

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО

DOI: 10.17805/zpu.2022.4.17

Современная репрезентация речевой культуры развлекательных телевизионных программ в новых условиях цифровой трансформации медиа

Д. А. ФУКС

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ИНСТИТУТ ИМЕНИ А. М. ГОРЬКОГО,
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А. Н. КОСЫГИНА

В статье анализируется культурное значение современных репрезентаций речевой культуры развлекательных телевизионных программ как транслятора актуальной медиа-речи в условиях цифровой трансформации современных медиа. Речевая культура в этой связи понимается нами как совокупность реально функционирующих речевых практик, определяемых взаимодействием общенормативных оснований; специфичных для данной культуры локальных языковых особенностей и влияния актуальных социокультурных контекстов на речевое поведение массовой медиааудитории в условиях удаленной коммуникации.

В статье представлены основные направления вектора исследований современных репрезентаций речевой культуры развлекательного телевизионного контента в условиях новой цифровой трансформации современных медиа. Теоретической основой исследования выступает концепция базового ценностно-нормативного подхода медийной массовой речевой культуры, и особое внимание сосредоточено на анализе нормативного использовании языковых единиц современными образами медийной жизни, которые активно транслируются и тиражируются актуальными СМИ.

Репрезентация современного состояния речевой культуры развлекательных телевизионных программ в новых условиях цифровой трансформации медиа с позиции ценностно-нормативного подхода не в полной мере нацелена сегодня на формирование трансляции устойчивых ориентиров речевого этикетного поведения в условиях русской литературной традиции.

Ключевые слова: речевая культура медиа; развлекательные телевизионные программы; речевые традиции; онлайн-среда; речевой контент; речевые типы; цифровые трансформации; речевые практики, литературно-языковая традиция; речевое этикетное поведение; языковая норма

ВВЕДЕНИЕ

С появлением цифровых платформ и дигитализации современного развлекательного контента в научном сообществе все активнее распространяются суждения о том, что трансформация и эффективная интеграция речевых телевизионных практик в пространстве уже изменяют существующую медиасреду. По мнению

ученого-социолога А. А. Ефанова, «вследствие активного позиционирования посредством сетевых коммуникаций и телевидения шедевров музыкального и изобразительного искусства наблюдается дуалистичный процесс: с одной стороны, происходит переориентация ценностной системы аудитории; с другой — смена культуuroобразующих детерминант в конечном итоге будет способствовать трансформации контента всего медиарынка» (Ефанов, 2020: 347). Таким образом, происходит взаимное влияние и изменение аудитории и медиасреды под воздействием цифровизации и дигитализации пространства. Следствием чего является возникновение тенденции на преобладание глобальной трансформации ценностно-смысловых концептов современной речевой медиакультуры. Другой известный ученый-филолог О. С. Иссерс базируется на схожих научных взглядах, утверждая: «...с одной стороны, представления о правильной, выразительной речи складываются на основании классических образцов национальной речевой культуры, с другой — они не могут не испытывать влияния современной социальной среды, в которой осуществляется коммуникация. В условиях, когда “литературно-языковая норма становится менее определенной и обязательной”, а литературный стандарт “становится менее стандартным” (Костомаров, 1999), проблема выявления речевого идеала еще более актуальна» (Иссерс, 2019: 181).

ЗНАЧЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ РЕПРЕЗЕНТАЦИЙ РЕЧЕВОЙ КУЛЬТУРЫ КАК ТРАНСЛЯТОРА АКТУАЛЬНОЙ МЕДИАРЕЧИ

Язык — динамичная сфера бытия человека, нормы и правила которой постоянно меняются. Меняются словарные нормы, законными становятся те варианты произношения, которые ранее считали ошибочными. Таким образом, язык отражает ценностные и структурные изменения в обществе.

