

## **Тенденции развития общения в современной массовой культуре**

Говоря о тенденциях развития современного общения в его различных дискурсивных типах и речевых жанрах, обращают внимание прежде всего на системное снижение речевых регистров, примитивизацию понятий, возрастание игрового компонента в разных типах дискурса и тотальное расширение сферы массовой информации (Костомаров, 1994; Колесов, 1998; Маклюэн, 2003; Хейзинга, 1992; Карасик, 2010). Разумеется, названные тенденции не исчерпывают всего многообразия возникающих форм и типов общения.

Системное снижение речевых регистров представляет собой изменение стилей общения в типовых коммуникативных ситуациях в сторону сокращения дистанции. По выражению В.Г. Костомарова, «литературный стандарт становится менее стандартным» (Костомаров, 1994, с.5). Традиционная система регистров выражалась в виде трехступенчатого образования, включающего высокий, средний и низкий стилиевые регистры, предназначенные соответственно для общения торжественного либо официального, во-первых, нейтрально-обиходного, во-вторых, и подчеркнуто неофициального, в третьих. Эти стилиевые регистры накладываются на множество типовых ситуаций общения, обобщенных в речевых жанрах и присущих этим жанрам текстотипам.

Здесь нужно сделать оговорку. Трехступенчатая система стилиевых регистров является весьма упрощенной схемой реального положения дел: границы между коммуникативными ситуациями диффузны и трудно определимы как по вертикали (по степени официальности и маркированности социального статуса коммуникантов), так и по горизонтали (по типам коммуникативных ситуаций в их жанровом разнообразии). Схема приобретает дополнительные векторы измерения, если принять во внимание этнокультурную специфику, различие между устной и письменной речью, а также личностные характеристики участников общения.

В настоящее время наблюдается отчетливая тенденция постепенного сокращения территории высокого стилиевого регистра. Коммуниканты сознательно избегают ложного пафоса, иронизируют над патетической тональностью общения, везде, где можно, принижая официально-торжественную манеру речи. Как отмечает О.Б.Сиротина, «в СМИ извиняются не за грубое, а за слишком высокое слово» (Сиротина, 2008, с.9). Разумеется, существует условная шкала возможного понижения высокого регистра: его нельзя понизить на траурном митинге или во время присяги, но можно снять патетику, выступая перед избирателями или во время пресс-конференции. Это особенно заметно в политическом дискурсе.

Сравним пассажи из двух выступлений.

Отчетный доклад XXIV съезду КПСС (1974):

*Следуя ленинским принципам политического руководства, партия всемерно развивала инициативу масс, создавала необходимые условия для*

*привлечения трудящихся к еще более активному участию в управлении хозяйством, всеми государственными делами в самом широком смысле этого слова. В этом — суть развития социалистической демократии, важнейшее условие совершенствования системы политической организации нашего общества.*

*Успешное проведение генеральной линии Коммунистической партии, сформулированной в ее Программе, в решениях XXIII съезда, позволило еще теснее сплотить рабочих, крестьян, интеллигенцию вокруг партии, сделать еще более прочными великую дружбу народов нашей страны, единство многонационального социалистического государства. (Аплодисменты.)*

Послание президента Д.А. Медведева Федеральному собранию Российской Федерации (2009):

*Необходимость перемен стала особенно очевидной в последние месяцы. Глобальный финансовый кризис ударил по всем, но в России экономический спад оказался более глубоким, чем в большинстве стран. Однако не стоит искать виновных только вовне.*

*Надо признаться, что в предыдущие годы мы сами недостаточно сделали для решения унаследованных от прошлого проблем. Мы так и не избавились от примитивной структуры экономики, от унижительной сырьевой зависимости, не переориентировали производство на реальные потребности людей. Привычка жить за счёт экспорта по-прежнему тормозит инновационное развитие. Российский бизнес до сих пор предпочитает торговать тем, что создано в других странах, а конкурентоспособность нашей продукции позорно низка.*

Торжественный мажорный стиль отчетного доклада ЦК КПСС имеет очевидные смысловые маркеры: «*следуя принципам*», «*всемерно развивала*», «*еще более активное участие*», «*важнейшее условие*», «*успешное проведение*», «*еще теснее сплотить*», «*еще более прочными*», «*великую дружбу*». В.Клемперер (1998) писал о проклятии суперлатива, в цитируемом тексте мы сталкиваемся с мажорным компаративом «еще более» и его функциональными вариантами и с устойчивыми словосочетаниями советской публицистики, включающими специфические атрибуты успеха (*всемерно, активное, важнейшее, успешное, прочные, великая*). Эти маркеры подкреплены риторическими повторами – «*развивала*», «*создавала*», «*суть развития*», «*важнейшее условие*», «*теснее сплотить*», «*сделать еще более прочными*». Дактилическое деепричастное начало первой фразы создает особую патетическую ритмику отчетного доклада.

