УДК 811.11/ 81-27+81'42:316.7
https://doi.org/10.31548/philolog2020.02.117

СТЕРЕОТИПИ СУБКУЛЬТУР АМЕРИКАНСЬКОГО МЕДІАДИСКУРСУ

С. А. ЛЮБИМОВА, кандидат філологічних наук, доцент, докторант,
Київський національний лінгвістичний університет
E-mail: elurus2006@gmail.com
*https://orcid.org/*0000-0001-7102-370X

Анотація. Метою *статті є навести результати дослідження стереотипів американських субкультур у хронології їх виникнення та типологічних особливостях.*

Методи. *Для встановлення дескриптивних характеристик стереотипів американських молодіжних субкультур у медіа-дискурсі використано лінгвокультурний аналіз і метод медіамоніторинга, який полягає у пошуку мовного матеріалу та його інтерпретації у зв'язку з екстралінгвістичною інформацією.*

Результати. *Субкультурою вважається спільність людей, чиї цінності, настанови, інтереси та способи соціальної і мовної поведінки, хоча й пов'язані з панівною культурою, відрізняються від останньої. Приховані від широкого загалу субкультурні атрибути і ритуали становлять істотний зміст буття представників субкультури. Виникнення більшості молодіжних субкультур пов'язано з певним музичним стилем, який відповідає груповій ідеології. Медіа-дискурс тиражує стереотипні образи субкультур, які представлені схематичними образ-уявленнями, що поєднують вербальні і невербальні ознаки субкультур. За особливостями виникнення, діяльності та культурними настановами, субкультури поділяють на типи. У статті представлені ті типи американських субкультур, що з'являються з 50-х років минулого століття й понині існують в культурі США. До таких належать романтико-ескапістські (емо), анархо-нігілістичні (панки, хіп-хоп), кримінальні (бандитські субкультури), гедоністично-розважальні (хіпстери) субкультури. Характерною рисою субкультур є сленг, що стає відомим широкому загалу завдяки музиці і кінофільмам.*

Висновки. *Субкультура є своєрідним прикладом історичної мінливості культурних і мовних систем, їх ситуативної зумовленості. Кожне наступне десятиліття 20-го століття після Другої світової війни у США було відзначено появою нових субкультур, які брали під сумнів визнані соціальні і культурні стандарти. Мовні та стильові відмінності субкультур визначають різницю у світогляді і цінностях, призводять до їх градацій і різновидів. Субкультурні атрибути та цінності привласнювались домінуючою культурою, яка розповсюджувала їх у світі завдяки мас-медіа.*

Ключові слова: *субкультурне угрупування, стереотипний образ, медіадискурс, мовна поведінка, соціальна поведінка, стиль.*

Актуальність теми дослідження обумовлена антропоцентричною спрямованістю сучасної лінгвістики, зокрема когнітивної лінгвістики, що вивчає питання вербального відображення суспільного існування людини. Інтегруючи досягнення суміжних дисциплін, когнітивна лінгвістика залучає дослідницьку парадигму культурної антропології, яка вивчає культурний зміст суспільного життя людей. Дослідження стереотипів у лінгвокогнітивному ракурсі спрямоване на опис встановленого у культурі та лінгвістично закріпленого знання, механізмів його категоризації та оцінювання, з урахуванням екстралінгвістичної інформації про традиції та уявлення народу.

У когнітивній лінгвістиці стереотип визнано ментальною шаблонною структурою, вираженою у мові (Сорокін 1978; Прохоров 1999; Красних 2002; Bartmiński 2005; Beukeboom & Burgers 2019). Стереотипи містять як дескриптивні, так і оцінні характеристики, які утворюють

© С. А. Любимова

взаємозв'язок і виявляються у різній мірі у мові. Репрезентуючи схематичний образ-уявлення, стереотипи поєднують як вербальні, так і невербальні коди, але останні, тою чи іншою мірою, вербалізовані у дискурсі.

У центрі уваги дослідників перебувають різні види стереотипів: етнічні (Бартмінський 1995; Грабовська 2004); гендерні (Марчишина 2018; Basow 1992); класові (Chafel 1997; Colman, Hoffer 1987); вікові (Schwab, Heneman 1978; Kite et al. 1991), психологічні (Cantor, Mischel 1979); професійні (Hean 2009; Turner 1999); вікові (Fiske 2017), але поза увагою залишаються соціокультурні стереотипи, зокрема стереотипи субкультур. Тому актуальним є аналіз стереотипів субкультур, репрезентованих у американському медіа-дискурсі, які мали значний вплив на популярну культуру інших країн світу.

