**Агрессивность текста в современных молодёжных журналах**

Лада Браславец

«Меня всегда убивают. Я хочу, чтобы это было очень красиво. Куски тела во все стороны и реки крови. Круто!» Неплохой ответ на вопрос «Что есть красота?» предлагает Сара-Мишель Геллар, популярная в молодёжной среде актриса. «Романтик я. Какие, в ж\*пу, карты?» (В примерах орфография, пунктуация и стиль сохранены полностью.) Выходит, романтизм в представлении Романа Билыка, лидера группы «Звери», неразрывно связан с нецензурной бранью. Можно было бы оставить все эти, мягко говоря, странноватые высказывания на совести авторов – если бы не одно «но»: они (и не только они) были опубликованы на страницах молодёжных журналов.

Казалось бы, издания для подростков и молодых людей должны воспитывать подрастающее поколение, сеять разумное-доброе-вечное… Ан, нет: на их страницах, почему-то, сплошь и рядом красота «кусков тела во все стороны» и романтика четырёх букв, из которых, по мнению кавээнщиков, никогда не сложится слово «Вечность». И, что самое смешное (или страшное?), вопросами агрессивности молодёжной прессы (да и прессы вообще) до сих пор занимались очень мало. Дмитрий Жмуров в своём исследовании «Насилие (агрессия) и литература» касается вербального выражения агрессии в тексте, но, увы, не в публицистическом (см. публикацию на сайте www.psyfactor.by.ru). Аллан Гуггенбюль в книге «Зловещее очарование насилия» (Санкт-Петербург, 2000 г.) исследует проявления агрессии в детских коллективах, но не затрагивает влияния прессы на психику подростка. А между тем, чтобы справиться со злом, нужно понять, что оно из себя представляет.

Разговор пойдёт исключительно о вербальной агрессии – а точнее, о вербальных методах выработки агрессии в читателе. Эти методы подразделяются на две группы: прямые (проявление агрессии по отношению к самому читателю или близким ему людям – семье, друзьям, а особенно кумиру – если речь идёт о подростке) и косвенные (иное воздействие на психику читателя, вызывающее в нём скрытые агрессивные позывы). Прямые методы перечисляет в своём учебнике психологии Людмила Столяренко. Проиллюстрируем их небольшими примерами из самых популярных молодёжных журналов – «COOL», «Молоток», «Неон» и «Bravo».

1. Отрицательные отзывы (в том числе и с использованием гиперболы и частиц с отрицательной экспрессией) и критические замечания.

«Девушки “Фабричные” приехали в одних костюмах, а выступали совсем в других – зря, что ли, два мешка тряпок с собой привезли?» («Молоток», № 14, 2004). Это – перенос агрессии на кумиров части аудитории. Подобные фразы мелькают на страницах молодёжных журналов довольно часто. Но вот пример, когда затрагивается групповая принадлежность члена аудитории как части НАРОДА:

«Молоток: Народ тупой?

Дельфин (популярный певец – Авт.): Да! Мы как нация несостоятельны. Мы не граждане своей страны, мы – быдло» («Молоток», № 13, 2004).

Конечно, журнал имел право на публикацию мнения певца, но всё же, пропускать его на страницы журнала было нежелательно. Привыкание к таким высказываниям вызывает притупление чувства национального достоинства.

2. Выражение отрицательных эмоций (в том числе используется брань и отрицательные семантические обороты):

«Естественно, что к полудню они (французы – Авт.) дуреют с голоду и бегут обедать» («COOL», № 15, 2004). А вот это высказывание подспудно вырабатывает привычку насмехаться над представителями других национальностей. Что тоже не делает автору чести. Но в следующем примере использование агрессивной единицы, как ни странно, оправдано:

«Молодёжь – будущее нации, и если это “будущее” жрёт водку и страдает фигнёй, то о какой пользе может идти речь?» («Молоток», № 14, 2004). Материал, в котором появилась эта фраза, – о движении скинхэдов, и задача журналиста здесь – вызвать у читателя возмущение и отвращение к образу жизни «бритоголовых».

