

**Пётр Киричэк**

*Российская академия народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте РФ (Россия)*

### **МАССОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ В РЕЧЕВОЙ КУЛЬТУРЕ ОБЩЕСТВА**

Язык в бытии, как камертон в музыке: лучшего индикатора изменений в своей жизни человек ещё не придумал. Ситуация в этом смысле в России складывается уникальная: устойчивые недавно языковые основы нации подвергаются сегодня коренной ревизии новыми потребностями информационного и коммуникативного свойства. И эти потребности возникают у индивидов и групп людей в связи с происходящей в массовом сознании и поведении россиян социокультурной адаптацией к иной модели общественного жизнеустройства.

В речевой культуре переходного общества, каким сейчас является пореформенная Россия, эволюционирующая из индустриальной в информационную фазу развития, происходят «тектонические» процессы социально-культурного и семантико-стилистического характера. Если говорить в деталях, то изменяются традиционные вербально-ценностные смыслы, смещаются устойчивые лексические пласты, модернизируются привычные культурно-языковые коды. В результате речевая культура под давлением средств массовой информации и коммуникации приобретает гиперфункциональный характер – мобилизационно-ресурсный и реформаторско-инновационный.

По существу, в реформирующемся социуме в рамках общей культуры происходит становление и развитие новой её разновидности – массмедийной культуры, аттрактором которой являются быстро прогрессирующие (идеологически и технологически) средства массовой информации. Повседневно общаясь с массовой аудиторией, они форми-

руют журналистскую картину мира, совпадающую в основных характеристиках с виртуальной действительностью. Работая на стыке «информация – коммуникация – управление», СМИ постепенно внедряют в общественное сознание новые (часто – «перевёртышные») социокультурные нормы бытия.

В этой связи массмедийную культуру можно трактовать как информационно-коммуникативный феномен повседневности, в котором непрерывно происходит синтез-распад «молекул» духовности с одновременной трансформацией его социолингвистических признаков. Последние находят конкретное выражение в тиражируемых на конвейере прессы масскультурных медиатекстах модернистского характера, который формируется конгломератом виртуального факта, деформированного понятия, гиперболизированного образа, утрированного слова, ёрнического стиля.

На всей этой гиперпродуктивной смеси выстраивается побочный продукт развития цивилизации под названием «асимметричная информация» – термин Дж. Стиглица, трактуемый в нашем представлении в более широком смысле: не как резервная или дополнительная информация у одного актора, взаимодействующего с другим, не обладающим подобной информацией. Речь здесь идёт о таких публично выставляемых фактах, сведениях, оценках, которые, согласно выбранным их производителями и распространителями алгоритмам, становятся противонацеленными опорным конструкциям людского бытия и сознания, или подтачивающими ментальные основы социальной культуры.

Эта информация связывается, в первую очередь, с прямой или косвенной дезориентацией индивида, группы, общества в окружающем мире, что неизбежно оборачивается снижением порога возможностей граждан к самосохранению и развитию. И она сейчас циркулирует в публичной сфере в таком количестве-качестве, не замечать которое со стороны власти предосудительно во всех смыслах. Это – реальная для страны социально-культурная опасность, и властью феномен «асимметричной информации» не должен восприниматься как легко отсеиваемая безобидная шелуха от семечек, ведь в его потенциале заложено достаточно сильное конфликтогенное начало, способное вызвать, в том числе, системный кризис в людском сообществе.

По словам А.А. Зиновьева, «наша планета сейчас захламлена информацией не меньше, чем отходами индустрии, нанёсшими непоправимый ущерб природной среде. Информация стала самым дешёвым продуктом жизнедеятельности общества. И от этого хлама нет спасения,

как от мусора» [2, с. 295]. Если навскидку оценить этический характер современного медиасодержания, доминирующего в российском информационном пространстве, особенно в его телевизионном сегменте, то и взрослому, и подростку можно сделать вывод: для того, чтобы хорошо жить, на уровне бытия – не обязательно хорошо трудиться, а на уровне сознания – не обязательно блюсти нравственность.