Аналіз досліджень і публікацій. Субкультури, як явище суспільного життя, вивчали точки зору передумов їх виникнення, головних характеристик та їх впливу на основну культуру. Дослідження молодіжних субкультур можна розділити на три течії. Перша – Чиказька школа американської соціології (початок 20 століття – 1950-х рокі), що використала етнографічний підхід та польове спостереження для дослідження культури міської молоді. З позиції цієї школи, виникнення субкультур в США пояснюється урбанізацією американського суспільства і прагненням американської молоді здобути певний соціальний статус.

Традиції Бірмінгемської школи, пов'язані зі працями науковців Центру сучасних культурних досліджень (CCCS), які вивчали культуру молоді середнього класу з 1964 до 2002 року, і так само вважали, що виникнення субкультур обумовлене соціальними проблемами. Бермінгемська школа соціології, до якої належав С. Холл, приділяла увагу вивченню мовних особливостей представників субкультур як символьної форми опору молоді робітничого класу культурному конформізму [2].

Третьою школою вивчення субкультур вважають постмодерністську, яка з'явилась у 1990-х роках. Група науковців, таких як Редхед, Магглтон та Беннет, сформувала постсубкультурну традицію вивчення молодіжної культури, з точки зору якої класові, расові та етнічні ознаки стали менш актуальними для розуміння субкультур. Представники цієї школи критикували результати досліджень попередників і заперечували стабільність колективної ідентичності молодіжних груп. Вивчаючи клубну культуру, рейв, електронну танцювальну музику, вони пропонують розглядати субкультури як нестійкі, фрагментарні, децентралізовані соціокультурні угрупування, участь в яких є більше «питанням вибору, ніж результатом структурно обумовлених соціальних позицій» [7, с. 12]. Незалежно від різних напрямів вивчення субкультур, маргінальною сферою залишається стереотипна репрезентація субкультур у медіадискурсі, що є активною формою поширення стереотипів у суспільстві.

Метою дослідження є встановлення дескриптивних характеристик стереотипів американських молодіжних субкультур у хронології їх виникнення та типологічних особливостях, представлених у медіадискурсі США.

Матеріали і методи дослідження. Основним матеріалом для дослідження поведінкових, мовленнєвих та стильових особливостей субкультур є медійні інтернет-джерела в яких стереотипно представлені американські субкультури. Для цього застосовано метод медіамоніторінга, заснованого на спостереженні дослідником об'єкта дослідження. Крім того, використано дайджести журнальних статей, що висвітлюють часи появи субкультур, для представлення їх хронологічного опису.

Ознаки субкультурної ментальності, що віддзеркалені мовленнєвій поведінці представників субкультур, вивчаються з позиції культурної самобутності, в ході лінгвокультурного аналізу з використанням словників американського сленгу.

Результати дослідження та їх обговорення. Спільність людей, чиї переконання, погляди на життя й поведінку відмінні від загальноприйнятих або прихо-

вані від широкого загалу, називають субкультурою. Для субкультури притаманна своя система цінностей, настанов, соціальних зав'язків, інтересів та можливостей, способів як соціальної, так і мовної поведінки [12, с. 539]. Субкультурні атрибути, ритуали, а також цінності, хоча й пов'язані з панівною культурою, відрізняються від останньої і становлять істотний зміст буття представників субкультури. Більшість з них є поведінковими і вестіальними кодами, що втілюють світогляд і експліцитно представляють членів субкультур у суспільстві. Відкрито вираженим показником приналежності до субкультурних угрупувань є і мовленнєва поведінка їх представників. Мова представників субкультур виступає не тільки засобом, що забезпечує спілкування, а й утіленням самої субкультури, в якій віддзеркалюються ті соціальні процеси, які безперервно відбуваються в багатонаціональному суспільстві.