3. Высказывание мыслей и желаний агрессивного содержания (в том числе, употребление глаголов с деструктивной семантикой) или проклятий:

«Бешеные собаки, раздирающие людей, машины, летящие как невесомые листочки, и жестокие наводнения. Всё это невероятно КРУТО» («COOL», № 15, 2004). Это – выдержка из анонса фильма-катастрофы. Такая форма подачи, естественно, должна привлечь к фильму внимание любителей этого жанра, но они не составляют всей аудитории, в то время как агрессивное воздействие распространяется на каждого из читателей.

Периодически лексика, используемая авторами молодёжных журналов, поражает даже представителей среды, близкой молодёжной – альтернативной и панк-музыки:

«Хой (персонаж журнала “COOL” – Авт.): Кого из поп-звёзд вы бы с радостью замочили?

Ульи (панк-группа – Авт.): Ну и жаргон в молодёжном журнале!» («COOL», № 16, 2004). Конечно, жаргонное слово «замочить» было в своё время «узаконено» В.В. Путиным (знаменитое «Мы их и в сортире замочим!»), но всё же от лишней «агрессивной единицы» журналу следовало бы отказаться, равно как и от такого провокационного вопроса.

4. Оскорбления (в том числе весь спектр инвективной лексики). Здесь заранее прошу прощения за цитирование слишком циничных фраз из тех же журналов.

«Год назад по ним (группе “Тату” – Авт.) сходил с ума весь мир. Прое\*\*ть славу оказалось совсем не сложно» («Молоток», № 13, 2004).

Вопрос группе «Linkin Park»: «А вы могли бы, к примеру, нас\*ать в кастрюлю и поставить её кому-нибудь в холодильник?» («Молоток», № 15, 2004).

А вот вопиющий пример – отрывок из фоторомана «Моя девушка полюбила панка»:

Оля: Смотри, новый клип «НАИВа»! Обожаю Снэйка (солист группы – Авт.)! Такой мачо!

Максим: А по-моему, все эти панки – бомжи и дегенераты!

О: Не смей так говорить!

М: Да он… он… (Оля бьёт Максима по голове. – Авт.) А-а-а, больно же! Дура!

О: Ты это заслужил, подонок! Да ты, идиот, даже не представляешь, насколько он крут! Он… он…

М (в мыслях – Авт.): Похоже, ей сорвало башню. (Вслух – Авт.) Ты совсем сдурела? Я же живой человек, а он – продукт шоу-бизнеса…

О: Да иди ты в задницу, придурок. Ничего ты не понимаешь. Из-за тебя новую песню не посмотрела…

М: Чао, дура!

О: Вали отсюда! Не хочу тебя больше видеть! <…>

М : Ну и трахайся со своим ящиком, стерва! («COOL», № 16, 2004).

Это – не разборки брата и сестры в малокультурном семействе. Это – …«милое воркование» влюблённых (!), хотя в том, что парень и девушка любят друг друга, легко усомниться. Через слово – брань. Здесь даже большее значение имеет аспект адаптации к насилию (см. ниже). Аудитории внушается, что такое поведение нормально.

5. Угрозы и принуждения:

«Black Eyed Peas: заткнись и слушай» («Неон», № 6, 2004). Здесь принуждение идёт в грубой форме, так что агрессивное воздействие сильно вдвойне.

«Похоже, ты живёшь под лозунгом “зачем говорить правду, когда можно соврать”. Учти, после смерти десятки мерзких чертей в преисподней будут варить тебя в расплавленной лаве и тыкать в задницу острыми вилами» ( «COOL», № 18, 2004 год). Здесь присутствует угроза в стиле «не ходи в овраг, а то тебя Бармалей заберёт» – так некоторые родители пугают детей. Конечно, глупо было бы утверждать, что эта угроза серьёзна. Такая шутка в данном случае более-менее оправдана: тест «Умеешь ли ты врать?» несерьёзен изначально, и приведенная выдержка – характеристика самого высокого результата – угроза в такой же несерьёзной форме.

