

Ржанова С. А.,
д-р культурологии, проф.
Мордовский
государственный
университет
им. Н.П. Огарёва,
Россия

ЭТИКО-ЭСТЕТИЧЕСКОЕ ВИДЕНИЕ МИРА В ЖУРНАЛИСТИКЕ

Автор рассматривает информационное пространство, создаваемое масс-медиа той средой, в которой производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды. Повседневная жизнь человека характеризуется зависимостью от структурированного СМИ семиотического продукта. В произведениях публицистики сохраняется социальная память различных культурных времен. Тем самым, создается перевод образцовых текстов в разряд культурных ценностей вне зависимости от времени создания.

Ключевые слова: информационное общество, массмедийная культура информационно-коммуникативный феномен повседневности, речевая культура, язык СМИ, культурлингвистическая систематика речевого общения, журналистская картина мира

The author considers the information space created by the media of the medium in which are produced, and aired aestheticizing cultural codes. Everyday life of a person characterized by dependence on a structured semiotic media product. In the works of journalism remains a social memory of different cultural times. Thus, the model creates a translation of texts in the category of cultural property, regardless of the time of creation.

Keywords: information society, information and culture massmediynaya communicative phenomenon of everyday life, speech culture, language, media, kulturlingvisticheskaya taxonomy of verbal communication, journalistic view of the world

Участник конференции

Повседневная жизнь человека в информационном обществе характеризуется зависимостью от структурированного СМИ семиотического продукта. Информационное пространство, создаваемое масс-медиа является той средой, в которой производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды. Текст пространства воспроизводит глубокие культурные смыслы, раскрывает ценности культуры.

Несмотря на достаточную стабильность множества повседневных семантических градаций, социокультурные ценности человеческого бытия, касающиеся прежде всего этико-эстетического видения мира, отмечаются типологическими признаками общей информационной динамики языковых мутаций, что позволяет сформулировать культурлингвистическую систематику речевого общения.

Речевая культура в обществе непрерывно подвергается всевозможным ревициям и реконструкциям со стороны языка средств массовой коммуникации. Причем, речь идет не столько о семантике и стилистике повседневного тезауруса общения и социального взаимодействия индивидов и групп, сколько о принципах мироощущения, мирозерцания и миропонимания.

Конструкты этой культуры постоянно «выставляются» и быстро

легализуются в продуктах массовой коммуникации, или публицистических медиатекстах, которые в настоящее время являются одной из самых распространенных форм бытования языка. Уровень культуры (в том числе – речевой) индивида, группы, общества в целом сегодня признается одним из ведущих регуляторов общественной жизни, фактором динамики социума, показателем качества личности как активного субъекта социальных процессов. По этой причине важной для науки задачей представляется выяснение того, как, с одной стороны, язык СМИ выражает речевую культуру нации на социокультурном «изломе» и, с другой – как он влияет на эту культуру.

Средства массовой информации, повседневно «общаясь» с массовой аудиторией, формируют журналистскую картину мира, совпадающую в основных характеристиках с действительностью, и, работая на стыке «информация – коммуникация – управление», постепенно внедряют в общественное сознание новые (часто – «перевертышные») социокультурные нормы бытия. Журналистика нового времени размывает прежние границы вербально-дозволенного и семантикостилистически максимизирует собственно медиатекстовые значения. Объем передаваемой информации при этом уве-

личивается не за счет расширения документальной стороны текста, а в результате игровых (креативных) соотношений между разными его структурами.

Синкретизм массовой коммуникации и речевой культуры заключается в том, что масс-медийная культура как важнейший продукт духовного производства повседневно формируется в результате непрерывного взаимодействия двух информационных потоков. На их основе возникают коммуникативные механизмы: социокультурные или ценностные (с содержательной точки зрения) и речевые, или знаковые (с формальной точки зрения). На базе информационно-коммуникативного синтеза образуется культурлингвистическое пространство масс-медиа, хотя и неоднородное по содержательному наполнению (конструктив соседствует с деструктивом), в произведениях публицистики сохраняется социальная память различных культурных времен. Тем самым, создается перевод образцовых текстов в разряд культурных ценностей вне зависимости от времени создания.