Американська культура складається з безлічі расових, регіональних, національних, класових, бандитських субкультур [8, с. 2]. Незважаючи на таку різноманітність, вирішальним критерієм у визначенні субкультури є цінності, норми поведінки і зовнішні атрибути. За особливостями виникнення, діяльності та культурними настановами, субкультури поділяють на типи. Однією з найбільш вдалих, на думку автора, є класифікація С. О. Сєргєєва, якій вирізняє романтико-ескапістські, гедоністично-розважальні, анархо-нігілістичні та кримінальні субкультури [3, с. 50]. Відповідно до цієї класифікації, виділяємо: романтико-ескапістські (*Hippies*, *Emo*), гедоністично-розважальні (*Flappers*, *Preppy*, *Hipsters*), анархо-нігілістичні (*Greasers*, *Punks*, *Hip-Hop*), кримінальні субкультури (*Hells Angels*, *Bloods*, *Crips*, *Latin Kings*). айбільш значні субкультури, що виникли у Сполучених Штатах у різні часи представлені у таблиці 1. Більшість з них, у той чи інший спосіб, існують і досі.

Таблиця 1.

Американські субкультури

Суб-культура	Період виникнення	Соціальне походження	Ідеологія	Модель поведінки	Стиль одягу	Інтереси
Flappers	поч. 1920-х рр.	середній клас	емансипація жінок	вечірки, паління і вживання алкоголю	новий стиль: відсутність корсетів, просторі сукні, короткі зачіски	спорт, мода, джаз
Preppy	серед. 1920-х рр.	вищий клас	консерватизм, традиціоналізм	членство в елітних клубах, навчання в університетах «Ліги Плюща»	класичний одяг пастельних та основних кольорів: піджаки з твіда, шовкові шкарпетки, вовняні светри	Нова хвиля, поп-рок, панк-рок, спорт, мода
Hells Angels	після 1945	мобілізовані військові	нон-конформізм, готовність до противоправних дій	членство у мотоциклетном у клубі, ненормативна поведінка	байкерські кожані куртки з емблемою	моторалі, хард рок, хеві-метал рок
Greasers	1950-ті рр.	робітничий клас	нон-конформізм	ненормативнап оведінка (вуличні бійки)	байкерські кожані куртки-«косухи», волосся намазане бриоліном, мішкуваті штани, довгі піджаки	Автомобільні і байкерські перегони, рок-н-рол

© С. А. Любимова

Продовження таблиці 1.

Hipsters	1950-ті рр.	середній клас	нон-конформізм, апріорізм, споживацький гедонізм	життя богеми (виставки, концерти, модні покази)	вінтаж: вузькі джинси, окуляри, кеди	модні гаджети (продукція компанії Apple), музика Інді (indie),
Hippies	1960-ті рр.	середній клас	паціфізм, нон-конформізм, східний містицизм	відокремлення від суспільства (життя у комунах), вживання наркотиків	стиль бохо: яскраві шалі, штани кльош, стрічки на голові, мокасини	наркотики, психоделічни й рок
Bloods	1960-ті рр.	робітничий клас	нон-конформізм, готовність до противоправних дій	ненормативна поведінка та агресивна (бійки, сварки), незаконні азартні ігри, підпали, крадіжки, торгівля наркотиками	спортивний одяг, кепки та золоті ланцюжки, шнурки, бандани, кольорові пояси чи браслети червоного кольору	незаконні азартні ігри, графіті, реп, хіп-хоп
Crips	1970-ті рр.	робітничий клас	нон-конформізм, готовність до противоправних дій	ненормативна та агресивна поведінка (бійки, сварки), незаконні азартні ігри, підпали, крадіжки, торгівля наркотиками	спортивний одяг, спортивні кепки та золоті ланцюжки, шнурки, бандани, кольорові пояси чи браслети блакитного кольору	незаконні азартні ігри, графіті, реп, хіп-хоп
Punks	1970-ті рр.	середній клас	нон-конформізм, анархізм	ненормативна та агресивна поведінка (бійки, сварки)	рокерський стиль: шкіряна куртка-«косуха» з металевими шипами, пірсінг, тату	панк-рок музика
Hip-Hop	середина 1970-х рр.	робітничий клас	анті-расизм, нон-конформізм,	вуличні компанії, зібрання афро-американських громад, концерти	спортивний стиль: кросівки, бейсболки, мішкуваті штани, баскетбольні майки	хіп-хоп, реп музика, графіті, вуличні танці, брейк-данс, музика тіла бітбоксинг
Emo	1980-ті рр.	середній клас	мізантропія	усамітненість	чорний одяг: джинси, футболки; крашене в чорний колір волосся, що закриває лице	мода, емо-рок

Перші представлені в таблиці, особливо жіноча субкультура *Flappers*, залишили значний слід в культурі США. Зміни життєвого укладу призвели до змін зовнішнього вигляду жінок: з того часу жінки більше не сковують себе корсетами,

носять короткі й просторі сукні, роблять короткі зачіски. Смілива поведінка, добре доглянута зовнішність та гедоністичні принципи, відповідно до яких дівчата насолоджувались життям й не бажали втручатись у життя інших, шокували Америку навіть більше, ніж феміністична боротьба за рівність статей.

