренко: «Тюрьма –

это то, что внутри нас»), рекламно-інтригуючі («Зомби-реаліти», «Банкиры попятались от арт-Кельна», «Водка и реальность – в один стакан Tigerlillies: и не взбалтывать», «Приз за гей-лавстори»).

При цьому характерною ознакою видання є досить часте використання саме в заголовно-му комплексі жаргонної та інвективної лексики, лихослів'я. Зокрема, лише в одному номері журналу «Шо» (№12, 2008) натрапляємо на такі заголовки: «В. Козлов «Вместо того, чтобы общаться, люди ср..т» (С. 2), «Пятна»: как стать как..шкой любимого гея и спастись смертью от курения» (С. 4), «Дыр-бул-шил-херсон» (С. 85), «Марья Иванна ух..ла» (С. 87), «Коммунистическая х..ня» (С. 100), «Поеб...сь, пописали: Ирена Карпа «Добло і зло» (С. 102), «Херст захерстил с музыкантами» (С. 53) тощо. При цьому ненормативної лексики вистачає і всередині журналістських текстів, наприклад: «Тексты Карпы вообще апофеоз поверхностности. Моя любимая фраза из «Добла и зла» посвящена нынешнему супругу писательницы: «Ми поеб...сь в делійському «Інтер-Континенталі» і з того часу вже з Рибочкою не розлучалися». Вот она какая, любовь, а вы что думали» (Юрій Володарський «Поеб...сь, пописали»); «Я не могу найти жодних рациональных пояснень, чому ми говорили про свободу слова, економічну кризу, шоу-бізнес в літературі, а не про бухло, наркотики, рок-н-рол і курвів... Свобода – це взагалі така сучасна матерія... Бог же дивиться на тебе, і коли ти стаєш сукою – Він у тебе все забирає» (Тарас Федюк «Щасливі винятки трапляються один раз на Буковські»); «Отже, варто критичній масі соціальних тварюк лише промовити слово «криза» – і нате вам... факти і наслідки засіють і без того роздубану масову свідомість прогнозами, здатними безпосередньо викликати отого кореша мертвого Джимі, чие ім'я на «-ець»... А сутність кризи набагато простіша, ніж підстави виникнення дарвінізму: намахай ближнього свого, бо інакше тобі не воздасться» (Михайло Бриних «Про вухочистки, Джуліана Барнса і кризу») тощо.

На нашу думку, вживання ненормативної лексики в ЗМІ (насамперед не тільки як виразного емоційного, епатажного засобу, але й як вияву вербальної агресії, примітивної форми афективного мовлення) у таких випадках не лише дискредитує журналіста, який є автором того чи іншого матеріалу, але й десуб'єктивізує особистість – реального чи потенційного реципієнта журналістського продукту, запе-

речує етичні норми і правила, що є прийнятними в суспільстві, є засобом інтеріоризації та екстеріоризації відповідних читачьких емоцій.

Під ненормативною лексикою у цьому контексті розуміємо лихослів'я, непристойну, нецензурну та безсоромну мову, а також блюзнірство, прокльони і лайку. Це лексика (найчастіше табуйована суспільством), яка містить у своїй семантиці, експресивному забарвленні чи оціночному компоненті намір принизити, образити, зганьбити адресата мовлення чи третю особу в різкій і цинічній формі [5:5; 9:4].

На думку Н. Панової, ненормативна лексика, лайка в мовленні людей виконує до тридцяти різних функцій: від психологічної розрядки, вислову невдоволення, презирства до способу переконання співрозмовника. Показово, що для підлітків лайка найчастіше є своєрідним засобом самоствердження, звільнення почуттів, регресивного психологічного захисту. Оскільки у засвоєнні підлітком соціального досвіду важливу роль відіграють імітація й ідентифікація, тобто наслідування поведінки важливих для нього людей, переважно старших, що призводить до прийняття їхніх цінностей, установок, норм поведінки, то, вживаючи ненормативну лексику, часто саме в такий спосіб підлітки намагаються привернути до себе увагу, здаватися дорослішими, демонструвати свою силу [5].

Іноді журналісти навмисно допускають мовні вольності, які виконують певну значеннєву чи стилістичну функцію: буцімто для створення атмосфери довіри, симпатії до співрозмовника тощо.

Очевидно, що заголовки в молодіжних ЗМІ з інвективною та жаргонною лексикою є більш яскравими, та чи відповідають вони етичним нормам сучасної журналістики, адже етика журналістської діяльності передбачає обов'язок берегти мораль суспільства (особливо дітей та юнацтва), не використовувати нецензурну лексику, не відтворювати порнографічні зображення чи тексти, не порушувати іншим способом етичні норми [6:220].

У цьому контексті виходимо на проблему культури мови, під якою розуміємо уміння правильно говорити, писати, вживати мовні засоби відповідно до мети і умов спілкування [3]. Як зазначав М. Фуко, культура мови виростає з «культури себе», це постійне подолання буденності, творення себе в толерантному діалозі з іншим [8].

Поняття про культуру мови містить у собі два ступені засвоєння літературної мови: пра-

вільність мови, тобто дотримання літературних норм, сприйнятих як «ідеал» або загальноприйнятий, традиційний звичай, та мовна майстерність, тобто не тільки дотримання норм літературної мови, але й уміння дібрати зі співіснуючих варіантів найбільш точний у значеннєвому відношенні, стилістично і ситуативно доречний та виразний варіант [3].