Мы придерживаемся следующей концепции и утверждаем, что традиционные методы телевизионной трансляции развлекательных телепрограмм хотя и трансформируются, приспособившись к новым цифровым реалиям, но их языковая (речевая) базовая нормативная (культурная) литературная доминанта сохранится в традиционной сакраментальной привычной функции (эстетизация и трансляция неизменного базового национального культурного речевого кода). При этом указываем на особую необходимость анализа современных речевых проблем (изменения контекста речи) по причине перехода на современные цифровые форматы медиапотребления (известный «эффект упрощения»), разделяя научную позицию еще одного ученого — исследователя-культуролога, практика телевизионной речи Н. В. Суленевой.

Исследователь отмечает, что «виртуальное общение часто наделяет собеседника несуществующими качествами, так как дает повод для “карнавализации” во взаимодействии, способствует созданию желаемых “масок”» (Суленева, 2020: 29). Виртуальное общение — общение обезличенное, где человек может выбрать любую роль, создать и сыграть любую личность. По сути виртуальное общение — это общение масок. Необходимо отметить и «перспективу погружения участников общения в эмоциональный вакуум, когда нет повода для жизненной энергии (ведь есть эмоциональные знаки!), для усилий с целью завоевать внимание адресата и сделать его единомышленником» (там же: 31). В подобной обезличенности теряются все основные составляющие общения, кроме обмена информацией. Выделяет исследователь и опасность такого рода общения: «...самое катастрофичное —

это потеря интереса к реальной жизни, возникновение “искусственных желаний” (там же: 32).

Из этого можно заключить, что сохраняется «форма» речи, но меняется ее функциональное «содержание», непосредственно речевой культуры сообщения, так называемый контекст сообщения.

Основная составляющая телевизионной речевой культуры — это выразительность речи. Это свойство обеспечивает высокую эффективность речи телеведущего, делая логику изложения более доступной для адресата. Речевая культура телевидения традиционно выступает как своего рода проводник в фактологическом многообразии изменений сферы речевых жанров в обществе, определяя культурную политику и актуальную культуру в целом. Современное медийное пространство зеркально отражает активное распространение различной телевизионной языковой практики, ее острую востребованность обществом, динамичное развитие речевой культуры в этом русле. На фоне конвергентного развития медиа (слияния, интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс) прослеживается взаимозависимость «традиционного» и «инновационного», смещение развлекательного контента и официального обращения на современных цифровых медиаплатформах, медиапродуктах.

Таким образом, современная медиасреда перенасыщена информацией, и от участников, формирующих развлекательный и официальный контент, требуется упорядочить этот процесс. «В перенасыщенной медиасреде нужны новые навыки и инструменты для управления данными, новостями и мнениями, а это требует от участников определенного уровня медиакомпетенций» (Ефанов, 2022: 104).

В этой связи приобретает все большую научную значимость проблема создания портрета современного медиаактора в контексте его языковой культуры. Необходимо поставить и вопрос о том, на какие ценностно-нравственные приоритеты и на какой уровень качества ориентировано содержание языковых концептов современных развлекательных телепрограмм, распространяемых на цифровых платформах. Иными словами, как тот или иной речевой тип транслирует происходящие в речевой культуре процессы, являясь их отражением, как в результате доминирует и детерминирует, интерпретируется в современных языковых реалиях, речевых и образных репрезентациях. Массовая речевая культура затрагивает все слои общества, от неблагополучных до элитарных. При этом оценочно-описательный метод позволяет обозначить массовую речевую культуру как функциональную составляющую коммуникационных практик, которая большинством носителей языка воспринимается как норма.

В этой связи необходимо ввести понятие «ценностно-нормативная система личности». Поведение человека в социальной группе регулируется набором определенных ценностей и норм. Исторически сложилось так, что именно соблюдение определенных правил включает человека в социальную группу. Эта же группа создает, регулирует и изменяет ценности и нормы в зависимости от вектора своего исторического развития. Совокупность норм и правил, усвоенных человеком, его образ жизни и место в обществе определяют его ценностно-нормативную систему личности. Эта же совокупность предписанных установок и позволяет личности определить, какие речевые элементы считаются нормой.