Свобода соціальної поведінки змінює мовну: з'являються нові ідіоми, нові слова, створюється молодіжний неофіційний розмовний стиль. Дівчатам закидають недбалість і нахабність у мовленнєвій поведінці. Молодіжний сленг дівчат-*flappers* виник на основі модних виразів студентів та журналістського жаргону [1, с. 152-153]. Відтоді американська англійська поповнилась такими розмовними виразами зі сленгу дівчат як *good elk* (порядний чоловік), або *rotten egg* (страшна невдача) [6, с. 20-22], *lounge lizard*, (привабливий чоловік), що тепер використається для позначення відвіду-вачів нічних панк-клубів [6, с. 194]. Експерименти з правописом (наприклад, *Rhatz*! замість *rats*!; *stoo bad* замість *that's too bad*) [6, с. 11], що у наш час стає звичною рисою сленгу різних субкультур, було започатковано дівчатами-*flappers*.

Не зважаючи на різку критику і осуд, субкультура *flappers,* що зникла за часів Великої депресії, мала значний вплив на пануючу культуру, змінюючи стандарти жіночої краси, які вважаються нормою, стилю, що й тепер приваблює хіпстерів, та поведінки, яка у сучасну епоху не визиває нарікань.

Для часів між періодом Великої депресії і до розв'язання холодної війни характерна відсутність субкультурних угрупувань – американська культура скерована традиційними матеріалістичними цінностями. Але у 1950-ті рр. з'являються нові субкультури *Greasers* та *Hippie*, що були вираженням бунтарського духу молоді проти пуританського образу споживчого суспільства. Хоча хіпі втратили свою популярність з кінця 1970-х років, дотепер існує група *Neo Hippie*, що підтримують ідеологію класичних хіпі і традиції молодіжних фестивалів.

Період 60-х років минулого століття в культурі США ознаменувався бурхливим зростом субкультур. Американські бандитські субкультури (*Hells Angels*, *Bloods*, *Crips*, *Latin Kings*), які виникають у бідних районах Лос-Анджелеса та інших міст Каліфорнії, де мешкають малозабезпечені афроамериканські та змішані сім'ї, пропагують вуличну культуру і бандитський спосіб життя. Вештання вулицями міст, де панує расова напруженість і суперництво, словесні баталії з конкурентними групами без фізичного насильства чи вулична стрілянина та збут наркотиків – це основні заняття представників бандитських субкультур. Характерною рисою цих субкультур є сленг, що стає відомим широкому загалу завдяки репу і кінофільмам. Найпоширенішим є *everyday*, що позначає члена угрупування, який вештається вулицями весь час; слово *niggah* та його синонім *homey* використається для позначення «свого», незалежно від його раси. У зверненнях слово *dog* передає доброзичливе ставлення до співрозмовника (наприклад, *What's up, dog?*). Взагалі лексика бандитських субкультур у межах групи визначає товариські стосунки, але щодо сторонніх людей, виражає образу. Стереотипізація бандитських субкультур відбувається у медійному дискурсі, який створює стереотипний образ гангстерів на основі їх зовнішніх проявів [5, с. 153-154].

Легендарна американська байкерська субкультура (*Hells Angels*/ *Hells Angels Motocycle*), яка виникла після другої світової війни, коли тисячі ветеранів не хотіли повертатись до мирного укладу життя та бажали отримати свободу дій в боротьбі за самовираження [14, с.120], стала найбільшою і найвпливовішою групою, що налічує 800 членів у 92 філіях по всій країні [9, с. 73]. Вестіальні атрибути «ангелів» – це темні окуляри, ланцюги, старі джинси та шкіряна куртка, що сленгу байкерів зветься *originals*. На спині куртки, що позначено словом *patch* чи *colors*, красується крилатий череп, який символізує смертність та швидкоплинність

