

В литературе экологическое сознание проявляет себя не только в различных формах отображения природы или насущных экологических проблем и не ограничивается сферой «окружающей среды», но и в многообразных трактовках соотношения природного и социального и в обществе, и в человеческой натуре.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Личко, М.Ю. Экологическое сознание в романе Сары Пеннипакер «Пакс» / Мова і літаратура ў XXI стагоддзі: актуальныя аспекты даследавання: матэрыялы V Рэсп. навук.-практ. канф. Маладых навукоўцаў (Мінск, 22 сак. 2019 г.) / Беларус. дзярж. ун-т; рэдкал.: В.У. Зуева (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск: Чатыры чвэрці, 2019. – 170-174.
2. Рагачэўская, М.С. Цывілізацыя і прырода ў творах сучасных англамоўных і беларускіх аўтараў / М.С. Рагачэўская // Вестн. МГЛУ, Серия 1, Филология. – 2013. – No 2. – 103–110 с.
3. Brown, P. PETER BROWN Studio / blog / P. Brown. – <http://www.peterbrownstudio.com/the-wild-robot/>.
4. Brown P. The Wild Robot / P. Brown. – Little, Brown Books for Young Readers, 2016. – 288 p.

ДЕКОДИФИКАЦИЯ КАК ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ЭПОХУ ПОСТМОДЕРНА

DECODIFICATION AS A TENDENCY OF THE DEVELOPMENT OF SOCIAL COMMUNICATION IN THE POSTMODERN ERA

Ю.И. Карпушенко

Y.I. Karpushenko

Белорусский государственный университет

Минск, Беларусь

Belarusian State University

Minsk, Belarus

e-mail: k.ju_lia@mail.ru

Эпоха постмодерна дае́т начало новым формам выражения и отношения к реальности, оказывая влияние, в том числе, на коммуникацию социума и непосредственно на язык. Сегодня, говоря о социальной коммуникации, в первую очередь речь идёт о медиакоммуникации, создающей новую культуру в обществе. Одной из особенностей медийной коммуникации в эпоху постмодерна мы выделили её декодификацию. Новый тип мировосприятия и свобода слова ломают все каноны и традиции, инвектива проникает во все сферы жизни общества, порождая антиязык.

The postmodern era gives rise to the new forms of expression and relation to reality, influencing, inter alia, the communication of society and directly the language. Today, when we talk about social communication, primarily it comes to mediacommunication, which creates a new culture in society. We have identified its decodification as one of the features of media communication in the post-modern era. A new type of worldview and freedom of expression breaks all norms and traditions, the invective permeates all spheres of social life creating an anti-language.

Ключевые слова: постмодерн; культура; коммуникация; медиасреда; медиакоммуникация; мировосприятие; инвектизация; декодификация; антиязык.

Keywords: postmodern era; culture; communication; media environment; media communication; worldview; invectisation; decodification; anti-language.

Постмодерн – это глобальный исторический проект, органично сменивший своего предшественника – эпоху модерна, которой были присущи вера в могущество человеческого разума, прогресс и развитие объективной науки, стремление к системной организации жизни людей, следование нормам морали и законам взаимодействия в цивилизованном обществе. Постмодерн восстаёт против его ключевых акцентов тотальным и кардинальным реформатированием мировосприятия, миромоделирования и коммуникации. Его основополагающей установкой является отрицание классических модернистских концепций.

Будучи эпохой кризисной, постмодерн порождает кризисное мировоззрение, основными чертами которого, по мнению, Л.И. Горбуновой, являются: «новизна, свобода во всем, игровое начало, стихийность, отрицание всех норм и традиций, отказ от любых авторитетов, включая государство или правила этикета» [2, с. 265]. «В эпоху постмодерна возникает не только иная действительность в комплексе трансформировавшихся прежних и новосозданных конфигураций общественного порядка, но и новые формы художественного выражения, новый язык, иное отношение к действительности, иные пути концептуального и эстетического реконструирования бытия в искусстве и философии» [8, с. 74].

Проецируясь на социальную коммуникацию, преимущественно реализуемую сегодня в медиасреде, новое мировоззрение в эпоху постмодерна вызывает трансформацию форм общения и моделей социального взаимодействия.