В отличие от риторики Л.И. Брежнева (точнее, его референтов, определявших стилистику официального политического дискурса советской эпохи) риторика Д.А. Медведева (и, вероятно, его советников) сориентирована не на сигналы успеха, а на сигналы тревоги. Обратим внимание на смысловые маркеры «*кризис ударил*», «*искать виновных*», «*недостаточно сделали*», «*не избавились*», «*не переориентировали*», «*примитивная структура*», «*унижительная зависимость*», «*тормозит развитие*», «*позорно низка*». Активно используются отрицательные

конструкции и атрибуты с негативной оценкой. Фразы стали короче, энергичнее, вместо дактиля мы видим в ключевых ритмических элементах выступления ямба («необходимость перемен», «российский бизнес до сих пор»). Можно вспомнить ставшие известными выражения высших руководителей страны в первой декаде нового тысячелетия, например, *«кошмарить бизнес»*. Такая стилистика соответствует ожиданиям аудитории, для которой регистрацией нормой стали выступления популярных телеведущих и блогеры в Интернете.

Оперативно отреагировали учителя средних школ на запрос времени. Речь учителя всегда признавалась стилевым каноном общения – по тонкому выбору коммуникативной тональности, лексической точности, синтаксической развернутости. Например, герои фильма «Доживем до понедельника» (1968) говорят: *Ты не замечала, что в безличных предложениях есть какая-то безысходность? Моросит. Ветрено. Темнеет. А знаешь, почему? Не на кого жаловаться. И не с кем бороться.*

Приведу пример из современной коммуникативной практики (имя персонажа изменено). Молодая школьная учительница защищает диссертацию по филологическим наукам. Через несколько дней в диссертационном совете ее спрашивают, как ее ученики отреагировали на это событие. Она с улыбкой отвечает: *Они сказали: «Молодец, Елена Владимировна, не лоханулась!»*. Известно, что арготизм «лох» (у воров – объект преступления) в речи наших современников стал обозначением любого неудачника, заслуживающего осмеяния. В молодежной прессе частотны деривативы типа *«лохотрон»* — способ обмануть доверчивых простаков. Вчерашние арготизмы и жаргонизмы пронизывают речь школьников и студентов, эти слова закономерно проявляются в речи учителей, обращенной к детям, т.е. в канонической ситуации образцовой речи нейтрального стилевого регистра.

Преподаватель во время экзамена беседует со студентом в присутствии его товарищей по группе, используя жаргон: *«Нет, это не ответ, это лажа! Придешь с другой группой. – А можно, я возьму другой билет? – Нет, ты не догоняешь! Сегодня – всё, гуляй, Вася»*. Разумеется, такая коммуникативная практика не характерна для всех преподавателей, но она симптоматична. Возмущение экзаменатора выражается в жаргонизме «лажа» (из жаргона музыкантов – неверно сыгранная нота, и далее – халтура, обман; кстати, в речи современных студентов это слово практически не используется, оно было популярно в 70-80 годы прошлого столетия, сейчас чаще говорят «Облажался»). Студент просит экзаменатора разрешить вторую попытку ответа, но слышит грубый саркастический отказ: жаргонное «догонять» означает «понимать», а выражение «Гуляй, Вася!», как отмечает В.В. Химик в «Большом словаре русской разговорной речи», выражает грубое фамильярное предложение удалиться, уйти. О переходе преподавателя на несимметричное «хамское ты» (термин Ю.Д. Апресяна) говорить не приходится.

Важнейшей характеристикой образованного человека является функциональная диглоссия – умение переключаться с разговорного языка на книжный, и наоборот (Крысин, 2004, с.336). Соответственно, отсутствие такого умения свидетельствует как о низком уровне образования человека, который владеет только разговорным языком, так и о потере престижности книжного языка в обществе. Массовая культура книжным языком не пользуется. Впрочем, из этого тезиса не вытекает вывод о жанровой бедности массовой культуры. Жанровое пространство, образуемое пересечением риторических и нериторических, конвенциональных и неконвенциональных жанров, весьма велико (Дементьев, 2010, с.161). В определенной мере речь представителей современной массовой культуры можно характеризовать как инволюционное развитие языка – возвращение к примитивным стадиям языкового освоения мира. Диагностические признаки такого инволюционного процесса приводятся в работе Д.Л. Спивака (2000) об измененном состоянии сознания. Возвращение к архаичной стадии языковой компетенции прослеживается в свободном конструировании слов по образцу вместо использования готовых лексических единиц. Так, одна из слабоуспевающих студенток в ответ на вопрос, зачем ей нужно поступать в магистратуру, сказала: «У меня есть творческие податки». Подобно ребенку, осваивающему взрослую речь, эта студентка конструирует слово, припоминая услышанную, но недостаточно освоенную лексическую единицу «задатки».