життя [9, с. 95]. Байкерів завжди побоювались і вважали неохайними злочинцями, які промишляли нічними крадіжками чи працювали чорноробами, не бажаючи змінювати свій низький соціальний статус на кращий тому, що більшу частину свого часу вони відводили для участі у моторалі [14, с. 118-119]. Байкерську субкультуру визнають суто американською, «такою ж, як джаз». Нічого такого ніколи не існувало. Певним чином вона виявилася своєрідним анахронізмом, пережитком часів освоєння Дикого Заходу» [14, с.122]. Стереотип бунтівного і мужнього американського байкера пропагується у кіно, починаючи з культового фільму «The Wild One» (1953) з Марлоном Брандо в головній ролі. У фільмі «Easy Rider» (1969) Дж. Ніколсон у ролі головного героя промовляє свій внутрішній монолог про особисту свободу байкерів: *What you represent to them is freedom…Talking about it and being it are two different things. It's real hard to be free when you are bought and sold at the market place…They see a free individual, it's gonna scare 'em* [10, с. 43]. На думку героя Ніколсона, незалежність і свобода лякає людей, які звикли до того, що все купується і продається у суспільстві споживання.

У 70-ті роки 20-го століття виникає панк-субкультура, що виражає розчарування й незадоволення світом, відкриту непокору всім соціальним інститутам: сім'ї, школі, владі, всьому суспільству загалом. До цієї субкультури відносять ядро панк-культури (*Hard-core*), расистське угрупування скінхедів (*Skins*), відвідувачів нічних панк-клубів (*Lounge lizard*), панків, що відмовлялись від наркотиків і інших зловживань (*Staight-edge*), жебраків-панків (*Bag lords*) [6, с. 194]. Соціальні і політизовані тексти пісень панк-року спрямовані проти істеблішменту і фальші в сучасному житті. Моральне правило панків «Зроби це сам» (*Do it yourself* – DIY) стосувалось як мистецтва, так і щоденного життя. На відміну від музики та стилю, сленг панків не мав значного впливу на мову американської молоді [6, с. 194].

Хіп-хоп (*Hip-hop*) субкультура, що виникає під впливом руху за боротьбу проти позбавлення громадянських прав афроамериканців у 60-70-рокі 20-го століття, містить чотири складові: програвання музики (DJ-ing) і римування (*MC-ing*), вуличні танці (*breakdancing/ b-boying*), майстерно зроблені графіті (*graffiti/ bombing*) [8, с. 174-175]. Крім прогресивної відповіді на соціальні проблеми, різновид хіп-хопу – гангстерський реп (*gangsta rap*) виражає зневажливе ставлення до жінки і прославляє насильство та сексуальне панування у непристойних текстах пісень. Жіночий різновид хіп-хопу (*sista rap*) є не менш розв'язним і грубим, але спрямованим на підтримку жінок [8, с. 179-180]. Більша частина сленгу, що використається у піснях та комунікації і походить від афроамериканського просторіччя, відображає статус та готовність зайняти більш високе положення у групі. *Answer*, *bag on*, *clown*, *fade*, *heat*, *woof* означає «ставитись до когось з неповагою, або висміювати»; *flex*, *profile*, *strut*, *vogue* має значення «вихвалятись» [6, с. 203]. Те, що вважається поганим, називають *bank*, *burnt*, *corroded*, *cramped* (потворний), *crasty*, *played* (старомодний), слабкий – це *booty*, *bootsy*, *lame*, *slum*, *tired* [6, с. 202]. Те, що вважається за добре, позначено як *all that*, *bookoo funk*, *boomin'*, *butter*, *chill*, *phat*, *fresh*, *smooth* [6, с. 215]. Ідіоматичні вирази налічують багато різних привітань (*Ayo*, *Give it up*, *Wassup*? *Money*?), формул прощання (*Check ya*, *Gone*, *Peace*, *Lay'*, *I'm Swayze*) та ритуальних висловлювань, які встановлюють статус (*bro*, *cat*, *main man*, *money dog*, *b-girl*, *sista*, *home-girl*) [6, с. 207]. Разом з музикою та мовою, мода хіп-хопу мала величезний вплив на американську молодь. Ідіоматичною є лексика, що позначає моду: *gear*, *jig* (одяг), *rockin*, *stylin'*, *voguein'* (носити модний одяг), *doo-doo pants* (мішкуваті штани), *low riders* (провисаючі штани, що сидять низько на стегнах), *pum-pum shorts* (дуже короткі шорти), *skully* (в'язана шапка) [6, с. 206].