Как без усталости работающий крот истории, асимметричная информация изо дня в день воспроизводит в бытии и сознании людей социальное бескультурье и образует в повседневном бытии личности устойчивый дисбаланс между тремя её подструктурами – «биогенезом», «социогенезом», «психогенезом». Причём влияние этой информации на человека происходит не комплексно или гармонично, а точно или избирательно – в основном, она педалирует:

– либо «бионачалом» в человеке, отправляя его вниз по лестнице эволюции, к обезьяньим предкам;

– либо «психоначалом», сублимируя жизнь человека до нормо-стрессового состояния, в котором лишь один шаг остаётся до суицида.

В итоге структура личности под воздействием асимметричной информации, консистенцию которой составляет «тройная уха» (чернуха, мокруха, порнуха), начинает мутировать по вектору понижающей социализации, или этическому реверсу человека, что находит выражение:

– в упрощении (раскультуривании) биогенеза – это означает экстенсификацию материального начала в человеческой жизни, что приводит к объёмному (пространственно-временному) увеличению его роли в бытии и сознании индивида в гораздо больших размерах, чем это необходимо для достаточного удовлетворения физиологических потребностей в пище, жилье, одежде, сексе, комфорте и др.;

– в снижении (раскультуривании) социогенеза – это означает ослабление идентификационного начала в человеческой жизни, что приводит к объёмному (пространственно-временному) уменьшению его роли в бытии и сознании индивида до такого размера, который уже не обеспечивает полного удовлетворения социальных потребностей в профессии, карьере, статусе, семье и др.;

– в инфантилизации (раскультуривании) психогенеза – это означает смешанный (экстенсивно-интенсивный) регресс духовного начала в человеческой жизни, что приводит к объёмному (пространственно-временному) уменьшению или сохранению его роли в бытии и сознании индивида, что не может соответствовать количественному и качественному уровню удовлетворения духовных потребностей в образовании, культуре, общении, хобби и др.

Если исходить из теории, то для того, чтобы личность, даже в трудные переходные времена, в точке бифуркации своей единственной дороги жизни выходила на азимут прогресса, а не регресса (с раскультуриванием био-социо-психогенеза), на практике следует принять за непреложную данность, во-первых, необходимость и, во-вторых, обязательность непрерывного и расширенного воспроизводства материальной и духовной культуры для самосохранения и развития человека, который испытывает постоянную потребность в соитии с первой (естественной) и второй (рукотворной) природой.

И здесь на помощь личности приходит социальная информация, распространяемая по каналам массовой коммуникации и обладающая ярко выраженными культурно-аттрактивными свойствами. Рельефно данные свойства с точки зрения их действенности (конструктивности или деструктивности) проявляются в поле речевой культуры в обществе, которая и прямо, и косвенно зависит от уровня массмедийной вербальной культуры.

К культурно-аттрактивным свойствам массовой информации, в частности, относятся:

– возможность ревизии вербально-ценностных смыслов (например, передел смысла «советский» на его сниженный вариант «совок»);

– возможность диффузии лексических пластов (например, экспансия языка «разговорного» на функциональном поле языка «литературного»);

– возможность реконструкции культурно-языковых кодов (например, замена языковой культуры «книжной» аналогом «экранной»).

Культурно-аттрактивные свойства массовой информации являются производными от деятельности речевого модуля медиакоммуникаций, который в условиях переходного общества способен формировать публичную сферу по двум противоположным векторам.

1. Вектор позитивный: сюда относятся следующие перемены, инициированные медиасредой, – лингвистическая демократизация информационно-коммуникативного пространства (опрошение языка передаваемых сведений); снижение семантического порога доступности и рецептивности медиатекстов (облегчение смысла производимых сведений); обновленческая реконструкция языковых ресурсов социального взаимодействия (усиление контакта между производителем сведений и их потребителем). Хотя здесь следует оговориться: облегчение смысла коммуникации и, особенно, опрошение её языка имеют разумные пределы – невозможно задавать публичной сфере высокие культурные пара-

метры в условиях, когда представители высшей элиты страны говорят с телеэкрана на весь мир: «Мы их будем мочить даже в сортире...», или «Я над этим законом не парился...».