Содержание медиакommunikации раскрывается в следующем обобщенном определении явления: медиакommunikация – это «информационное взаимодействие между социальными субъектами (личностями, группами, организациями и т.д.), основанное на производстве, распространении и потреблении массовой информации» [1, с. 29].

Медиакоммуникация становится тем действенным и мощным инструментом, который не только несёт собою и распространяет культуру в обществе независимо от пространственной и временной удаленности, но даже и создает эту культуру, транслируя обществу «сценарий чувств, действий, оценок, сценарий того, как и что делать, хотеть и говорить» [3, с. 29].

Медиатизация коммуникативного пространства стимулирует массовизацию культуры как прогрессирующее обезличивание и стандартизацию духовного облика человека, превращение немассовых феноменов в массовые, культуры – в товар, а культурного пространства – в трафаретный суррогат. Важным свойством современной медиакоммуникации становится ее интенсивность, причем не только в виртуальном, но и в социальном пространстве. Интенсивность оказывается пагубной и меняет сам характер коммуникаций: делает их чрезмерными и агрессивными, а также принижает значимость социального взаимодействия, делая общение поверхностным и недолговременным.

Анализ массива разнообразных и с трудом поддающихся типологизации особенностей медийной коммуникации в эпоху постмодерна позволил нам в качестве ключевых выделить следующие тенденции ее развития: а) иронизм, б) декодификация и инвективизация, и в) эстетизация. Данные тенденции представляются комплексными интегративными магистральными течениями, проявление которых наблюдается во всех сферах коммуникативного пространства общества. Каждая из отмеченных нами тенденций заслуживает подробного анализа и наглядной демонстрации фактов ее проявления в медиасреде.

Итак, одной из выделенных нами тенденций эволюции медиакоммуникации в эпоху постмодерна выступает тенденция, которую мы предлагаем именовать **тенденцией декодификации и инвективизации**.

Язык живет во времени, равно как и время отражается в языке. В эпоху постмодерна появляется новый тип мироощущения, в соответствии с которым меняется язык художественных текстов, публицистики, публичных выступлений и СМИ, профессиональный язык в разных сферах социального общения. Любые социальные деформации в обществе (социокультурные, политические, революционные перевороты и антагонистические движения) реформируют любой язык и, в целом, влияют на коммуникативную культуру общества: «смещаются границы диалектных явлений, нарушается прежний нормативно-стилистический уклад языка, обновляется политическая лексика и фразеология» [5, с. 28-29].

Таким образом, социальная конфронтация любой этиологии (в том числе и восстание постмодерна против модерна) способна породить антиязык – термин, предложенный Т.В. Рогович для описания языка протестного движения, который сам автор характеризует следующим образом: «грамматика нормативного языка, но другой вокабуляр» [7, с. 205].

Свобода слова ломает все социально-этические запреты и каноны, «провозгласив принцип “свободы от” не только в отношении институционального формата диалога, но и в отношении культуры речи» [8, с. 77]. Сленг, жаргон, просторечия, инвектива проникают всюду – в кино, театр, медиа, политическую коммуникацию, порождая антиязык. В арсенале средств антиязыка в пространстве медиакommunikации инвектива, можно полагать, доминирует. Инвектива – «слова и выражения, заключающие в своей семантике, экспрессивной окраске и оценочном компоненте содержания интенцию (намерение) говорящего или пишущего унижить, оскорбить, обесчестить, опозорить адресата речи или третье лицо, обычно сопровождаемое намерением сделать это в как можно более резкой и циничной форме» [6, с. 29].

Зачастую инвективная лексика в медиасреде используется в качестве орудия в политической борьбе. Так, например, яркие уничижительного свойства характеристики партий и группировок или прозвища, которыми политики наделяют друг друга, становятся известными массовой аудитории благодаря СМИ: «Папаша Зю» (Зюганов), «Жирик» (Жириновский), «Рыжик» (Чубайс), «Степашка» (Степашин), «Порох» (Порошенко), «коммуняки» (коммунисты) и другие.

