

# ФИЛОЛОГИЯ

УДК 808

## БЕЗОТВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО – ИСТОЧНИК КРИЗИСА ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

Л. К. Салиева

Московский государственный университет  
им М. В. Ломоносова, г. Москва, Россия

### IRRESPONSIBLE WORD IS THE SOURCE OF POSTINDUSTRIAL SOCIETY CRISIS

L. K. Salieva

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

**Summary.** Irresponsible word creating a false myth makes society reproduction impossible. The main myth generator of modern times is the mass media. The prevailing discourse mode in the media is narration, it being a narrative for those who create it (the story is used as an argument), and a myth for those who receive it (the perceived story is treated as a reality). Mass narrative for children lays the foundation for mass consciousness of the near future.

**Keywords:** irresponsible word, mass consciousness, narrative, reference personality, moral censorship, rhetoric, analytical reading.

1. Суть кризиса современного общества, как было предсказано и показано М. М. Бахтиным, состоит в безответственности слова, в его профанации, ведущей к невозможности обеспечения общественного воспроизводства. Этот факт обусловлен тем, что доминирующим типом человеческой цивилизации в XX веке (постиндустриальный период) становится информационная цивилизация, в которой власть осуществляется путем управления информационными ресурсами и информационными потоками. Для эффективного осуществления властных функций на больших территориях и по отношению к большой аудитории необходимы современные информационные средства и технологии, способные путем постоянного присутствия и направленной обработки заставить людей принять определенный стиль, идеи и потреблять определенные вещи. Подобные информационные средства и технологии находятся в силу финансовых причин в руках ограниченного числа государственных, общественных и частных организаций. В условиях безответственного слова, неэтичного использования средств массовой коммуникации тезис о плюрализме мнений оборачивается выражением интересов владельцев указанных организаций и подчинением посредством создания ложных мифов этим интересам аудитории. Конкуренция между авторами на информационном рынке ведет к примитивизации ценностей, отраженных в информационном продукте, вульгаризации содержания и языка последнего. Ориентация на потребление и удовольствие, прагматизм порождают культурный нигилизм. В таких условиях репродукция общества невозможна, оно нацелено на самоуничтожение. Отсюда – именно экология информационного пространства – ключ к разрешению проблем современности. Рассмотрим эти вопросы более подробно.

2. В обществе, существующем в условиях определяющего влияния средств массовой коммуникации, последние являются творцом идеологии, формируют массовое сознание: образ мира и образ человека. Массовая информация, совместно с порожденной ею массовой культурой, и сопровождающей ее современной рекламой и массовыми играми, формируют стиль.

Массовое сознание оказывается насквозь структурировано немногими, но настойчиво внедряемыми в него положениями, которые определяют реакции, оценки и поведение человека. Совокупность этих положений (общих мест массового сознания: «символический зонтик») есть результат реализации стратегии информирования. В плане содержания последняя определена источниками финансирования, которыми являются государство, частные корпорации и реклама. Исследование стратегии информирования и, соответственно, массового сознания, возможно посредством контент-анализа СМИ. Последний используется, в частности, для мониторинга общественного мнения в управлении им.

Благодаря свойству мультимедийности (совмещению словесного, визуального и аудиального воздействия) современные средства массовой коммуникации образуют постоянный контекст человеческого бытия, параллельную реальность. Жизнь современного человека погружена в мультимедийный рассказ о событиях. Повествование здесь является преобладающей композиционной формой, причем для создателей оно – нарратив (рассказывание истории, имеющее цель помимо рассказа, то есть использование повествования как аргумента), для обывателя – миф (воспринимаемая история и есть реальность).

Нарратив является самым эффективным способом распространения идей, создания образов. В рассказе идеи приобретают свойства осмысленности, запоминаемости и согласованности, они образны.

Нарративные жанры многочисленны. Нарративом является любой текст (литературно-художественный текст, очерк, публичная речь, комикс, песня, фильм, видеоигра, театр, танец и т. д.), который описывает реальные или вымышленные события в той или иной последовательности.

Функции нарратива определены тем, что он является имманентным свойством человеческого мышления и отсюда – формой социального взаимодействия, формой понимания и культурного опыта, формой организации научных исследований и образовательных технологий.