2. Вектор негативный: сюда относятся следующие перемены, инициированные медиасредой, – экспансия массовой культуры в журналистском языке (просторечность и вульгарность обращения); разрушение социолингвистических механизмов интеракции индивидов и групп (обособленность и конфликтность общения); формирование негативно-тезаурса повседневного общения (интолерантность и агрессивность поведения).

К сожалению, в настоящий момент в информационно-коммуникативном пространстве России вектор негативный доминирует над вектором позитивным, что размывает прежние границы вербально-дозволенного и семантически-стилистически максимизирует собственно медиатекстовые значения. Объём передаваемой информации при этом увеличивается, по мнению С.А. Ржановой, не за счёт расширения документальной стороны текста, а в результате игровых (креативных) соотношений между разными его структурами [4].

Прогноз на ближайшее развитие отечественной речевой культуры (с учётом плюс-факторов и минус-факторов) складывается неблагоприятный.

Во-первых, в связи с усиливающимся проникновением постмодернизма в современное информационно-коммуникативное пространство россияне и дальше будут подвергаться рискам и угрозам утраты ментальной идентичности в условиях глобализации: «По объёмам детского вещания Россия сегодня находится на последнем месте в Европе. 20 российских каналов уделяют детям меньше часов, чем 1 голландский... Наши дети не нуждаются в таком телевидении, которое им предлагают сегодня российские каналы... Как точно заметил один из американских телевизионщиков, “ваше телевидение сегодня воспитывает патриотов нашей страны”. Преподаватели хватаются за голову: нынешние школьники не знают, кто такие Емеля, Кощей Бессмертный или что приключилось с ёжиком в тумане, зато без запинки могут перечислить всех друзей и врагов Человека-паука или поимённо назвать «покемонстров». В России выросло уже целое поколение детей, чьё сознание сформировалось целиком на западной анимационной продукции» [7].

Во-вторых, в связи с увеличивающимся объёмом потребления фактов, сведений, оценок из печати, радио, телевидения, интернет-изданий, нафаршированных деструктивной (вредной) информацией, которая об-

служивает не социальную и духовную, а биологическую структуру человека (на уровне рефлексов и инстинктов), россияне и дальше будут подвергаться рискам и угрозам одномерного развития личности, если этот процесс уместно называть «развитием».

Между прочим, такая линия вербально-семантического поведения прессы противоречит узаконенному опыту даже зарубежной журналистики, откуда, в сущности, и пришла на российскую почву масскультурная информация. Например, один из канонов американской журналистики гласит: «Газета не может считаться благопристойной, если публикует подробности совершения преступлений или живописует порок, что отнюдь не идёт обществу на пользу; намеренное потворство порочным инстинктам должно встречать решительный отпор общества и безоговорочно осуждаться большинством профессионалов» [1, с. 237].

К слову, так и было в России в не столь давние времена, когда до перестройки прежняя система общественного воспроизводства (духовная её инфраструктура) поставляла в публичную сферу в массовом порядке социальную информацию, характер которой обуславливался ведущим в те времена нравственным принципом: больше света – меньше тени. Нынешняя же система массовых коммуникаций производит для потребления гражданами социальную информацию, характер которой обуславливается обратным принципом: меньше света – больше тени.

И такая информация отличается вызывающе-негативным восприятием социального опыта прошлых лет, в частности, традиционно-коллективистских норм быта, морали, психологии чисто российского свойства. Именно на этой платформе непродуктивного, если не огульного, отторжения прошлого и происходит интенсивное засорение общественной атмосферы вредными для духовного здоровья граждан информационными токсинами – к примеру, откровенным бесстыдством: «Тебя не хочет мужчина? Денег дай ему, дура!» [6], что, конечно, не может не оскорблять общественную нравственность в лучших её чувствах. Кроме того, постоянный перебор «негатива» в массовой информации, отступающей от реалистических пропорций и находящейся в непрерывном обороте, способен сработать на тёмные инстинкты в человеке и большими инъекциями бездуховности истончить нравственный иммунитет сообщества граждан.