Як і більшість молодіжних субкультур, виникнення *Emo* (скорочення від «емоційний»), що відбувалось у 80-ті роки 20-го століття в окрузі Вашингтон, пов'язано з музикою. Субкультура емо заснована на

естетиці панк-рока (*hard-core*) і цінностях субкультури *Straight-edge*. Тексти пісень, які слухають емо, виражають відчай і самотність тих, кого не розуміють батьки, школа та друзі. «Емо діти» – це переважно білі молоді люди передмість, школярі та студенти, які одягаються у чорне, дивляться MTV та відвідують емо-концерти. Стереотип цієї культури асоціюється з чутливістю і сором'язливістю інтровертів чи гнівом тих, кого відкидає суспільство. Для Емо музика є простором для емоційного звільнення і можливістю виразити свій емоційним стан:

I believe in desperate acts
The kind that make you look stupid
(Look like a fool)
Just keep reinventing myself
It's move or die
(I change my form)

Я вірю у відчайдушні вчинки
Ті, що роблять тебе безглуздим
Схожим на дурня)
Просто продовжуй змінюватись
Це рух уперед чи смерть
(Я змінюю форму) [10].

Субкультура Емо не створила особливого сленгу, чи стилю мовної поведінки. Але особливістю їх спілкування є використання скорочених найменувань груп, які вони слухають A.I.L.D (As I Lay Dying), A. A. (Asking Alexandria), B.O.D.F.(Blood On the Dance Floor).Таке кодування дає можливість відокремлювати «своїх» від необізнаних «чужих».

Формування субкультури *Hipster*, що відбувалось у 50-ті роки минулого століття, зумовлено прагненням до самовизначення та бажанням знайти сенс і гармонію у складному, заплутаному світі. Світосприйняття хіпстерів відбито у семантиці сленгу хіпстерів, які називали *solid* те, що для них зрозуміло і дійсно існувало, а словом *dragged* позначали те, що було не неясним та загрозливим. Зневажливе *nowhereness* позначало американське суспільство, тоді як *somewhereness* указувало на коло однодумців. Ескапізм хіпстерів виявлявся у вживанні легких наркотиків та алкоголю, що відображалось у їх мові: *lush* (віскі), *tea* (марихуана) [4, с. 91]. Сленг хіпстерів виник на основі жаргону (*jive*) джазових музикантів 30-40-х років минулого століття. Притаманна мовленнєвому стилю хіпстерів агресивність виражалась у метафорах, пов'язаних з сексом, і у метонімічних виразах [4, с. 87].

На межі 21-го століття субкультури втрачають свої особливості, видозмінюються і об'єднуються у відновлену субкультуру хіпстерів, яка не піддається чіткому визначенню, або поясненню. Хіпстери пасивно підтримують рух «OWS» (*Occupy Wall Street*) з метою привернути увагу до економічної несправедливості та політичної корупції, але суспільні проблеми не цікавлять хіпстерів так, як їх зовнішній вигляд. Стиль хіпстерів визначається як еклектичний, що зібраний з різних епох. Стереотип відзначено презирливо-глузливим ставленням до зверхності та обмеженості хіпстерів.

Різновид субкультури хіпстерів – *Vintage*, заснований на естетиці та культурних асоціаціях з минулих епох. Тому серед представників можуть бути і *Rockabilly*, що асоціюється з музикою Півдня США 50-х років, і *Pin Up Girls* – субкультура дівчин-моделей 50-х років. Дівчата відвідують ярмарки старовинних речей, переглядають старі фільми, танцюють свінг, навчаються флірту (*Pin Up*). Повернення до споживання старовинних речей і відродження виробництва товарів ручної роботи сприяло відновленню застарілих слів, таких, наприклад, як лексика їжі, що використається у маркетингу хіпстерських кав'ярень і ресторанів. Виявляється, що архаїчна мова повільно повертається у сучасне життя. Так знов з'являються в ужитку такі слова, як *bedchamber* (опочивальня); *bespoke* (робити на замовлення взуття і одяг); *peruse* (уважно читати, міркувати); *smitten* (вражаючий), *dapper* (чепурун); *garret* (горище); *parlor* (маленька вітальня, спільна кімната) [13]. Відроджені архаїчні терміни

© С. А. Любимова

не завжди є сленгом минулої епохи, частіше це поширені слова, які вийшли з ужитку, але тепер використання їх служить для створення мовленнєвого контексту, що відображає культурні цінності та смаки мовця. Стандартна і широко уживана лексика замінює типовий сленг як груповий маркер. Лексична і фонологічна правильність та стандартна граматика повертаються у моду як маркер соціального смаку та культурного статусу [13].