Итак, в различных типах дискурса мы сталкиваемся с расширением зоны сниженного речевого регистра, постепенным проникновением в обиход вульгаризмов, которые раньше были запрещены, и жаргонизмов, употребление которых вызывало критику. Параллельно происходит растворение высокого стилевого регистра, намеренное устранение патетики из разных сфер общения. В определенной степени этот процесс сопоставим с семантическими процессами в креольских языках, когда сниженная лексика колонизаторов воспринимается как нейтральное обозначение явлений (например, англ. вульгаризм *bugger up* в форме *bagarap* означает у жителей Папуа Новой Гвинеи «сломаться», «испортиться» — *kanu i bagarap – the canoe is broken – каное сломалось*). Аналогичным образом многие наши современники считают сниженно-вульгарные способы обозначения реальности нормальным регистром общения, в таком случае то, что ранее считалось обычным нейтральным канонem, становится высоким регистром (например, обращение на Вы), а то, что расценивалось как вульгаризм, становится знаком сокращения дистанции. Яркий пример такого положения дел приводится В.И. Жельвисом: когда американский сержант приказывает солдатам взять винтовки и при этом приводит вульгарный эпитет к винтовкам, то все понимают, что ситуация обычная, штатная, а тревога учебная, но если он дает такую команду без соответствующего определения, то это значит, что что-то случилось. Отсутствие сниженных и вульгарных слов в речи является для носителей определенных социолектов знаком особой ситуации — как правило, сигналом опасности (Жельвис, 1990:24).

Нормы коммуникативного поведения представителей этих социолектов стали универсальными нормами всего общества.

Примитивизация понятий – это процесс деформации концепта, в котором триединство понятийного, образного и ценностного компонентов претерпевает значимое изменение: резко сокращается доля понятийного содержания и разрастается доля оценочного содержания концепта, при этом образный компонент становится размытым. Например, в сознании многих современных американцев и наших соотечественников демократия – это эмблема Западной цивилизации (Филиппова, 2007). Демократия – это свобода, высокий уровень технологии, экономическое процветание и т.д. Соответственно, терроризм – это смерть, преступление, боевики. Понятийный компонент в таких специфических индивидуальных и групповых концептах, которые я предлагаю назвать эпиномами (*эпи* – поверхность, *номос* – закон), резко уменьшается и становится диффузным. Тенденция примитивизации концептов отражает более общую тенденцию уменьшения доли рационального восприятия действительности. Исчезает возможность различной, многоаспектной оценки явления, теперь нечто вызывает только восторг либо только активное неприятие. Из богатой гаммы сложных смыслов в эпиномах остается синкретичная эмоция, примером могут послужить междометия и междометные эквиваленты как типичные эпиномные знаки. Язык Элочки-людоедки становится универсальным способом общения. Сокращение доли рациональности в общении вызвано увеличивающейся скоростью жизни и реакцией людей на новое положение дел. Примеры эпиномного общения мы находим во многочисленных интернет-источниках. Обсуждая предложение о переименовании милиции в полицию, Д.Завольский полемически пишет:

*Само слово «полиция» имеет право на возвращение, но сейчас оно вовсе ни к чему. Полиция — это что-то чужое и (по предубеждению наших в массе затырканых и закомплексованных людей) «господское», «не для нашей Маши». А государство у нас и так донельзя чванливое и «только для белых» — во всяком случае, так видится громадной части населения. Противники возвращения слова «полиция» не случайно боятся, что это ещё одно свидетельство разделения народа на «господ» и «чернь». Особенно настораживают реакции по принципу «чем хуже, тем лучше»: «Валяйте, переназывайте, проявите свою оккупантскую, полицейскую сущность!» Увы, эти опасения противников идеи подтверждаются неумеренными, таким же образом обоснованными восторгами иных её сторонников (www.apn.ru).*

По мнению автора, население нашей страны оперирует сугубо эпиномными концептами, и поэтому слово «полиция» будет воспринято не с рациональной точки зрения как профессиональная организация, предназначенная защищать порядок, а как чужое и вредное новообразование с ассоциациями оккупантского режима. Иначе говоря, эмоциональная реакция с отрицательным оценочным знаком подавляет все другие возможные реакции. Можно спорить с автором относительно

обоснованности высказанных им тезисов, но эти суждения свидетельствуют о том, что примитивизация понятий заслуживает специального рассмотрения.