Согласно закону равновесия семантики и стилистики, для высоких мыслей требуются высокие слова (и наоборот), так что в самом факте низкого падения языка отечественной прессы нет ничего удивительно, ведь корни данного явления кроются в социальных причинах. По-

сле 1991-го года российское общество сделало шаг назад по пути цивилизации: снизилось в целом качество жизни россиян, а в это понятие входит и обеспеченность граждан социально значимой информацией. К сожалению, в ее массиве сейчас преобладает не полезная, а бесполезная и даже вредная для самосохранения и развития общества информация: «Сейчас мы имеем на телевидении новый вид цензуры, вместо советской, партийной – цензуру рынка. Она стремится потакать самым низменным человеческим интересам, когда лишь тёмная кухня рейтингов (куда независимым исследователям вход наглухо закрыт), а следовательно, деньги диктуют, что нужно выдавать в эфир и в каком виде. У нас, например, сильно деградировало, «пожелтело» научно-популярное вещание: на некоторых каналах под видом просветительских передач об исторических деятелях или людях искусства демонстрируется копание в грязном белье. Вместо того чтобы рассказать о творчестве певца, поэта или учёного, на зрителя вываливают пикантные подробности его личной жизни» [5].

«Вредность» производимой конвейерным способом массовой информации проистекает, в том числе, из асоциальности и аморальности поведения журналиста, которое впоследствии проявляется и в его отношении к слову. Последнее является техническим оружием прессы. Наряду с ним, у прессы есть идейное оружие – мораль, освящённая высоким смыслом. И если по части морали у журналиста случаются отступления от правды и истины, то и слова для этого подбираются соответствующие. Если одно (основное) оружие кривое, то откуда взяться прямому (вспомогательному) аналогу?

Сегодня вожделенная свобода слова превратилась в свободу злоупотреблять словом. Отсюда все беды языка нынешней прессы, начиная с внешне безобидного засилья иноязычия, типа «сникерсни!», и кончая целыми потоками ярлыков, кличек, оскорблений, типа: «Гус Хиддинк, единственный настоящий европеец в нашей обильной матерщинниками и хамами стране, как же тебе пришлось намучиться с нами! ... Он ни с кем не спорил, никому не возражал, со всеми говорил с симпатией и умудрился в нашей перевозбуждённой и местами доходящей до безумия стране обойтись без скандалов и перебранок. Он ни разу не обвинил игроков и ни разу на них не пожаловался. Что это за ангел к нам слетел, в наш суровый и искрящийся эмоциями бардак?» [3].

По всему выходит, что по уровню семантической культуры и стилистической грамотности дореформенная пресса была на два порядка выше нынешней, пореформенной, которую можно назвать в этом

смысле полуграмотной. Нынешняя пресса накрылась «девятым валом» непрофессионализма, а вольное обращение журналистов с фактом и небрежное обращение со словом стали едва ли не нормой этой разновидности творческого труда – вопреки В.В. Маяковскому, который говорил о необходимости для любого литератора изводить единого слова ради тысячи тонн словесной руды...

#### *Літаратура*

1. Авраамов, Д.С. Каноны американской журналистики / Д.С. Авраамов // Профессиональная этика журналиста. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1991.
2. Зиновьев, А.А. Распутье / А.А. Зиновьев. – М.: Элефант, 2005.
3. Поликовский, А. Свобода в красных штанах / А. Поликовский // Новая газета. – 2008. – № 45. – 26–29 июня.
4. Ржанова, С.А. Речевая культура как феномен массовой коммуникации / С.А. Ржанова. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2005.
5. С ТВ разберутся по-советски? // Аргументы и факты. – 2008. – № 27. – 2–8 июля.
6. Тебя не хочет мужчина? Денег ему дай, дура! // Моя семья. – 2005. – 17 октября.
7. Шингарева, Ю. Пустите детей к голубым... экранам / Ю. Шингарева // Аргументы и факты. – 2007. – № 36. – 5–11 сентября.