6. Упрёки (в том числе вопросы, заданные с целью упрекнуть) и обвинения:

«Вот обратился к нам чувак, типа проблемы с противоположным полом – девушки не обращают внимания. Да ты посмотри, как ты выглядишь! <…> Ну кто сейчас носит рубашку, заправленную в штаны? » («COOL», № 16, 2004). Упрёк здесь использован для усиления эффективности скрытой рекламы молодёжной одежды, обуви и аксессуаров, заложенной в основе рубрики «Твоя мода». Упрёк часто вызывает аутоагрессию (особенно, если поступил от собеседника, которому «жертва» доверяет), аутоагрессия в лёгких формах – желание измениться в «лучшую» сторону (заданную содержанием упрёка), чтобы не подвергнуться ему в другой раз. Следовательно, реклама достигает своей цели: «жертва» покупает одежду, производимую данной фирмой.

«Девушка в школьной форме и с двумя дурацкими косичками превратила Кристину в клона, дешёвую подделку» («COOL», № 18, 2004). Материал, из которого взята эта фраза, – чуть ли не единственный, в котором проглядывает хотя бы какая-то авторская позиция. Правда, позиция эта довольно примитивна: Бритни Спирз – агрессивная выскочка, Кристина Агилера – замечательная певица, незаслуженно обиженная Бритни. Фразы такого типа разбросаны по всему тексту. В итоге имеем «материал-бомбу», который бьёт по фанатам обеих певиц: вызывает чувство злорадного удовлетворения у поклонников Агилеры и возмущения – у поклонников Спирз.

7. Ирония, издёвки, обидные и оскорбительные шутки.

«Beck женился по залёту. <…> По раскладам врачей, киндер должен вылупиться через месяц» («Молоток», № 15, 2004).

«Ещё древние говорили: рождённый ползать летать не может. Если у тебя руки вверх, ты далеко не птица» («COOL», № 16, 2004). Рубрика «Отстой-парад», из которой и взят этот пример, изначально задумывалась как издевательские комментарии к песням, более всего не угодившим читателям журнала (это определяется по результатам голосования). Так что издёвка как форма агрессии здесь как раз на своём месте.

Косвенные методы выработки агрессии в читателе подразделяются на три группы – в соответствии с тремя господствующими концепциями природы агрессии: инстинктивной, или физиологической («отцы-основатели» – Зигмунд Фрейд и Конрад Лоренц), фрустрационной (Джон Доллард) и теорией социального научения (Альберт Бандура).

1. Физиологические методы (эротика и порнография)

Согласно инстинктивной теории агрессию могут порождать нападение, боль, жара, скученность (теснота), шум, алкоголь, возбуждение (в том числе и сексуальное). И только последний фактор возбуждения агрессии в человеке может быть выражен словесно – что и называется эротикой или порнографией.

Согласно «Толковому словарю психологических терминов» порнография – это «письменная или изобразительная продукция с чрезмерно натуралистическими, непристойно-сладострастными изображениями или описаниями (выделено нами – Авт.) полового акта». От эротики она отличается большим натурализмом и меньшей художественностью. Бесспорно, в молодёжных журналах во много раз больше визуальной, чем вербальной эротики и порнографии, но именно вербальные интересуют нас больше всего. Порнография в молодёжных журналах намного менее откровенна, чем в специализированных эротических (всё же существуют законодательные нормы, ограничивающие её размещение), но она присутствует. Что самое интересное, специализированные рубрики молодёжных журналов практически не публикуют вербальную эротику и порнографию (зато визуальных – хоть отбавляй). Эротико-порнографические моменты проскальзывают в материалах других рубрик.

«На мой день рождения моя подружка Девон решила сделать мне сюрприз. Она завязала мне глаза и привела в комнату. Я совершенно не знал, что происходит. Потом она привязала меня к стулу и сняла повязку. Первое, что я увидел, – прекрасная девушка в противогазе, подвешенная в воздухе за руки. Это было реальное извращение, и мы занимались сексом втроём» («COOL», № 17, 2004). Это не просто порнографический элемент в интервью (с кем – не уточняю по этическим соображениям), это ещё и пропаганда сексуальных извращений. Только отсутствие элементарной самоцензуры у журналиста могло привести к появлению подобных высказываний в печати.