В своей книге «Последний вагон на Север» (часть 2) В.В. Жириновский намеренно называет своих противников следующим образом – «персонажи с воровскими кличками “Шахрай”, “Чубайс”, “Бурбулис”», демонстрируя тем самым, что они не нуждаются в прозвищах, так как имеют вполне «говорящие фамилии». Подобные устойчивые ассоциации формируют иронично-пренебрежительное отношение к обозначаемым ими лицам. По сути, это и есть инвективы в адрес идейных противников, призванные понизить их социальный статус, создать их нелюбезный портрет, дискредитировать.

Отмеченную выше форму речевого насилия Е.И. Шейгал – современный специалист в области политической лингвистики – именует *наवेशиванием ярлыков (стигматизацией)* и оценивает как более «цивилизованную» по сравнению с откровенной бранью, поскольку «современная речевая культура в целом не поощряет использования грубых, открытых форм агрессии в публичной коммуникации» [9, с. 163]. Ярлыки как разновидность лексической инвективы, характеризуются

идеологизированностью, субъективностью и преубежденностью, они используются не столько для характеристики денотата, сколько с целью обвинения в наличии опасных для общества свойств [9, с. 163-164].

Навешивание ярлыков популярно как в русскоязычной, так и в англоязычной политической коммуникации. К категории **ярлыков** в медиаполитической коммуникации можно отнести:

– **нейпоративную лексику**: *Mini Mike Bloomberg is a LOSER* – ‘Мини Майк Блумберг – неудачник’ (Д. Трамп о Майкле Блумберге);

– **политические термины с отрицательной оценочностью**: *The President is a cross-eyed Texan warmonger* – ‘Президент – это транссексуальный техасский **разжигатель войны**’ (Борис Джонсон о Джордже Буше – младшем); *No government in the world would sit at one table with armed terrorists* – ‘Ни одно правительство мира не станет сидеть за одним столом с **вооруженными террористами**’ (The Guardian о российских политических лидерах);

– **деонимизированные имена антропонимы** (т.е. собственные имена, перешедшие в категорию нарицательных): *Putin is going to use it in the way Hitler used the 1936 Olympics* – ‘Путин будет использовать Чемпионат мира по футболу 2018 года так, как когда-то **Гитлер** использовал Олимпиаду 1936 года’ (Борис Джонсон о Путине);

– **метафоры**: *He is mirroring to us a very ugly face of America* – ‘Он демонстрирует нам **очень уродливое лицо Америки**’ (Марианна Уильямсон о Дональде Трампе); *She’s ... like a sadistic nurse in a mental hospital* – ‘Она ... похожа на **садистскую медсестру в психиатрической лечебнице**’ (Борис Джонсон о Хилари Клинтон).

В англоязычной политической коммуникации (в отличие от русскоязычной) бранная лексика весьма широко используется в качестве навешиваемого «ярлыка» и выступает, как полагает Е.И. Шейгал, нецивилизованной с позиции русскоязычного реципиента формой инвективы в медиакоммуникации:

Why should Crazy Nancy Pelosi, just because she has a slight majority in the House, be allowed to impeach the President of the United States? – ‘Почему **Сумасшедшей** Нэнси Пелоси, только потому, что она имеет незначительное большинство в палате представителей, должно быть позволено отстранять от должности президента Соединенных Штатов?’ (Д. Трамп). Президент США Дональд Трамп назвал спикера палаты представителей конгресса Нэнси Пелоси «сумасшедшей» и возмутился правомочностью проведения ею процедуры импичмента действующего президента;

Actually, throughout my life, my two greatest assets have been mental stability and being, like, really smart. Crooked Hillary Clinton also played

these cards very hard and, as everyone knows, went down in flames – ‘На протяжении всей моей жизни двумя моими величайшими достоинствами были психическая устойчивость и крепкий ум. Лицемерная Хиллари Клинтон также делала на это ставку, но прогорела’ (Дональд Трамп);

...he is a racist, a sexist, a homophobe, a xenophobe and a religious bigot and he must be defeated” – ‘...он расист, сексист, гомофоб, ксенофоб и религиозный фанатик, и он должен потерпеть поражение’ (Берни Сандерс о Дональде Трампе).

Формой инвективы в медиакоммуникации выступают и так называемые *дисфемизмы*. Под дисфемизмом понимается «замена эмоционально и стилистически нейтрального слова более грубым, пренебрежительным» [4, с. 407].