Примитивизация понятий – явление неоднородное. Во-первых, это – естественный и в ряде случаев оптимальный способ оперативного упорядочения мира. Лучше иметь ошибочную схему, чем не иметь никакой. В условиях информационного взрыва, резкого увеличения знаний человек вырабатывает защитные механизмы в виде разграничения знания фундаментального, составляющего основу картины мира, и знания ориентационного, указательного, определяющего ежеминутно меняющуюся обстановку. Ориентационное знание легко отбрасывается и заменяется другим. Это своеобразные строительные леса вокруг фундаментального знания. Специфика нашего времени состоит в том, что доля ориентационного знания резко увеличивается по сравнению с долей фундаментального знания. Ориентационное знание – не вполне знание, оно включает установки, интуитивные предпочтения, следования моде, оно не требует развернутой логической вербализации. Эмоциональный синкретичный выкрик – его естественное выражение.

Во-вторых, это – следствие падения ценности рационализма как мировоззрения. Установка на то, что в триаде «мысль – чувство — воля» мысль является определяющим компонентом, для многих людей стала несостоятельной. Действие важнее, чем рефлексия – таков практический вывод, осознанный нашими современниками. Отсюда следует, что нужно не рассуждать, а быстро реагировать на меняющиеся обстоятельства. Не случайно поэтому лозунгом, поддержанным рекламой, стал призыв «*Не тормози!*». Вербально выраженная мысль линейна, ее дискурсивное развертывание занимает слишком много времени, и поэтому возникают различные способы уплотнения линии — видеоклип, эмблематическая моментальная вербальная реакция, возрастание доли креолизованных текстов, включающих визуальные образы.

В-третьих, это сознательная установка манипуляторов на сокращение рационального восприятия действительности, поскольку рациональное неразрывно связано с критическим. Критическая установка адресата манипуляторов не нужна. Эта коммуникативная практика отчетливо выражена в рекламном и политическом дискурсах. Известно, что в состоянии транса человек легко подвержен гипнотическому воздействию. Одним из способов введения в транс является построение заведомо нелогичных высказываний. Человек сначала пытается увидеть в них некоторую логику, но они не поддаются рациональному объяснению и выполняют роль тарана для пробивания защитной стены в психике индивидуума. Например, известный психотерапевт А. Кашпировский, обращается к аудитории так:

*Не просите, ибо просите мало! Вы просите избавиться от грыжи, а у вас опухоль. Человечество — это монстр, у которого миллионы глаз, ртов, носов и всего несколько голов.*

Каждая из фраз по отдельности парадоксальна, и парадоксально их суммарное содержание. Обычно просящих упрекают в том, что они просят

слишком многого. Психотерапевт переворачивает эту установку, оформляя ее по стилистике библейской фразы (значим архаичный союз «ибо»). Известно, что страх перед онкологическим заболеванием является одной из самых распространенных современных фобий, и поэтому контраст «*грыжа — опухоль*» заставляет аудиторию испугаться. Сравнение человечества с многоглазым чудищем напоминает фантасмагорические картины сюрреалистов, при этом А.Кашпировский откровенно издевается над своими пациентами, считая их безголовыми глупцами (множество глаз и ртов и малое количество голов – те места, где расположены глаза и рты, назвать головами нельзя). Разумеется, следует принять во внимание фактор времени: любое письменное парадоксальное высказывание можно вполне рационально истолковать, но в устной речи адресат не успевает выстроить альтернативные модели интерпретации и поэтому вынужден воспринимать текст, не вникая в смысл, а настраиваясь на сверхзначимую информацию – этот человек способен на чудо.

Примитивизация понятий активно используется в рекламном дискурсе. Одним из способов сведения обычного концепта к эпипному является контраст. Например, «*Имидж – ничто, жажда – всё!*». Имидж – запоминающийся простой образ – сравнивается с жаждой. Четко проводится идея о том, что естественные потребности (жажда) важнее социальных условностей (имидж). Известно, что культура начинается с запретов. Озорной протест против запрета как такового, против социальной условности, приводит к выхолащиванию концептов: все, что сводится к имиджам, — плохо, все, что связано с жаждой, — хорошо. Хочешь – бери! Впрочем, эта рекламная эскапада вызвала критическую реакцию у населения в виде пародии: *Имидж — ничто, жажда — все! — оправдывался Братец Иванушка, цокая копытцем*. Рекламный образ должен быть оценочно-маркированным: *Если в горле ад* (таблетки от боли в горле Strepils). Рекламные слоганы закладывают в сознание покупателей ценностные установки: *Немецкое качество. Безупречный стиль. Мужской характер* (реклама бытовой техники Bork). Немецкое значит хорошее. Реклама немецкой техники для кухонь, утюгов и пылесосов предназначена в первую очередь женщинам. В сознание покупательниц внедряется старый штамп маскулинной Европы и феминной России. Тем самым подавляется как образ отечественных товаров, так и положительная оценка российских мужчин. Собственно говоря, при эпипном восприятии мира возникают не образы, а оценочные субституты образов, например, ад как нечто ужасное, нордический герой как нечто прекрасное. Впрочем, следует сказать, что эпипномы моментально меняются, они относятся к рабочему ориентационному знанию, но их избыток приводит к отказу от рефлексии как таковой.