Массовая коммуникация нового времени размывает прежние границы вербально-дозволенного и семантикостилистически максимизирует собственно медиатекстовые значения. Объем пере-

даваемой информации при этом увеличивается не за счет расширения документальной стороны текста, а в результате игровых (креативных) соотношений между разными его структурами.

Подобно любимым духовно-практическим продуктам человеческой деятельности, лингвистические знаки опосредуют особенности исторически сложившихся общественных отношений. Являясь средством передачи культурных ценностей, «язык выступает зеркалом прошлого и настоящего, собирает и хранит опыт предшествующих поколений»¹ и передает его в сжатой форме представителям нового поколения.

Погружаясь в культурное пространство, индивид получает социально детерминированные программы деятельности, основанные на средоточии освященных предшествующим опытом ценностей, норм, правил. Данная парадигма выводит на проблему восприятия жизненного мира. При этом культурное пространство выступает одновременно и как субстанциональное, и как реляционное – с одной стороны, оно определяет деятельность человека и, с другой – ею определяется. В этом случае все процессы, происходящие в обществе, сам феномен социальности как нечто внеприродное оказываются феноменами культуры, в том числе речевой ее вид, который с самого рождения индивида подвергает его воздействию со стороны системы словоупотреблений, сложившейся в некоей общности, придерживающейся норм переменной культуры повседневности.

В настоящее время, когда информация становится одной из основных

ценностей в жизни людей, речевая культура в обществе непрерывно подвергается всевозможным ревизиям и реконструкциям со стороны языка средств массовой коммуникации. Причем, речь идет не только о семантике и стилистике повседневного тезауруса общения индивидов и групп, а о принципах мироощущения, мирозерцания и миропонимания. Сегодняшние средства массовой коммуникации претендуют – ни много, ни мало – на свой приоритет в создании картины мира, в осмыслении человеческой природы. В процессе жизнедеятельности именно сообщество людей создает неповторимый текст культурного пространства, всегда несущий в себе множество специфических сообщений, среди которых наиболее ценными представляются те, что воспроизводят глубокие культурные смыслы. Эти смыслы являются индикаторами, с одной стороны, уровня культуры всего общества и с другой – качества личности, живущей в данном обществе, уровня его интеллектуального, эмоционального, нравственного развития, определяющего стиль его поведения по отношению к другим людям, в том числе – речевой модуль общения. Эта часть общечеловеческой культуры слагается из многих составляющих, но приоритетное место занимает здесь язык.

Коммуникативная функция языка и идеологически, и технологически обеспечивает межкультурное общение, в ходе которого эксплицируется тип личности,

создающий «дополненный» язык с вновь рожденными «добавлениями» в речевую культуру. Социально-психологическая, лингвистическая и культурная характеристики любого актора коммуникативного общения определяют его понимание мира, основанное в большей степени на перцептивном тезаурусе. Последний, в свою очередь, формируется в процессе первичной и вторичной социализации личности под воздействием доминантного в данном обществе типа речевой культуры.

Несмотря на достаточную стабильность множества повседневных семантических градаций, социокультурные ценности человеческого бытия, касающиеся, прежде всего, этико-эстетического видения мира, отмечаются типологическими признаками общей информационной динамики языковых мутаций, что позволяет сформулировать культурлингвистическую систематику речевого общения, или выделить социальные разновидности речевой культуры. В структурной последовательности вышеназванной динамики можно выделить три формационных этапа, означающих на каждом из них господство какой-либо из этих разновидностей, а именно: книжной, смешанной и экранной (термины употребляются для определения функционально-стилистической отнесенности вербально-визуальных кодов общения).

Порабощающее воздействие электронных средств массовой коммуникации выражаются не только в том, что они почти незаметно, но неуклонно формируют наш вкус, наши склонности, наши взгляды, но и заставляют нас общаться тем языком, который нужен не столько нам самим, сколько аттракторам (манипуляторам) нашего сознания и поведения. Содержание, форма и стиль одного типа речевой культуры не могут передаваться по наследству другому: культура каждой эпохи вырабатывает их сама для себя. В этой связи о динамике культурно-исторического процесса, в том числе и о кризисных явлениях в стиле и языке массовой коммуникации, можно говорить, лишь учитывая рамки конкретной культуры.

Литература:

1. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа – М., 1994. – С. 120