Телевидение, но еще в большей степени Интернет сегодня, его развлекательные компоненты репрезентируют смещение речи в сторону общедоступности и легко-

сти, диалектики и образности восприятия, выступая своеобразными пропагандистом меняющейся речевой культуры. Эту позицию мы, конечно, разделяем, но акцентируем внимание на следующем моменте: как подчеркивает исследователь телеиндустрии Е. С. Трусевич, «в настоящее время многие приемы и методы кино заимствуются профессионалами из любительской среды и меняют среду уже профессиональную» (Трусевич, 2020: 4), данные процессы бытуют и в пространстве речи. Соответственно, постоянно находясь под воздействием телевидения и Интернета, не просто отдельная личность, но целые социальные группы перенимают те речевые нормы, которые транслируются в медиaprостранстве.

Следовательно, можно заключить, что в условиях трансформации медиасреды работа представителей развлекательных телевизионных жанров в рамках речевой культуры приобретает еще большую авторитетность и значимость — создание новых приемов конструирования речи, которые отображают и моделируют общепризнанные современные речевые практики. Содержательность и наполняемость последних свидетельствует о появлении определенно новых популярных моделей транслирования современного речевого поведения медиаканалами, которые, в свою очередь, также репрезентируют современную форму речевой культуры, где в единой системе функционируют «массовые контент и речевые потребности», а также интеграция «домашнего пространства и культурной среды». Условно их можно обозначить следующим образом.

Современный пользователь является потребителем, а значит, частью коммуникационного процесса, из которого, однако, пропадает личность. Контент — это информация и посты, по большей части бессмысленные и отражающие сиюминутное, не стремящиеся к глубокому постижению и осмыслению действительности. Такой контент заменяет личность медиа. Мультимедиа — новый универсальный язык, тексты, написанные таким языком, могут читаться с любого места без потери смысла. Гипертекст, паутина ссылок, отсылок, пересечений становятся новой грамматикой знаний — новой информацией.

*АКТУАЛИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ РЕЧЕВОЙ КУЛЬТУРЫ
РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПРОГРАММ
В НОВЫХ УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ*

В новых условиях новая телевизионная речевая среда всегда возникает в позиции «здесь и сейчас», контент создается и транслируется в режиме онлайн. Таким образом, потребителю удастся почувствовать себя в различных социальных ролях и удовлетворить стремление к зримому наблюдению, сопереживанию, в удобное время и в комфортном для этого месте — дистанционно. В частности, в пространстве социальных медиа пользователь находит для себя удобную речевую среду с соответствующим контентом или создает собственный канал речевой коммуникации, закладывая свой языковой образ, стиль, смысл и форму. Но вот ориентируется ли «это все» на традиционную литературную норму речевого этикетного поведения русского литературного языка? Об том же в своих работах пишет философ и культуролог А. В. Костина. «В итоге — обратно пропорциональная зависимость между увеличением информации и возрастанием смысла. И если во времена модерна все коммуникационные системы рассматривались, прежде всего, как источник информации о подлинной реальности, как способ расширения собственного пространства и времени, как средство единения людей, то в эпоху постмодерна

именно массмедиа уменьшают знание человека о мире, заменяя его подобиями, симулякрами» (Костина, 2021: 11). Современная массовая культура уже не создает новых смыслов, но постоянно пересказывает уже имеющуюся информацию. Человек постоянно находится в информационном поле. Речевая среда не развивается, но стагнирует.