Тезис о возрастании игрового компонента в общении основан на том, что в эпоху постмодернизма карнавализация становится не способом восстановления некой исходной системы ценностей, но образом жизни в целом, поскольку все ценности признаются относительными.

Юмористическое отношение к действительности, балагурство, ирония и сатирическое обличение пороков были и раньше. Сфера игрового отношения к жизни существенно расширилась в силу того, что получили распространение черный юмор и стёб.

Суть черного юмора состоит в намеренном переводе в разряд комического запретных тем, таких, например, как святыни веры, смерть или неизлечимая болезнь. Например: *«Доктор, я буду жить? – Конечно, голубчик, конечно! Еще целых пять часов»*. Такого рода шутки являются попыткой преодолеть страх. По мнению Г.Г. Слышкина, системообразующими концептами картины мира анекдота являются концепты «нелепое», «страшное», «запретное» и «претенциозное» (Слышкин, 2004, с.206-212). В черном юморе активно эксплуатируется страшное и запретное. Отмечу, что под запретным имеется в виду не пошлость в ее многообразных проявлениях, а циничная насмешка над тем, что другие считают святым. Черный юмор в этом плане — агрессия против враждебной реальности.

В Интернете появился новый жанр – жесть (разговорная аббревиатура от слова «жестокость»), это нечто пугающее и вместе с тем вызывающее удивление, например, патологически жестокие фото, видеоматериалы, рисунки и тексты, включая любительскую съемку несчастных случаев, публичной смертной казни за рубежом, болезней и т.д. Такой материал предназначен для развлечения. Этот феномен, впрочем, нельзя считать чем-то новым: кунсткамера Петра Первого представляет собой собрание уродств. Тот факт, что по замыслу устроителей кунсткамеры заспиртованные уродства в экспозиции диковинок занимали только малую часть выставки, дела не меняет: запомнились именно они. Слово «жесть» быстро стало оценочной реакцией на неожиданные новости. Жестью являются и многочисленные детские страшилки (*«Маленький мальчик нашел пулемет, больше в деревне никто не живет»*). Новым, по-видимому, можно считать расширение сферы черного юмора и понимание нарушения запретов как развлечения. У развлечений есть известное свойство: острота ощущения уменьшается при повторении стимула, и поэтому мощность стимула должна возрастать. Как видим, возрастание такой мощности происходит путем снятия запретов. Особо значимым при этом становится карнавальное переосмысление тех культурных феноменов, которые образуют ценностную картину мира для определенного социума. Речь идет о стёбе.

Б.В. Дубин определяет стёб как «разновидность публичного интеллектуального эпатажа, который состоит в провокационном и агрессивном, на грани скандала, снижении любых символов других групп, образов прожективных партнеров — как героев, так и адресатов сообщения — через подчеркнутое использование этих символов в несвойственном им, пародийном или пародическом контексте, составленном из стереотипов двух (точнее, как минимум, двух) разных лексических и семантических уровней, рядов» (Дубин, 2001, с.163). Если свести суть этого коммуникативного поведения к простейшим признакам, то это — ёрническая пародия. Грубо-



издевательская манера сближает стёб с черным юмором. Проанализировав определение стёба на Интернет-форумах, Е.В. Якимович выделяет такие признаки у данного явления, как «издевательский прикол», «юмор на грани фола», «модная развязная манера общения», «глумление», отмечаются свойственные ему смешение жанров, перепад регистров, доведение до абсурда, скандальность и провокационность. Стёб возникает как реакция на официальную патетику, его сущность состоит в «десакрализации утраченных ценностных смыслов» (Якимович, 2009, с.38). Например, *Большому кораблю – большая торпеда* (Ср. *Большому кораблю – большое плавание*. Исходную фразу говорят как признание чьих-либо заслуг, а пародийный вариант используется как злорадное пожелание неудачи). Поучения и призывы – излюбленный материал для глумления: *Улыбайтесь – шеф любит идиотов* (призыв к улыбке распространен в разных руководствах для достижения успеха в обществе). Подобные фразы часто используются в Интернет-общении в качестве так называемых «статусов», ярких сентенций в конце письма, входящих в формат послания и предназначенных для создания имиджа автора. Например: *Кофе нескафе арабика — почувствуй настоящий вкус пыли бразильских дорог*. В этой шуточной фразе пародируется рекламный слоган. Такие фразы содержат аллюзию на какой-либо прецедентный текст: *Сам погибай, а товарища замочи!* (здесь высмеивается не только благородная пословица о товарищеской помощи, но и нравоучение как жанр).

