

Д. А. Фукс

Проблемное поле речевой культуры в пространстве современного развлекательного телевидения

В статье проанализировано значимое для современной культурологической науки проблемное поле современного развлекательного телевидения: речевая культура ведущих телевизионных развлекательных программ. Раскрыты основные причины сложившейся речевой ситуации современного телевизионного пространства как значимого модулятора массовой речевой культуры, а также предложено теоретическое осмысление образцов современного развлекательного телевидения в контексте культурологической значимости, развлекательного вещания, массовых коммуникаций современности. Избранная для исследования тема статьи и ее направленность, с одной стороны, позволяет проанализировать проблемное поле речевой культуры развлекательного телевидения как части единого целого, то есть телевидения как национального социально-коммуникационного ресурса, формирующего информационное пространство, где функционирует и развивается разнообразный по своим жанровым характеристикам феномен речевого взаимодействия, современный социальный тренд. С другой стороны, обосновывает правомерность существования развлекательного пространства как части единого медийного речевого поля, где эффективность воздействия речевой культуры посредством телевизионной речи ведущего формирует новые социальные взаимоотношения, интегрирующие различные страты современного общества в единое языковое пространство при определении общего свода закономерностей динамики развития речевого поведения массового телезрителя.

Ключевые слова: телевизионная программа, транслятор, речевая культура, телевизионный ведущий, развлекательная программа, массовая культура, телевизионное пространство.

D. A. Fuks

A Problem Field of Speech Culture in Space of Modern Entertainment Television

The problem field of modern entertainment television, significant for modern culturological science, is analysed: speech culture of leading television entertainment programmes. The main reasons of the developed speech situation of modern television space as significant modulator of mass speech culture are revealed, and also the theoretical understanding of samples of modern entertainment television, in the context of the culturological importance, entertainment broadcasting, mass communications of the present is offered. The subject of the article chosen for the research and its direction, on the one hand, allows analysing a problem field of speech culture of entertainment television as parts of a whole, i.e. the television is a national social and communication resource forming information space where the phenomenon of speech interaction has different genre characteristics and it is functioning and developing, it is a modern social trend. On the other hand, it is proved legitimacy of existence of entertainment space as parts of the uniform media speech field where influence efficiency of speech culture, by means of the reporter's television speech, forms new social relationships which integrate various stratas of the modern society into single integral language space, developing the general regularities corpus of dynamics of development of the mass TV viewer's speech behaviour.

Keywords: a television programme, a translator, speech culture, a TV reporter, an entertainment programme, mass culture, television space.

«Вложи свою голову в телевизор
и думай, что стал умней»
Борис Гребенщиков

Речевая культура – главная ценность современного телевидения. В настоящее время наблюдается резкое снижение общего уровня речевой культуры в средствах массовой информации, особенно в телевизионном развлекательном пространстве.

Активное развитие развлекательного телевидения на рубеже веков не могло не вызвать трансформацию публичной речевой культуры современного телевизионного пространства. Речевая культура, являясь общекультурной состав-

ляющей, привлекает внимание все большего круга исследователей (культурологов, социологов и искусствоведов) к данному социокультурному феномену современности. Отношение телевизионных властителей к речевой культуре исторически складывалось различным образом: от возвеличивания (работа дикторов СССР воспринималась как эталонная) до уничижения (понимание речевых актов как «барского занятия», «глупостей», которые «не прокормят человека») [3]. Но рубеж XX–XXI вв. стал переломным в содержательной стратегии российского телевидения, и в 2000-х гг. новое информационное пространство страны, контролируемое властными структура-

ми, уже не позволяло телекомпаниям формировать актуальную повестку дня без учета уровня речевой культуры представителей телеэкрана.

Не случайно важнейшие сентенции современности, свойственные тому или иному обществу, сегодня транслируются именно каналами СМИ – уже неотъемлемыми спутниками большинства людей, что делает проблему эволюции речевой культуры в пространстве современного развлекательного телевидения особенно значимой.