Современное создание индивидуального развлекательного контента — еще одна движущая тенденция аудиовизуальных медиа, которая ужимается и на данный момент в большинстве своем не ориентируется на создание устойчивого транслирования норм, современных форм, речевого этикетного поведения традиционно русского литературного языка. Знак, символ, смысл упрощаются, можно даже сказать — нивелируются, размывается традиция русского литературного языка, что недопустимо, поскольку, «основная функция традиционной культуры — поддержание всей системы жизнедеятельности общины и недопущение утраты накопленного за столетия опыта ее существования, доказавшего свою продуктивность» (там же: 11). Сегодня в развлекательной медиасреде русская литературно-языковая традиция — это не языковая мода, не языковой тренд, не языковой вкус и даже не языковая тенденция. Для сохранения русской культуры необходимо развернуть это обстоятельство в иную сторону. Русская литературная норма и речевое этикетное поведение должны стать, как прежде, нравственным и ценностным ориентиром современной массовой речевой культуры, богатством, достоянием русского мира. Говоря языком современного пользователя медиа, необходимо традицию вывести в тренды. В этой связи важным является следующее обстоятельство: если есть лояльная аудитория, точки контакта с ней и каналы доставки имеются, необходимо выстраивать персонифицированную медиатизированную экосистему, в которой будет отвечающий потребностям референтной группы контент. «Их оценка как соответствующих коммуникативным нормам основана на высокой частотности и обусловлена рядом когнитивных, социокультурных, информационно-технологических факторов, среди которых важнейшим является медиатизация» (Иссерс, 2019: 179). Необходимо популяризировать речевые культурные традиции и традиции речевого этикетного поведения через паттерны медиакультуры, не допустив языковую замкнутость больших социальных групп и определенных социальных субкультур.

Популяризация речевых культурных традиций русской литературной нормы становится возможной благодаря тому же медиапространству, которое в силу своей специфики может как создавать массовые низкопробные речевые тренды, так и при грамотном подходе продвигать высокую культуру речи. В этой связи ценностно-нормативный подход определяет и систематизирует деятельность медиасубъектов и, представляя собой систему норм, правил, идей, идеалов, регулирует взаимодействия в языковой среде, определяет и формирует тренды. «Реализуемые в медиапространстве речевые практики создают общественное настроение, формируют современную речевую культуру и определяют ценностное отношение носителей языка к самой русской речи» (Фукс, 2021: 145).

Сегодня по подобной схеме работают именно цифровые платформы, на которых и действуют (воплощаются) основные речевые модели (типы), требующие прицельного дальнейшего глубокого анализа, диагностики и изучения.

Таким образом, речевая культура современного российского развлекательного телевидения постепенно воплощает многообразие происходящих в обществе культурно-языковых процессов. Передаваемые образцы речевой культуры воздейству-

ют на массовую аудиторию, участвуя в формировании ее сознания, и в то же время уже являются отражением ее текущего состояния. Медиа все более становятся важным фактором воздействия на культуру общества в целом, и состояние речевой культуры — один из важных и ключевых примеров такого взаимовоздействия.

«В речевом поведении участников, формирующих медиaprостранство, фиксируются актуальные культурные речевые изменения и, следовательно, транслирующие значимый социокультурный феномен» (Фукс, 2019: 345).

Исследовать этот феномен, правильность и чистоту русской речи в современном медиадискурсе, трудности и ошибки словоупотребления, практику, стилистику излагаемого материала — значит понимать и своевременно корректировать символическую и семантическую основу популярной речевой культуры, диалектику излагаемых смыслов и устойчивых тенденций в аспекте актуализированной составляющей современных образов медийной жизни.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Медийный речевой тренд становится нормой, пополняя ассортимент приемов и шлифуя выразительные возможности речи в словесных моделях разного типа, в материалах разнообразной тематической и жанровой ориентации. Анализ данных и превращение их в знания становятся ключевой ролью медиа. Подобные культурные явления позволяют системно корректировать и внедрять на современном медиарынке новые формы транслирования развлекательных программ, оптимальные нормы устной речевой культуры, тем самым способствуя формированию более гармоничного развития речевой культуры современных цифровых медиаплатформ, репрезентируя стиль жизни уже в созвучии с литературно-языковой традицией нескольких поколений россиян.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Ефанов, А. А. (2020) Популяризация культуры посредством медиа: дилемма массовости и элитарности // Социальные процессы в современном российском обществе: проблемы и перспективы : материалы IV Всероссийской научной конференции с международным участием, Иркутск, 24 апреля 2020 г. / отв. ред. О. Б. Истомина. Иркутск : Иркутский государственный университет. С. 345–348.

