

МОВА СУБКУЛЬТУР: ПОШУКИ ІДЕНТИЧНОСТІ ЧИ ЗАГРОЗА?

Філіппова Н. М.

Національний університет імені адмірала Макарова, м. Миколаїв

Вибір теми роботи зумовлений декількома причинами. По-перше, розуміння поняття «культура» за останні десятиріччя набуло особливого, а тому й актуального значення у зв'язку з тим, що «спілкування людей завжди відбувається в межах певної культури із використанням конкретної етнічної мови, неповторних картин світу, а також законів спілкування, випрацюваних в межах цієї мови і культури» [1, с. 251]. Окремі етнічні / національні культури неоднорідні: одним із показників неоднорідності є наявність різних субкультур. Вони визначають себе в певній культурі як опозиція до неї, але використовують її мову, коди, символи, норми та цінності. Молодіжна субкультура може розглядатися як джерело інновацій у мистецтві, моді, формах дозвілля, спорту; як варіант примітивної масової культури (продукт медіа індустрії); як форма творчої активності молоді, що не знаходить підтримки з боку офіційної культури; як джерело небезпеки для соціального й духовного здоров'я молоді.

По-друге, лінгвістичні, комунікативні, семіотичні та когнітивні передумови мовленнєвого впливу, як експліцитні, так і імпліцитні, вживаються як механізми варіативної інтерпретації дійсності: нав'язування пресупозицій; посилення на «розмите» джерело; використання нестандартної номінації, лексичних маркерів, які дозволяють перекласти відповідальність за «правду-неправду». У мові субкультур ці механізми використовуються свідомо їх «промоутерами» чи несвідомо їх носіями та користувачами.

По-третє, специфікою спеціальності «Прикладна лінгвістика» як галузі знань, яка вивчає можливості оптимізації комунікативної, епістемічної та когнітивної функцій мови, полягає у тому, що проектна робота виявляється важливою технологією навчання. Одним із проектів, які виконують студенти в межах дисциплін «Комунікативна лінгвістика», «Лінгвокультурологія», «Когнітивна лінгвістика», «Семіотика», «Соціолінгвістика» (аналіз об'яв в маршрутках, «лінгвістичного пейзажу» реклами міста) пов'язаний із дослідженням мови декількох молодіжних субкультур із використанням контент-аналізу, концептуального, лексикологічного та стилістичного аналізу.

Відбираючи символи та коди із своєї культури, представники субкультур висловлюють своє ставлення до кодової символіки вибраних образів і, таким чином, передають свою позицію, свою оцінку моральних орієнтирів суспільства. Інтенсивність цих кодових символів може надмірно знижуватися або надмірно підвищуватися; їх метафорика підсилює емоційно-оціночну інформацію в повсякденній комунікації представників цих субкультур.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф.С. Бацевич. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004; 2. Худолій А.О. Метафора у мові американських публіцистичних текстів / А.О. Худолій. – Острогор : Вид-во НаУОА, 2005; 3. Щепанская Т. Система: тексты и традиции субкультуры / Т. Щепанская. – М. : ОГИ, 2004.