Центром медийного нарратива могут быть «звезда», супергерой, кукла (игрушка), представляющие собой типы современной эталонной личности (образцовая внешность, поведение, жизнь и т. д.).

3. Нарратив массовой коммуникации для детей закладывает фундамент массового сознания ближайшего будущего. Здесь полезно вспомнить систему воспитания Платона, изложенную им в трактатах «Государство» и «Законы» и ставшую основанием для многих последующих систем. По Платону, главное условие идеального государства – правильное воспитание, социальная функция которого состоит в том, чтобы сделать ребенка совершенным гражданином, умеющим справедливо подчиняться или начальствовать. Воспитание начинается с воспитания мусическими искусствами, к которым относятся словесность, то есть мифы, и игры. Этот тип воспитания формирует внутренний мир человека, т. е. его душу. Состав мифов и игр, доступных детям, должен, считает Платон, соответствовать законам и учить детей жить по правилам.

Частичное представление о нарративе массовой коммуникации для детей можно получить, подвергнув контент-анализу продукцию одного из самых успешных проектов на рынке детской мультимедийной продукции «Человек-паук» (издательство Marvel). «Человек-паук» существует на разных материальных носителях (в качестве комиксов, карточной игры, на телевидении, в кинофильмах и видеоиграх).

Ниже представлены результаты качественного контент-анализа журналов за 2009 год и 400 карточек.

Категория персонажи. Мир, в котором действует Человек-паук, состоит из бесчисленного разнообразия злодеев. В результате знакомства с последними ребенок выучивает следующие слова: *криминальный джентльмен, криминальный босс и основатель преступного сообщества, безжалостный убийца, маньяк-убийца, убийцы пауков, се-*

*рийный убийца, чрезвычайно опасный убийца, загадочный преступник, порочный торговец наркотиками, взломщик сейфов, ловкий ворюга, безжалостный делец, наемный преступник, кошмар, падаль, гоблины, демоны, вампиры, мефисто, мутанты, мутантиши, клоны, симбиоты, зомби и т. д.*

Категория поведение/поступки персонажей. Ребенок узнает, что можно «*проворачивать аферы, иметь карьеру взломщика, использовать свою силу в преступных целях, стать преступником ради острых ощущений, отбывать пожизненный срок, создавать галлюцинации, подсесть на наркотики, вступить в романтические отношения, использовать достижения науки исключительно в целях разрушения*», а также, что можно стать супергером, приняв сыворотку.

Категория языковой стиль. Для комиксов характерен грубый язык, частотны слова, подобные *сойти с ума, бешеный, псих*, повелительное наклонение, восклицательные знаки, рубленные фразы.

Возникает также вопрос о цели введения в текст для детей таких вещей, как подзаголовки «*Для истинно верующих*» одной из рубрик комикса (рубрика «Сетевые файлы»), задания, типа «*Учись рисовать зеленого кумира!*»<sup>1</sup> (имеется в виду гоблин), бонусные карточки с командой «*Укради!*» и пояснением, что данная карточка дает право украсть (не *взять*, а именно *украсть*) некоторое число карточек у любого игрока. Подобные приемы делают нормативными элементы зла в той части образа мира, которая представляет добро.

**Вместо заключения** хочется поставить, по крайней мере, три вопроса:

- Какими будут ценности поколения, выросшего на продукции «Человек-паук»?
- Какими могут и должны быть действия государства и общества по отношению к такой продукции?
- Как обыватель может защититься от подобного потока информации при отсутствии какого-либо контроля со стороны государства и общественности?
- Представляется, что насущными требованиями настоящего момента являются
- введение нравственной цензуры, если не превентивной, то хотя бы карательной;
- разработка здоровых массовых мультимедийных продуктов для детей;
- повышение риторической грамотности общества: Только умение анализировать и оценивать информацию, адекватно выражать свою мысль может защитить обывателя в эпоху либерализма, эпоху создания мифов в своих частных интересах. Это потребует введения качественных курсов аналитического чтения и риторики в программы всех уровней среднего образования.

---

<sup>1</sup> Человек-паук. Герои и злодеи. Marvel. An Eaglemoss Publication. 2009, №2. с. 19 (Следует отметить, что продукция «Человек-паук» в качестве средства массовой информации не зарегистрирована и, соответственно, как таковое регулироваться не может).