Пародийные фразы на стыке со стёбом распространены в жанре заголовков прессы, особенно в электронных новостных программах. Например, в новостной программе [www.lenta.ru](http://www.lenta.ru) читаем:

*Целеустремленная Маша.*

*Шарапова заработала на рекламе больше всех российских спортсменов.*

Комический эффект возникает за счет бурлескного контраста заголовка и подзаголовка. Сообщая о том, что известная спортсменка активно поработала для роста своего благосостояния, журналисты характеризуют ее словом «целеустремленная»: читатель ожидает увидеть информацию о спортивных достижениях, а получает сведения другого порядка.

*Жажда знаний.*

*Немецкий чиновник украл 24 тысячи библиотечных книг.*

Сообщается, что в Германии поймали чиновника, который в течение почти 20 лет воровал книги из библиотек по всей Германии и в соседних странах.

*Подарок с воли.*

*Заключенные с «Бутырки» отравились наркотиками.*

В этом сообщении говорится о том, что заключенным передали наркотики, которыми те отравились, при этом используется заголовок «Подарок с воли», подразумевается нечто хорошее, о чем мечтают узники. Все приведенные примеры построены на эффекте обманутого ожидания, и регулярное использование такого приема приводит к тому, что читатель

становится готов к карнавальному переворачиванию ценностей в любой новостной заметке. В этом состоит важная особенность постмодернистской культуры – полная релятивизация ценностей.

*Неудержание.*

*О фильме «Неудержимые» и аплодисментах в кинотеатрах.*

Зло и язвительно прокомментировал автор заметки новый фильм С. Сталлоне «Неудержимые». В качестве заголовка используется авторское слово, связанное с названием фильма и энурезом. В какой-то мере подобные пародийные приемы – это самопрезентация журналистов, их демонстрация друг другу и самим себе своего искусства владения языком и стилем. В этом, на мой взгляд, и состоит суть стёба: он направлен не на адресата, во всяком случае, не в первую очередь на адресата, а на самого шутника, который просто развлекает сам себя, а все остальные могут принять участие в таком процессе.

Тотальное расширение массово-информационного дискурса, его смыкание с дискурсом политическим, развлекательным, рекламным, педагогическим есть одно из важнейших следствий научно-технического прогресса. Интернет позволил масс-медиа выйти на самую близкую дистанцию с адресатом. Но такая дистанция не означает, что общение является реальным, оно во многих случаях становится условно-реальным, или виртуальным. О.В. Лутовинова определяет виртуальный дискурс как «текст, погруженный в ситуацию общения в виртуальной реальности, которая обладает всеми основными свойствами виртуальной реальности (порожденность, актуальность, автономность, интерактивность, погруженность) и является видом символической реальности, созданной на основе компьютерной и некомпьютерной техники и реализующей принцип обратной связи» (Лутовинова, 2009, с.10). Интернет многократно усилил связь массово-информационного и художественного типов дискурса: и тот, и другой воспринимаются как фикциональное общение. Множество сайтов и телевизионных каналов сообщают адресату новости, подлинность которых проверить невозможно. В принципе, и раньше достоверность сообщаемой в газетах информации носила вероятностный характер, но многими представителями старшего поколения нашей страны официальные новости на газетной полосе или по радио воспринимались как нечто достоверное. В наше время информация в средствах масс-медиа часто носит подчеркнуто личный и драматургически организованный характер.

Общая динамика развития прессы в нашей стране свидетельствует о том, что средства массовой информации резко приблизились к читателям, стали играть роль собеседника, а не рупора официальной власти. Прямое воздействие на адресата сменилось на косвенное. В газетах и раньше были колонки для писем трудящихся. Эти письма, особенно с выражением поддержки партии и правительства, редко воспринимались как подлинное мнение людей. В наше время обсуждение актуальных проблем общества представляет собой арену столкновения различных позиций.

7 августа 2010 г. был опубликован проект федерального закона «О полиции». В прессе приводятся различные мнения наших современников по этому поводу. Обратим внимание на полифонию этих мнений и манеру их выражения.