У «Стилістиці української мови» за редакцією Л. Мацько мовна норма розглядається як «сукупність найбільш стійких традиційних реалізацій мовної системи, відображених і закріплених у процесі суспільної комунікації» [3:412].

Однією з найважливіших ознак літературної мови є володіння виразними засобами мови й уміння використовувати їх залежно від ситуації і мети спілкування. Для дотримання цієї вимоги необхідно мати чітке уявлення про стилістичну градацію мовних одиниць та їхнє призначення. Саме тому, на нашу думку, молодим журналістам перед тим, як братися за написання текстів, варто засвоїти знання з риторики – науки про моральність, виховання, спілкування, його теорію і практику, які базуються на загальній культурі, адже головна мета риторики полягає у пошуку оптимальних алгоритмів найбільш ефективного спілкування в сучасному суспільстві.

Сьогодні ненормативна лексика широко вживається представниками всіх пластів населення, в тому числі і серед молоді, і викорінення її бачиться доволі проблематичним. Проте заходи, спрямовані на превенцію поширення ненормативної лексики в молодіжному середовищі загалом та в молодіжних ЗМІ зокрема для українського сучасного медійного ринку є виправданими і доречними. До таких заходів можна віднести насамперед роз'яснювальну роботу та проведення тематичних бесід, націлених на закріплення негативного ставлення молодих журналістів до лихослів'я; проведення семінарів-тренінгів, присвячених розглядуваній проблемі; ділових ігор, що дозволяють журналістам регулювати свій емоційний стан і налаштовуватись на позитивну взаємодію з читачем тощо.

Зрозуміло, що відповідальність за культуру мовлення сучасних медіа лежить насамперед на

самих журналістах. Згадаймо хоча б теорію соціальної відповідальності ЗМІ, до якої сьогодні все частіше звертаються не лише теоретики, але й журналісти-практики. Зокрема, як слушно зазначає Т. Приступенко, «моральність кожного окремого журналіста і є на сьогодні найголовнішою проблемою в мас-медіа» [6:220]. Однак певні зрушення вже є й на рівні законодавчої бази. Так, у «Рішенні № 2» від 19 листопада 2009 р. Національної експертної комісії з питань захисту суспільної моралі піднімається питання саме про запобігання, а в кінцевому підсумку – про заборону поширення нецензурної та брутальної лексики в засобах масової інформації [7]. Отже, згодом можна сподіватися на внесення до Кодексу України про адміністративні порушення статті «Поширення ненормативної лексики», у якій, зокрема, йтиметься про встановлену відповідальність за вживання лайки в ЗМІ, що, на нашу думку, змусить журналістів більш відповідально ставитися до вживання такої лексики у своїх матеріалах.

Мова – надзвичайно багатий, різноманітний та гнучкий інструмент, за допомогою якого можна виточувати найнезвичайніші мовленнєві конструкції, повні діаметрально різних експресивних забарвлень, що будуть задовольняти вимоги етики. Оскільки часто до молодіжних ЗМІ звертаються особи зі ще не цілком сформованим світоглядом і внутрішнім світом, питання етичних норм вживання ненормативної лексики у таких виданнях стоїть особливо гостро, адже на цю групу читачів інвективна та жаргонна лексика має найсильніший вплив.

Аналізуючи сучасну українську молодіжну пресу (журнали «Екстрим», «Молоко», «Шо», «Наш» та інші), можна помітити очевидне зниження (усереднення, масовізацію, огрубіння) мовного стандарту, що супроводжується активним введенням елементів розмовного стилю мовлення, молодіжних жаргонізмів, ненормативної лексики. Зважаючи на це, вважаємо за доцільне привернути увагу громадськості до проблеми запобігання вживання ненормативної лексики в молодіжних ЗМІ і спонукати до дискусії з питання лінгвістичної цензури в сучасних мас-медіа України.

Література

1. Богомолова Н. Социальная психология печати, радио и телевидения / Н. Богомолова. — М. : МГУ, 1991. — 127с.
2. Кононенко Є. Українська сороміцька культура належить до shit-культури: Розмова зі словниковою жінкою Лесею Ставицькою / Є. Кононенко / [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.umoloda.kiev.ua/print/84/45/33549/>

3. Мацько Л. І. Стилїстика української мови : підручник / Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, О. М. Мацько. — К. : Вища школа, 2003. — 462 с.
4. Мельник Г. Общение в журналистике : секреты мастерства / Г. Мельник. — М. : Питер, 2005. — 216 с.
5. Панова Н. Ю. Превенція поширення вживання ненормативної лексики серед молоді (методичний аспект) : автореф. дисер. на здоб. наук. ступ. канд. психолог. наук / Н. Ю. Панова. — К., 2005. — 18 с.
6. Приступенко Т. Свобода слова та журналістська етика в Україні / Т. Приступенко // Ученые записки ТНУ. — 2008 — Т. 21 (60). — № 1. — С. 219—230.
7. Рішення № 2 від 19 листопада 2009 року Національної експертної комісії з питань захисту суспільної моралі [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://moral.gov.ua>
8. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук [Электронный ресурс] / М. Фуко. — Режим доступа : <http://filosof.historic.ru/books/item/f00>
9. Широкоградюк Л. А. Психолого-педагогічні причини лихослів'я та особливості його прояву у шкільному середовищі : автореф. дисер. на здоб. наук. ступ. канд. психолог. наук / Л. А. Широкоградюк. — К., 2001. — 18 с.
10. Шостак М. Репортер : профессионализм и этика / М. Шостак. — М. : РИП-холдинг, 2001. — 150 с.