

ЯЗЫК МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ В СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

THE LANGUAGE OF MASS CULTURE IN MODERN MASS MEDIA

E. Molyavina

Summary: The article is devoted to the consideration of the specifics of the broadcast of mass culture through the mass media. The main focus is on the peculiarities of the language of mass culture. The author defines the pragmatic functions of speech tools implemented by the media in the broadcast of mass culture. The theoretical postulates are supported by original language material.

Keywords: mass culture, mass media, speech impact, mass communication, genres, stylistics.

Молявина Елена Алексеевна

Кандидат филологических наук, старший преподаватель,
Военный университет имени князя Александра Невского
Министерства обороны РФ (г. Москва)
molyavina68@inbox.ru

Аннотация: Статья посвящена рассмотрению специфики трансляции массовой культуры посредством средств массовой информации. Основной акцент делается на особенностях языка массовой культуры. Автор определяет прагматические функции речевых средств, реализуемых СМИ при трансляции массовой культуры. Теоретические постулаты подкрепляются оригинальным языковым материалом.

Ключевые слова: массовая культура, СМИ, речевое воздействие, массовая коммуникация, жанры, стилистика.

В современном мире распространение информации как никогда упрощено посредством средств массовой информации, доступность которых значительно повысилась в результате их перехода на онлайн формат. Наши знания о мире становятся все более углубленными посредством доступности различного рода данных. Однако доступность обработки информации выросла не только для реципиентов, но и для ее адресантов. Так, СМИ, выступающие активным транслятором знаний о мире, непременно добавляют в свои тексты оценочные структуры, характерные для каждой конкретной культуры [Муравлева, 2020]. Совокупность подобных структур, распространённых по всему миру, создает **массовую культуру** - явление, характеризующее особенности производства культурных ценностей в современном обществе [Корнилов, 2000: 37]. Учитывая распространенность и всеобъемленность данного феномена, можно уверенно говорить об актуальности его исследования. Однако в современных исследованиях зачастую принижается значение массовой культуры - в ней видят преимущественно деструктивную составляющую, не углубляясь в механизмы ее функционирования, в частности посредством языковых элементов.

Термин «массовая культура» появился впервые в американской печати в конце 1930-х гг. К массовой культуре принято относить те «артефакты», которые понятны широкому кругу лиц без дополнительных сведений, знаний и комментариев. По мнению Д. Белла массовая культура - это «своего рода организация обыденного сознания в информационном обществе, особая знаковая система или особый язык, посредством которого члены информационного общества достигают взаимопонимания» [Белл, 1993: 96]. Массовая культура - это не просто

культура потребления, как принято считать, скорее это процесс и результат циркулирования актуальных значений и ценностей в социальной системе. Первостепенную роль в формировании и развитии массовой культуры играет межкультурная коммуникация.

Принципиальным отличием массовой культуры от культуры в глобальном смысле видится в том, что массовая культура формируется не столько народом, сколько культурными индустриями с целью получения экономической прибыли:

Suddenly, Facebook, Instagram, YouTube and other social platforms were rushing to roll out similar products, encouraging users to make videos up to one-minute in length that would be displayed vertically, in a scrolling feed with endless recommendations for what to watch next. Those other platforms spent the following years trying to play catch-up to TikTok's popularity, especially among the crucial teen demographic [CNN, 2023: TikTok is pushing longer videos. Some creators worry about the vibe shift].

(Внезапно Facebook, Instagram, YouTube и другие социальные платформы поспешили выпустить аналогичные продукты, поощряя пользователей создавать видеоролики продолжительностью до одной минуты, которые отображались бы вертикально в прокручиваемой ленте с бесконечными рекомендациями о том, что смотреть дальше. Эти другие платформы потратили годы, пытаясь догнать популярность TikTok, особенно среди критически важной подростковой аудитории).

В приведенном фрагменте основное внимание автора направлено на наиболее используемые современными подростками социальные сети. Текст сосредоточен на том, чтобы сравнить возможности перечисленных

платформ по трансляции информации. Лексические средства, употребляемые адресантом способствуют выстраиванию неочевидной иерархии продуктов потребления массовой культуры (... *were rushing to roll out similar products...*; *Those other platforms spent the following years trying to play catch-up to TikTok's popularity...*), что позволяет обойти аналитическую обработку информации сознанием реципиента. Таким образом закрепляется приоритет одной из указанных платформ.

Массовая культура вездесуща. Так, согласно исследованиям Батса (Butts, 2019), среднестатистический американец оказывается под ее непосредственным воздействием ежедневно примерно по 11,5 часов. Такой объем времени не может использоваться хаотично: «тексты, особенно ориентированные на широкую аудиторию, представляют собой результат не спонтанного, а, напротив, четко продуманного процесса речетворчества, отвечающего задачам коммуникации» [Белоусова, Муравлева, 2021: 36]. Так, радио, телевидение, периодические издания, социальные сети и другие источники транслируют свои «артефакты», используя различные речевые жанры (статьи, реклама, рассказы, анекдоты, советы, признания и многие, многие другие). На наш взгляд выбор жанрово-стилистических форм трансляции массовой культуры определен их «близостью» среднестатистическому реципиенту информации – наиболее удачными формами реализации текстов являются те, с которыми люди встречаются в своей повседневной жизни:

Keep on top of your finances with a budgeting app that can give you an overview of your current and savings accounts at different lenders in one simple dashboard. They can also sort your spending into categories.

Some even help you save by combing through your bills, offering cheaper alternatives or areas where you can cut back. How to cut your spending: from cashback and loyalty card perks to supermarket deals.