Во многих откликах содержится резкая критика законопроекта, сложившегося положения дел и государственного устройства в целом:

*От милиции к полиции, от президента к царю, от царя к первому секретарю партии и т.д. За новой формой наименования не спрячутся старое содержание и методы деятельности данного «органа» государства. Победитель.*

*Ничего не изменится, повторяется ситуация с Вооружёнными силами РФ, которые не нужны государству. Как в басне Крылова: «А вы, друзья, как ни садитесь, в музыканты не годитесь». Алексей.*

Ироничная и саркастическая тональность доминирует в этих письмах.

В ряде случаев критика выражена в форме совета с ироническим оттенком:

*Было бы желательно прописать права граждан отдельной статьёй, при проведении в отношении них каких-либо действий сотрудниками полиции, а не выслушивать их от сотрудника полиции (если он их сам вспомнит или соблаговолит их Вам рассказать). Или будет нужно судорожно вспоминать Конституцию и ФЗ. Гражданин.*

Ряд авторов задает вопрос о финансовой целесообразности проведения такой существенной дорогостоящей реформы в наши дни:

*А сколько финансов понадобится для замены «милиции» на «полицию» (смена бланков, печатей, нормативной-правовой базы и т.д.). Стоит ли овчинка выделки? Людмила.*

*Не надо переименовывать милицию в полицию — это же очень много впустую потраченных денег — надо будет все менять бланки, названия в каждом документе, во многих федеральных законах, форменном обмундировании, лучше с пользой потратить эти деньги. С появлением этого закона милиция еще более озлобится, простые сотрудники и так работают 24 часа в сутки, а здесь еще и сокращение. Бадретдинов Ильгам Ильфирович*

Критика нововведения выражена в более мягкой форме, но по сути является достаточно резкой.

Во многих откликах критическая оценка сочетается с предложениями по усовершенствованию законопроекта:

*Предлагаю брать в будущую полицию исключительно отслуживших в армии, подчеркиваю — не купивших военный билет, а именно отслуживших в армии. В армию не идут либо хитрые, либо больные; ни тем, ни тем места в будущей полиции не должно быть. Андрей*

*Переименование из милиции в полицию органов внутренних дел само по себе ничего не даст. Нужно ужесточить дисциплину во всех структурах госаппарата и прежде всего в судебных органах и в прокуратуре. Выборочная реформа милиции смахивает на заказ по лишению ее*

*остаточной дееспособности по борьбе с преступностью, которая захлестнула страну во всех слоях общества. Жестков А.Н.*

*Необходима капитальная чистка полиции. Уволить взяточников, пьющих, курящих, не профессиональных. И должен быть народный контроль за деятельностью полиции, в том числе занимающих высокие посты (особенно). Валерий Васильевич*

Авторы этих писем поддерживают идею реформы, но предлагают сделать ее более радикальной. Их коммуникативная манера — прямое давление на собеседника. Интересно, что и курение вошло в разряд действий, не совместимых с обликом хранителя закона.

Граждане приводят аргументы в пользу своей точки зрения:

*За понятием Милиция стоит 70-летняя история бренда, его героика, литература и артикулярное отличие в произношении от аналогичных служб мирового сообщества. Иногда стоит быть отличным, стремясь стать лучшим. Я бы не менял название. Мазуров Владимир*

Интересны единичные замечания юристов по языку и стилю документа:

*Язык Федерального закона, считаю, должен быть более формальным. Что значит «при всей своей строгости и решительности» (см. ч. 2 ст. 9 Законопроекта)? Это же не сочинения школьника о милиции! lawyer.*

Автор, как строгий учитель, упрекает составителей законопроекта в профессиональной некомпетентности.

Мнения сотрудников милиции сводятся к предложениям по улучшению их условий работы и выдержаны в тональности просьбы и жалобы:

*Нет специальной главы, касающейся условий работы. Сейчас в кабинетах работают по 5 и более человек, мобильная связь за свой счет, поездки по делам за свой счет, не хватает техники, бумаги. А ремонт вообще не делают, не работают туалеты, не везде есть столовые. Нужно это прописать в законе. Инга Дунаева.*

Так выступают работники на своих собраниях.