«Ах, этот клип! Эта мулаточка! В сексуальных платьях, обмазанная грязью, в латексе… Взгляд, напоминающий то о пляжах Флориды, то о борделях Амстердама. <…> Бог с ней, с музыкой, просто гляньте на её грудь!» («Bravo», № 40, 2004). Это не низкопробная беллетристика, это – как ни страшно признать – так называемая журналистика. Да ещё и адресованная юным…

2. Фрустрационные методы

«Реальные девушки любят реальных парней, когда в юношах есть изюминка и есть чем зацепить. В тебе этого не было! Ты же сам видишь, как преобразился, одевшись в правильные шмотки!» («COOL», № 16, 2004). Здесь ведётся «диалог» с героем публикации – «обычным» пареньком, но прицел держится на представителе аудитории. А он ещё не является «крутым» (т. е. не оделся в «реальные шмотки»), а стало быть, в нём ещё нет «изюминки». Т. е. налицо относительная депривация (вид фрустрации – разрыв между растущими ожиданиями и действительными достижениями).

«Вот она – КРУТО’ая девушка! В такой кофте она покорит любого чувака, если захочет. У неё отличная причёска! А о таких очках мечтает любой газосварщик!» («COOL», № 18, 2004). В отрыве от фотографии этот «пассаж» не произведёт на человека среднего возраста такого комического действия, но уже по очкам «а-ля газосварщик» можно восстановить облик этой девушки, которая сможет «покорить любого чувака».

«Виндсёрфинг – это по-настоящему экстремально! Равнодушным к доске с парусом не может остаться никто» («COOL», № 16, 2004). Подтекст: если ты остался равнодушным к доске с парусом, ты – …(подставьте любое слово, которое вам подскажет фантазия). Вот так и работает скрытая реклама вида спорта, который не прижился в России из-за отсутствия тёплых морей и дороговизны экипировки.

3. Методы социального научения. Здесь стоит выделить (вслед за Дмитрием Жмуровым) следующие группы методов:

3.1. Адаптация к агрессии:

«На виллу режиссёра фильма (“Ребёнок Розмари” – Авт.) Романа Полански ворвались сатанисты-фанатики и убили семь человек, в том числе его беременную жену».

«На съёмках фильма (“Сумеречная зона” – Авт.) при аварии вертолёта погибли несколько актёров, в том числе и исполнитель одной из главных ролей – Вик Морроу. Актёру отрубило голову вертолётной лопастью».

«Позже погиб исполнявший в фильме главную роль Брэндон Ли. Оружие, из которого по сценарию стреляли в героя Брэндона, было заряжено холостыми. Однако частица заряда застряла в стволе и при выстреле попала актёру в грудь» («COOL», № 18, 2004).

Все три вышеперечисленных примера – из подборки «Проклятые фильмы», то есть, опубликованы на одной и той же странице. Не многовато ли?

3.2. Оправдание агрессии:

«Мы поругались ещё в фойе, когда она застряла в этом дурацком фанерном силуэте, а мне пришлось её оттуда вытаскивать. Блин, какая она, оказывается, толстая! Больше мы не общаемся» («Молоток», № 14, 2004). Так говорит юный поклонник певицы Глюк’Озы о своей подружке. Если только в этом причина расставания, то стоит задуматься: так ли ты идеален сам, мой милый друг, чтобы ругаться с подругой из-за такой мелочи как фигура, не совпадающая с чьей-то ещё? Но читатели теперь уже знают, что «не теми» габаритами девушки можно оправдать агрессию по отношению к ней (брань, как мы уже выяснили, – тоже агрессия).

«Молоток: А что это за история с ведущим «Shit-парада» Мишей Рольником, которого за критику в свой адрес вы чуть не побили?