Висновки. Виникаючи як символічні системи, субкультури проявляються найбільш яскраво у моді й мовленнєвій поведінці, які стають маркерами групи і атрибутами стереотипів груп. Субкультура є своєрідним прикладом історичної мінливості культурних і мовних систем, їх ситуативної зумовленості. Мовні та стильові відмінності субкультур визначають різницю у світогляді і цінностях, приводять до градацій і різновидів навіть у межах однієї субкультури.

Кожне наступне десятиліття 20-го століття після Другої світової війни було відзначено появою нових субкультур, які брали під сумнів визнані соціальні і культурні стандарти. Спочатку бунт субкультур проти встановлених норм у мові, музиці, мистецтві, соціальних нормах, викликав різку критику американського суспільства, але згодом, субкультурні атрибути та цінності привласнювались домінантною культурою, яка розповсюджувала їх у світі через мас-медіа. Перспективою подальших розвідок є вивчення змін як у мовленнєвих особливостях субкультур, так і у стереотипах субкультур протягом часу.

Список використаних джерел

1. Любимова С. А. Лингвокультурный типаж «девушка-flapper» в американском дискурсе. Семантико-когнитивные и прагматические аспекты репрезентации. Saarbrücken : LAP Lambert Academic Publishing, 2015. 304 с.

2. Любимова С. А. Субкультура в концепції Стюарта Холла. Закарпатські філологічні студії, Вип.12, 2019. С. 243-248.

3. Сергеев С. О. К вопросу о классификации и некоторых особенностях молодежных субкультур России. Социальное знание: формации и интерпретации. Казань: Форт-Диалог, 1996. С. 43-50.

4. Broyard A. A Portrait of the Hipster. A Bedford Spotlight Reader. Bedford/ St. Martins, 2018. P. 86-93.

5. Covey H. C. Crips and Bloods: A Guide to an American Subculture. Santa Barbara: Greenwood, 2015. p.195

6. Dalzell T. Flappers to Rappers. American Youth Slang. Springfield, Massachusetts: Merriam Webster, 1996. 256 p.

7. Haenfler R. Subcultures the basics. NY: Routledge, 2014. 192 p.

8. Haenfler R. Hip Hop – “Doing” Gender and Race in Subcultures. American Subcultures: A Bedford Spotlight Reader. Bedford/ St. Martins, 2018. P. 174-185.

9. Hendley N. American Gangsters, Then and Now: *An Encyclopedia*. Santa Barbara, Denver, Oxford: Greenwood, 2010. P. 93-97.

10. Hirschman E. C. *Branding Masculinity: Tracing the Cultural Foundations of Brand Meaning*. New York and London: Routledge, 2016. p. 91.

11. Jawbreaker. Ache, 1994. https://genius.com/Jawbreaker-ache-lyrics

12. Lieske J. The Changing Regional Subcultures of the American States and the Utility of a New Cultural Measure. Political Research Quarterly. Vol. 63, No. 3, 2010. P. 538-552.

13. Luu Ch. More Hipster Than Thou: Is Vintage Language Back in Vogue? JSTORE Daily, October 13, 2015. https://daily.jstor.org/hipster-thou-vintage-language-back-vogue/

14.Thompson H. S. Hell’s Angeles. (Ed. E. Rawson) American Subcultures: A Bedford Spotlight Reader, 2018. Bedford/ St. Martins, P. 117-129.

References

1. Lyubymova, S. (2015). Lingvokulturnyj tipazh "devushka-flapper" v amerikanskom diskurse [Lingua-cultural

Type "Flapper" in American Discourse]. Saarbrücken : LAP Lambert Academic Publishing. p. 304. [In Russian].