Заслуживает внимания коммуникативная тактика некоторых авторов, состоящая в том, чтобы сначала заявить о своей поддержке документа, а потом, через пару высказываний сказать, что предложение не годится:

*Закон добротный, в целом правильный. Проблема не в законе и его содержании, а в его надлежащем и неукоснительном исполнении. Нищие полицейские (как и милиционеры) не смогут эффективно работать. Отсутствие мотиваций и престижа службы не приведёт в полицию профессионалов. Основной слагаемой морального духа полицейского (милиционера) является благополучие его семьи, а если та концы с концами еле-еле сводит, то говорить о работе полицейского на благо Родины, не приходится. Поэтому, основным считал бы не принятие закона о полиции, а выработку системы мер материального стимулирования их труда, качественную систему подбора кадров. Если в этот орган будет очередь из*

*желающих с высокими нравственными качествами и таким же образованием, то будет возможность для отбора лучших из лучших. Юрий.*

Приведенные письма дают основание считать, что граждане страны считают возможным вести диалог с властью (в тоталитарном государстве это исключено, там возможны только критические сигналы в адрес непосредственных начальников, анонимные письма либо граффити или листовки). Большая часть откликов подписана никами, принятыми в Интернете, или именами без фамилий, хотя встречаются и указания фамилий с адресом. Большое количество отрицательных откликов выдержано в ироничной или агрессивной тональности, конструктивные письма с поддержкой и конкретными предложениями по улучшению законопроекта единичны, и это говорит о недостаточной проработанности документа, с одной стороны, и скрываемой либо нескрываемой агрессивности активной части населения, с другой стороны. Тот факт, что орган массовой информации превращается в форум, свидетельствует об изменении самосознания граждан нашей страны и о модификации политического дискурса избирателей с властью. Для понимания сути происходящих явлений оптимальной оказывается идея голоса как говорящего субъекта (Бахтин, 1979). Массово-информационный дискурс трансформируется как сверху (исчезает голос мудрого старшего брата), так и снизу (достаточно громко звучит голос рядовых граждан). Разумеется, речь идет о тенденциях.

Подведем основные итоги.

Основные тенденции современного общения состоят в сужении диапазона стилевых регистров, примитивизации понятий, игровом переворачивании важнейших запретов и превращении массово-информационного дискурса в форум для всего населения. В основе этих тенденций лежит общее направление демократизации социальной жизни и общения как модуса этой жизни. Изменение канонов общения объясняется тем, что носители высокой культуры становятся маргинальными членами социума, образуя герметичное сообщество, отстоящее от массовой культуры. Тенденции общения отражают нормы массовой культуры, отсюда сокращение коммуникативной дистанции, умножение эпиномов как квантов ориентационного знания, смеховое уничтожение запретов, касающихся высших ориентиров поведения, выработанных на протяжении истории человечества, превращение сферы массовой информации в информационно-эмоциональное взаимодействие всего общества. Вместе с тем следует отметить, что названным тенденциям общения противостоят антиномичные тенденции, требующие своего изучения.

### **Литература**

- Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. 424 с.
- Дементьев В.В. Теория речевых жанров. М.: Знак, 2010. 600 с.
- Дубин Б.В. Слово - письмо - литература: Очерки по социологии современной культуры. М.: Новое литературное обозрение, 2001. 412 с.

Жельвис В.И. Эмотивный аспект речи. Психолингвистическая интерпретация речевого воздействия. Ярославль: Изд-во ЛГПИ им. А.И. Герцена, 1990. 81 с.

Карасик В.И. Языковая кристаллизация смысла. Волгоград: Парадигма, 2010. 422 с.

Клемперер В. LTI. Язык Третьего рейха. Записная книжка филолога / Пер. с нем. А.Б. Григорьева. М.: Прогресс-Традиция, 1998. 384 с.

Колесов В.В. Русская речь. Вчера. Сегодня. Завтра. СПб.: Юна, 1998. 248 с.

Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. М.: Педагогика-Пресс, 1994. 248 с.

Крысин Л.П. Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике. М.: Языки славянской культуры, 2004. 888 с.

Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: монография. – Волгоград: Перемена, 2009. 476 с.

Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева. М.: Жуковский: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. 464 с.

Сиротинина О.Б. Положительные и негативные следствия двадцатилетней «свободы» русской речи // Проблемы речевой коммуникации: Межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М.А.Кормилицыной, О.Б.Сиротининой. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2008. Вып.8. С.5-13.

Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты: Монография. Волгоград, Перемена, 2004. 340 с.

Спивак Д.Л. Измененные состояния сознания: психология и лингвистика. СПб.: Ювента; Филол. ф-т СПбГУ, 2000. 296 с.

Филиппова М.А. Идеологический концепт «демократия» (на материале лингвокультуры США): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2007. 22 с.

Хёйзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня / Пер. с нидерл. М.: Прогресс, Прогресс-Академия, 1992. 464 с.

Якимович Е.В. Стёб в современной русской лингвокультуре: слово, концепт, жанр // Аксиологическая лингвистика: проблемы лингвоконцептологии и коммуникативной деятельности: сб. науч. тр. / Под ред. Н.А. Красавского. Волгоград: Колледж, 2009. С.29-40.