– А представь себе: включаешь телевизор, и человек, которого ты видишь в первый раз, обзывает тебя. Мне пришлось объяснить ему, кто я такой на самом деле. И любой бы сделал на моём месте то же самое! Критика тут ни при чём. Речь идёт о хамстве» («Молоток», № 15, 2004). Здесь комментарии излишни.

3.3. Героизация агрессии.

Здесь героизации как таковой не присутствует (всё же молодёжные журналы – не древний эпос), но есть примеры того, как агрессия становится неотъемлемой частью образа «хорошего парня»:

«Москва, конечно, поднапрягает. Здесь люди врут, врут постоянно, непонятно почему. Улыбаются тебе, а потом за спиной говорят про тебя гадости. Я не привык так жить и не буду. Я привык как в Таганроге: если ты любишь человека, то любишь его до конца, если ненавидишь – то без разговоров честно даёшь в табло» («Молоток», № 15 , 2004. Интервью с Романом Билыком, лидером группы «Звери»).

«Вполне естественно, что Уилл всех спасет, уничтожив пару тысяч ненавистных машин» («COOL», № 17, 2004).

3.4. Санкция агрессии:

«”I want you to leave me alone”, или просто “отвали!” – вот так коротко и ясно нужно отвечать парням на улице, а если разговаривать ломает, то просто надень майку Emily» («Молоток», № 14, 2004). А зачем? Зачем проявлять агрессию без особых причин? Это тоже непонятно.

3.5. Пропаганда агрессии.

Здесь тоже стоит привести пример из уже упомянутого выше фоторомана «Моя девушка полюбила панка». Ситуация такова: Оля и Максим гуляют, их догоняет панк-музыкант Снэйк, которому приглянулась Ольга.

Максим: Здорово, Снэйк! Как дела, как концерты?

Снэйк: Я узнал тебя, придурок, ты украл у нас одежду и деньги, фетишист фигов. Хотел перед бабой покрасоваться?!

Оля: Что?! (Даёт Максиму пощёчину.) Подлец, ты водил меня вокруг пальца! Я тебя не знаю!

М: Вот блин… Я тут ни при чём! Это шутка! Правда, Снэйк? Я… хотел… С-ю-ю-р-р-р-п-риз…

О: Идиот, отморозок, козёл!..

С (Оле): Девушка, а вы любите панк-рок?

О: О, да! Я обожаю «НАИВ»!

С: Во как! Может, проведём этот день вместе?

О: Конечно, я согласна… («COOL», № 18, 2004). Здесь даётся наглядный пример, как «следует» себя вести, если тебе понравится чужая девушка: достаточно оклеветать в её глазах соперника. Это пропаганда не «теоретическая», но наглядная, живописная.

3.6. Присваивание агрессивной линии поведения.

«“Мы играем музыку, чтобы девочки рвали на себе трусы!” – поведал нам Михалыч» («COOL», № 17, 2004). Похвальная цель, ничего не скажешь.

3.7. Провокация агрессии.

Заголовок «Опозорь училку» («Молоток», № 12, 2004).

«Естественно, свою злость он выльет на тебя. Но ты у нас могучий чувак и поэтому легко избежишь участи быть покалеченным могучим Кузьмичом» («COOL», № 17, 2004).

Весь цвет агрессии, все возможные её виды оказались на страницах журналов, адресованных молодёжи. В некоторых случаях это была одна из форм рекламы, в других – «бесцельная», казалось бы, агрессия. Но ничего бесцельного в мире не бывает. Напротив, чтение журналов, постоянно вызывающее у читателя слабые агрессивные реакции, снижает порог дозволенности агрессивных проявлений. Молодые люди становятся более невоздержанными. Может быть, редакции этих журналов, «всего лишь» потакая запросам среднего представителя аудитории, гоняясь за коммерческим успехом, «ненароком» прививают читателю привычку к агрессии? Такой вариант возможен. Без доказательств говорить о целенаправленной редакционной политике мы не имеем права. Но мы также не имеем права оставлять без внимания такое явление, как агрессивность журналистского текста – а особенно в молодёжных периодических изданиях.