2. Lyubymova, S. (2019). Subkul`tura v koncepciyi Styuarta Holla [Subculture in View of Stuart Hall Conception]. *Zakarpats`ki filologichni studiyi*, 12. P. 243-248. [In Ukrainian]. DOI https://doi.org/10.32782/tps26634880/2019.12.47

3. Sergeev, S.O. (1996). K voprosu o klassifikaczii i nekotory`kh osobennostyakh molodezhny`kh subkul`tur Rossii [On the classification and some features of youth subcultures of Russia]. Soczial`noe znanie: formaczii i interpretaczii. Kazan`: Fort-Dialog, P. 43-50 [In Russian].

4. Broyard, A. (2018). A Portrait of the Hipster. (Ed. E. Rawson). *A Bedford Spotlight Reader*. Bedford/ St. Martins, P. 86-93.

5. Covey, H. C. (2015). *Crips and Bloods: A Guide to an American Subculture.* Santa Barbara: Greenwood. 195 p.

6. Dalzell, T. (1996). *Flappers to Rappers. American Youth Slang*. Springfield, Massachusetts: Merriam Webster. 256 p.

7. Haenfler, R. (2014). Subcultures the basics. NY: Routledge. 92 p.

8. Haenfler, R. (2018). Hip Hop – “Doing” Gender and Race in Subcultures. (Ed. E. Rawson) *American Subcultures: A Bedford Spotlight Reader*. Bedford/ St. Martins, P. 174-185.

9. Hendley, N. (2010). American Gangsters, Then and Now: *An Encyclopedia*. Santa Barbara, Denver, Oxford: Greenwood. P. 93-97.

10. Hirschman, E.C. (2016). *Branding Masculinity: Tracing the Cultural Foundations of Brand Meaning*. New York and London: Routledge. p. 91.

11. Jawbreaker (1994). Ache. https://genius.com/Jawbreaker-ache-lyrics

12. Lieske, J. (2010).The Changing Regional Subcultures of the American States and the Utility of a New Cultural Measure. *Political Research Quarterly*. Vol. 63, No. 3, P. 538-552.

13. Luu, Ch. (2015). More Hipster Than Thou: Is Vintage Language Back in Vogue? *JSTORE Daily*, October 13, 2015. https://daily.jstor.org/hipster-thou-vintage-language-back-vogue/

14.Thompson, H. S. (2018). Hell’s Angeles. (Ed. E. Rawson) *American Subcultures: A Bedford Spotlight Reader*. Bedford/ St. Martins, P. 117-129.

MEDIA DISCOURSE STEREOTYPES OF AMERICAN SUBCULTURES

S. A. Lyubymova

Abstract. The purpose *of the article is to present the study of media discourse stereotypes of American subcultures in chronology of their appearance and typological features, that include behavioral, linguistic and fashion peculiarities of subcultural groups.*

Methods. *To establish the descriptive characteristics of stereotypes of American youth subcultures of media discourse, linguocultural analysis and media monitoring method were applied in the work. Received language material was interpretated in connection with extralinguistic information.*

Results. *A subculture is defined as community of people whose values, attitudes, interests, and ways of social and linguistic behavior, though related to dominant culture, are different from the latter. Subcultural attributes and rituals, generally hidden from the public, constitute the essential content of a subcultural group. The emergence of the most youth subcultures is associated with a particular music style, that is consistent with the group ideology. Media discourse replicates stereotyped images of subcultures, schematically representing the verbal and non-verbal features of them. In terms of appearance, activity and cultural attitudes, subcultures are divided into types. The article presents the types of American subcultures that have emerged since the 1950s and still exist in the US culture. They include romantic-escapist (e.g, emo), anarcho-nihilistic (e.g, punk, hip-hop), criminal*

© С. А. Любимова

(bandit subcultures), hedonistic-entertaining (e.g, hipster) subcultures. A characteristic feature of subcultures is their slang, which is well known to the public through music and films that function as means of stereotypization of subcultural groups.

Conclusions. *Subculture is a unique example of the historical variability of cultural and linguistic systems that fully depend on socio-economic and cultural context. Each subsequent decade of the 20th century after the Second World War in the United States was marked by the emergence of new subcultures that challenged recognized social and cultural standards. The linguistic and stylistic differences of subcultures determine the difference in outlook and values, and lead to their gradations and varieties of them. Appropriated by the dominant culture, subcultural attributes and values have been spread throughout the world through the mass media.*

Keywords: *subcultural group, media discourse, stereotypic image, linguistic behavior, social behavior, style.*

© С. А. Любимова