Ефанов, А. А. (2022) Социология медиакультуры и медиаобразования : учебное пособие. 2-е изд., испр. и доп. М. : Издательство Юрайт. 124 с.

Иссерс, О. С. (2019) Массовая речевая культура в аспекте медиатизации социальных коммуникаций // Вестник Новосибирского государственного университета. Т. 18. № 6. С. 177–187. DOI 10.25205/1818-7919-2019-18-6-177-187

Костина, А. В. (2021) Социальные сети: специфика функционирования в цифровом обществе // IV Моисеевские чтения : доклады и материалы Общероссийской (национальной) научной конференции, Москва, 15–16 апреля 2021 г. Москва : Московский гуманитарный университет. С. 35–44.

Костина, А. В. (2009) Тенденции развития культуры информационного общества: анализ современных информационных и постиндустриальных концепций [Электронный ресурс] // Электронный информационный портал «Знание. Понимание. Умение». №4. URL: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Kostina_Information_Society/ (дата обращения: 06.10.2022).

Суленева, Н. В. (2020) Экология эмоций в контексте виртуального общения // Вестник Челябинского государственного университета. № 8 (442). С. 29–37. DOI 10.47475/1994-2796-2020-10805

Трусевич, Е. С. (2020) Эволюция режиссерских приемов в неигровом фильме XXI века : автореф. дис. ... канд. искусствоведения. М. 24 с.

Фукс, Д. А. (2019) Современные культурные тренды в пространстве телевизионных развлекательных программ (состояние и перспективы) // Культура — искусство — образование : материалы XI научно-практической конференции научно-педагогических работников института. Челябинск, 1 февраля 2019 г. / сост. Ю. В. Гушул, С. Б. Синецкий. Челябинск : Челябинский государственный институт культуры. С. 342–347. ISBN 978-5-94839-692-7

Фукс, Д. А. (2021) Речевая культура развлекательного российского телевидения : актуальное состояние и тенденции развития : дис ... канд. культурологи. М., 162 с.

Дата поступления: 07.10.2022 г.

MODERN REPRESENTATIONS OF SPEECH CULTURE
OF ENTERTAINMENT TELEVISION PROGRAMS
IN THE CONTEXT OF DIGITAL MEDIA TRANSFORMATION

D. A. FUCHS

MAXIM GORKY LITERATURE INSTITUTE,
KOSYGIN RUSSIAN STATE UNIVERSITY

The article analyzes the cultural significance of modern representations of speech culture of entertainment television programs as a projector of relevant media speech in the conditions of digital transformation of modern media. In this regard, we interpret speech culture as a set of actually functioning speech practices determined by the interaction of general normative grounds; local language features specific to this culture; and the influence of current socio-cultural contexts on the speech behavior of the mass media audience in remote communication.

The article presents the main directions of the vector of research of modern representations of speech culture and television content in the context of a new digital transformation of modern media. The theoretical basis of the research is the concept of the basic value-normative approach of mass media speech culture, and special attention is focused on the analysis of the normative use of language units by modern images of media life, which are actively broadcast and replicated by the relevant mass media.

The representation of the current state of speech culture of entertainment television programs in the new conditions of digital transformation of media from the standpoint of a value-normative approach is not fully today at the formation of the broadcast of stable guidelines of speech etiquette behavior in the conditions of the Russian literary tradition.