Наглядным примером намеренного «огрубления» высказывания может служить следующий журналистский комментарий репортеров *The Guardian* в адрес России, в котором присутствуют дисфемизмы:

Russia reminded defiant this morning despite effectively being kicked out of the G8 for its land grab in Crimea – ‘Сегодня утром Россия напомнила о себе, несмотря на то, что ее фактически **вышвырнули** из большой восьмерки **за захват Крыма**’.

Фразеологизм *kick out* – ‘вышвыривать, пнуть’, используемый вместо нормативной лексемы *exclude* – ‘исключать’ может рассматриваться как своего рода насмешка и элемент антиязыка, используемый в адрес России. А выражение *land grab* – ‘отжим территории’, используемое вместо *annexation of territory*, наделяется отчетливой негативной оценкой действия как грубого, захватнического, нецивилизованного и недозволенного.

В качестве ещё одного примера дисфемизма в политической коммуникации можно привести высказывание баллотирующегося в президенты США Рональда Рейгана, который назвал состояние экономики при действующем на тот момент президенте – Джимми Картере – депрессией, и получил обвинение в неправильном использовании термина для описания процесса «рецессии». Во время своей речи в честь Дня Труда в 1980 году Рональд Рейган ответил своему оппоненту:

Let it show on the record that when the American people cried out for economic help, Jimmy Carter took refuge behind a dictionary – ‘Так и запишите в протокол, что когда американский народ **взывал к** экономической помощи, Джимми Картер **кинулся в бега, укрывшись** за словарем’.

Фразеологизм *cry out for* – ‘молить, взывать о помощи’ и метафоричное употребление выражения *take refuge behind* – ‘прятаться, нахо-

дить убежище' используются спикером для передачи негативного отношения, упрека своему оппоненту и усиления эмоционального воздействия на слушателей.

Таким образом, сегодня можно смело заявлять о **декодификации** как о магистральном течении в изменении формата и стандарта общения в современном коммуникативном пространстве. Язык и коммуникация, выступая в качестве рефлекторов времени и изменяющегося мира, отражают собою новый тип восприятия действительности данной эпохи. Являясь следствием свободы слова и отрицания всяких норм, тенденция декодификации и инвективизации рассматривается как механизм замещения реальной физической агрессии её вербальной формой. Это довольно смелый и резкий прием в социальной коммуникации в разных сферах, что печально характерно для кризисной эпохи постмодерна.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Войтик, Е.А. К вопросу определения медиакоммуникации как понятия / Е.А. Войтик // Открытое и дистанционное образование. – 2013. – № 1. – С. 26-31.
2. Горбунова, Л.И. Постмодерн как тенденция развития культуры XX века / Л.И. Горбунова // Вестник МГТУ. – 2011. – № 2. – С. 265-271.
3. Кожемякин, Е.А. Дискурс-анализ в современном социально-гуманитарном знании // Человек. Сообщество. Управление. – 2006. – № 3. – С. 25-39
4. Крысин, Л. П. Эвфемизмы в современной русской речи // Русский язык конца двадцатого столетия (1985–1995). М.: Языки русской культуры, 2000. – С. 384–408.
5. Мечковская, Н.Б. Социальная лингвистика / Н.Б. Мечковская. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 207 с.
6. Леонтьев, А.А. Понятия чести и достоинства, оскорбления и ненормативности в текстах права и средств массовой информации / А.А. Леонтьев, В.Н. Базылев, Ю.А. Бельчиков, Ю.А. Сорокин, научн. ред. А.Р.Ратинов. – М.: Фонд защиты гласности, 1997. – 128 с.
7. Рогович, Т.В. «Антиязык» как социальная форма языка на примере российского протестного дискурса 2011-2012 годов / Т.В. Рогович // Вестник ТГУ. Философия. Социология. Политология. – 2015. – № 4(32). – С. 199-208.
8. Уланович, О.И. Эстетизация как модус концептуального и перцептуального реконструирования культурного пространства социума в эпоху постмодерна/ О.И. Уланович // Искусствознание: теория, история, практика. – 2020. – № 2(28). – С. 72-79.
9. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал // Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос. пед. ун-т – Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.