(Следите за своими финансами с помощью приложения для составления бюджета, которое может предоставить вам обзор ваших текущих и сберегательных счетов в разных банках на одной простой панели мониторинга. Они также могут сортировать ваши расходы по категориям.

Некоторые даже помогают вам экономить, просматривая ваши счета, предлагая более дешевые альтернативы или области, где вы можете сэкономить. Как сократить свои расходы: от возврата наличных и льгот по картам лояльности до скидок в супермаркетах.)

Приведенный фрагмент статьи написан в форме дружеской рекомендации на весьма острую тему финансового благополучия. Автор избегает употребления узкоспециальной терминологии, обращаясь к нейтральной, повседневной лексике. Легкие и доступные для реализации советы скрывают за собой рекламу конкретных

приложений (далее по тексту статьи), воспользоваться которыми можно оплатив подписку.

Стоит отдельно отметить влияние социальных сетей на язык массовой культуры. Дело в том, что посты в социальных сетях создаются обычными людьми. СМИ зачастую ссылаются на те или иные высказывания пользователей социальных сетей в рамках такой аргументативной функции как апелляция к авторитетам [Муравлева, 2019] – внося тем самым в свои тексты «глас народа» или же изречения известных лиц, которые, по мнению авторов текстов СМИ, являются неким примером для подражания для реципиентов информации. Подобным образом массмедиа подчеркивают, что находятся на одной волне с читателями и движутся в ногу со временем, освещая наиболее актуальные темы:

Are you part of a matching pajama family? The twee tradition of Christmas morning coordination has recently become a kind of visual shorthand, allowing the internet to infer all kinds of notions about the inner workings of a stranger's clan. "If you come from a matching pjs family I can't relate to you at all," read one post on X. "I wish my family were a matching pjs type of family," chimed another.

True or not, the groupthink of unison dressing seems to relay a powerful message of unity and togetherness — even if the synchronism only lasts long enough to pose for a family photo. [CNN, 2023: Look of the week: The hidden meaning behind this royal scarf]

(А в вашей семье похожие пижамы? Традиция рождественского утра в едином стиле в Твиттере недавно стала своеобразной визуализацией, распространяющей в Интернете представления о жизни чужих семей. «Если ты один из этих «пижамных семей», то мне вообще не о чем с тобой говорить», – гласит один пост на X. «Я бы хотел, чтобы моя семья была одной из таких «пижамных семей»», – подхватил другой.

Правда это или нет, но массовое стремление к одежде в унисон, похоже, передает мощное послание единства — даже если его хватает лишь на то, чтобы позировать для семейной фотографии.)

В приведенном фрагменте текста представлены два противоположных мнения на обсуждаемую тему. Интересным видится, что предложенные вниманию реципиента сообщения цитаты не несут за собой никакой привязки ни к конкретным людям, ни к социальным сетям. По мнению автора, достаточно лишь указания, что эти мнения отражены в постах одной из социальных платформ. Иными словами, последние сами по себе выступают неким авторитетным источником информации. Более того, отдельно стоит отметить, что указание разных точек зрения предоставляет адресанту некий нейтралитет, позволяющий ему быть востребованным сторонниками любой из представленных цитат.

Таким образом, распространенность массовой куль-

туры в современном обществе определяется доступностью информации как для ее реципиентов, так и для адресантов, неограниченностью межкультурных коммуникаций и экономической выгодой для ряда индустрий. Принципиальную роль трансляции массовой культуры

играет язык. Специфическими особенностями языка массовой культуры можно назвать нейтральную обиходно-бытовую жанрово-стилистическую окраску, использование аргументативных приемов (апелляция к авторитетам) и прагматически окрашенной лексики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. — М.: Мысль, 1993.
2. Белоусова, О.Г. Особенности реализации стратегии дискредитации во время пандемии COVID-19 / О.Г. Белоусова, В.Р. Муравлева // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. — 2021. — № 5-3. — С. 35-39.
3. Корнилов М.И. Герои и жанры массовой культуры Японии. // Человек: образ и сущность. - М.: ИНИОН РАН, 2000.
4. Муравлева, В.Р. «Апелляция к авторитетам» как один из способов языкового воздействия в современных информационных войнах / В.Р. Муравлева // Лингвополитическая персонология: дискурсивный поворот: Материалы Международных научных конференций, Екатеринбург, 27–30 ноября 2019 года / Ответственный редактор Н.Б. Руженцева. — Екатеринбург: [б.и.], 2019. — С. 152-156.
5. Муравлева В.Р. Языковые манипулятивные средства в коммуникативной среде СМИ // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2020. Т. 10, № 2. С. 48–56.
6. Butts, T. (2019, July 1). Nielsen: U.S. adults spend majority of waking hours interacting with media. TV Technology. Retrieved July 20, 2020, from <https://www.tvtechnology.com/news/nielsen-u-s-adults-spend-majority-of-waking-hours-interacting-with-media>
7. Dolan, L. Look of the week: The hidden meaning behind this royal scarf / CNN // Электронный пестыс <https://edition.cnn.com/style/royal-scarf-king-charles-lotw/index.html>
8. Duffy, C. TikTok is pushing longer videos. Some creators worry about the vibe shift / CNN // Электронный пестыс <https://edition.cnn.com/2023/12/16/tech/tiktok-pushing-longer-videos-creators-app-change/index.html>
9. How to cut your spending: from cashback and loyalty card perks to supermarket deals / the Guardian // Электронный пестыс <https://www.theguardian.com/money/2024/jan/05/how-to-cut-your-spending-cashback-loyalty-card-perks-supermarket-deals>.

© Молявина Елена Алексеевна (molyavina68@inbox.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»