Keywords: speech culture of media; entertainment television programs; speech traditions; online environment; speech content; speech types; digital transformations; speech practices; literary and linguistic tradition; speech etiquette behavior; language norm

REFERENCES

Efanov, A. A. (2020) Populyarizaciya kul'tury posredstvom media: dilemma massovosti i elitarnosti. In: *Social'nye processy v sovremennom rossijskom obshchestve: problemy i perspektivy: materialy IV Vserossijskoj nauchnoj konferencii s mezhdunarodnym uchastiem*. Irkutsk. 2020 April 24 / ed. by O. B. Istomina. Irkutsk, Irkutsk State University. Pp. 345–348. (In Russ.).

Efanov, A. A. (2022) *Sociologiya mediakul'tury i mediaobrazovaniya: uchebnoe posobie*. 2nd ed., revised and comp. Moscow, Yurajt. 124 p. (In Russ.).

Issers, O. S. (2019) Massovaya rechevaya kul'tura v aspekte mediatizacii social'nyh kommunikacij. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta*, vol. 18, no. 6, pp. 177–187. DOI 10.25205/1818-7919-2019-18-6-177-187. (In Russ.).

Kostina, A. V. (2021) Social'nye seti: specifika funkcionirovaniya v cifrovom obshchestve. In: *IV Moiseevskie chteniya: doklady i materialy Obsbcherossijskoj (nacional'noj) nauchnoj konferencii*, Moscow, 2021 April 15–16. Moscow, Moscow University for the Humanities. Pp. 35–44. (In Russ.).

Kostina, A. V. (2009) Tendencii razvitiya kul'tury informacionnogo obshchestva: analiz sovremennyh informacionnyh i postindustrial'nyh koncepcij. Elektronnyj informacionnyj portal «*Znanie. Ponimanie. Umenie*», no. 4 [online] Available at: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Kostina_Information_Society/ (accessed: 06.10.2022). (In Russ.).

Suleneva, N. V. (2020) Ekologiya emocij v kontekste virtual'nogo obshcheniya. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 8 (442), pp. 29–37. DOI 10.47475/1994-2796-2020-10805 (In Russ.).

Trusevich, E. S. (2020) *Evolyciya rezhisserskib priemov v neigrovom fil'me XXI veka* : Abstract of the Diss. ... Cand. of Arts. Moscow 24 p. (In Russ.).

Fuks, D. A. (2019) Sovremennye kul'turnye trendy v prostranstve televizionnyh razvlekatel'nyh programm (sostoyanie i perspektivy). In: *Kul'tura — iskusstvo — obrazovanie : materialy XL nauchno-prakticheskoy konferencii nauchno-pedagogicheskib rabotnikov instituta*. Chelyabinsk, 2019 February 1 / comp. by YU. V. Gushul and S. B. Sineckij. Chelyabinsk, Chelyabinsk State Institute of Culture. Pp. 342–347. (In Russ.).

Fuks, D. A. (2021) *Rechevaya kul'tura razvlekatel'nogo rossijskogo televideniya : aktual'noe sostoyanie i tendencii razvitiya* : Dis ... Cand. of Culturology. Moscow. 162 p.

Submission date: 07.10.2022.

Фукс Дмитрий Александрович — кандидат культурологии, доцент кафедры общественных наук Литературного института имени А. М. Горького. Адрес: 123104, Российская Федерация, г. Москва, ул. Тверской бульвар, д. 25. Тел.: +7 (495) 694-06-7. Эл. адрес: fuksda@mail.ru

Fuchs Dmitry Aleksandrovich, Candidate of Cultural Studies, Associate Professor, Department of Social Sciences, Maxim Gorky Literature Institute. Postal address: 25, Tverskoy Blvd., Moscow, Russian Federation, 123104. Tel.: +7 (495) 694-06-78. E-mail: fuksda@mail.ru