Изучая эволюцию развлекательных программ телевизионного пространства, мы наблюдаем, что «гипертрофированная политизированность, свойственная российским СМИ в 1990-е гг., эволюционировала в аполитичность, и в качестве основного направления деятельности телеведущих большинство медиакомпаний избрали апробированные развлекательные форматы» [1]. В интонационной манере речи современных «развлекательных» ведущих прослеживаются стандарты английской и англо-американской речи. По мнению исследователей, «это обусловлено рядом причин, в частности демократизацией вещания, преодолением тоталитарного прошлого и др.» [5]. Мы живем в эпоху глобальных изменений в обществе, являемся «пользователями» обновленного временем языка или даже авторами языковых новообразований. Задача современных лексикографов – зафиксировать культурно-языковую ситуацию конца XX – начала XXI в., передав динамику русского лексикона, не забывая о путях передачи современной речи обществу.

В пространстве современной телевизионной речи ведущих развлекательных программ как модуляторов речевого курса современного зрителя наблюдается рост использования лексики со сниженной эмоционально-экспрессивной окраской, применения просторечных форм, канцеляризм, вульгаризмов, жаргонизмов, то есть несоблюдение артистами и журналистами этических норм культуры речи. В то же время речь ведущих выступает основным средством социокода – главной знаковой реалии культуры, что накладывает на них особые обязательства.

Не случайно важнейшие сентенции, свойственные тому или иному обществу, запечатлевались именно в речевой форме, отражая национальные константы. В настоящее время речь населения России стала серьезно отклоняться от традиционных норм русской словесности. С каждым годом развлекательная и рекреативная функции телевидения вытесняют информационную функцию в сознании телеаудитории. Здесь

правомерно вспомнить суждение В. В. Савчука: «Если раньше СМИ служили примером уровня речевой культуры, способствовали его повышению, то в настоящее время СМИ в большой степени способствуют его деградации: речь многих ведущих развлекательных, а иногда и аналитических программ построена лексически неправильно, загрязнена словами-паразитами, словом, налицо все признаки ухудшения уровня речевой культуры самих трансляторов речи, что способствует расцвету всеобщего процесса конвергенции языковой культуры современного телевидения» [5], – с которыми не поспоришь. Для современного телезрителя основная цель телепросмотра – отдых и развлечение. Слова главного редактора журнала «Искусство кино» Д. Б. Дондуря с поразительной точностью отражают положение дел в телевизионном пространстве современной России: «Конец XX в. можно по праву назвать эпохой развлекательного телевидения: оно становится одним из важнейших факторов, определяющих структуру и содержание человеческих взаимоотношений в современном обществе». Развлекательное телевидение сегодня включает расширенный арсенал современных возможностей передачи речевой культуры; благодаря особенностям речевой культуры телеведущего публики привыкает получать сжатую информацию, но перестает самостоятельно умать и анализировать. Это явление становится средоточием речевой культуры, изоморфно выполняющей функции культуры в целом.

Ведущие современного развлекательного телевидения зачастую не являют в своей работе современные образцы использования функциональных и социальных разновидностей воплощения русского языка как культурного регулятива, а лишь удовлетворяют развлекательные потребности зрителя, лишь доставляя эмоциональные удовольствия, но не становясь общечеловеческим отражением речевой картины общества. В избытке транслируются всевозможные развлекательные программы, среди которых встречаются исключительно негативно влияющие на речевую культуру телеаудитории (например, «Кривое зеркало» и т. д., герои которых всячески коверкают речь).

Мы не оспариваем целесообразности присутствия в образах киногероев, согласно законам эстрадного перевоплощения, речевых особенностей, но нельзя оправдать неверного словоупотребления, которое зритель может воспринять как речевую норму. Безусловно, ведущий развлека-

тельной телепрограммы не несет ответственности за грамотность зрителя, но, транслируя речь, он ее невольно формирует.

Сегодня в рамках развлекательного дискурса телезрителю предлагается досуговое телевидение, с его широким спектром развлекательных жанров – от речевых эстрадных интермедий до полноценных концертно-игровых шоу с полноправными диалогами со зрителями и героями телепрограммы, с великолепным содержанием, речевое оформление которого, однако, оставляет желать лучшего. Акцент делается лишь на развлечении обывателя. Самое важное в таких программах – юмор как один из способов расстановки акцентов в противопоставлении «мы»/«другие». В режиме развлекательного запроса программа обращается к зрителю исключительно как к доверителю. Коммуникативное намерение программы – вызвать интерес либо попросту пошутить в кадре над явлениями обыденной жизни незамысловатым бытовым языком, то есть развлечь зрителя и дать ему простую информацию. Потребительский режим содержания телепередачи превращает ее в рекламную инструкцию по применению: демонстрируются животрепещущие темы для обсуждений, предлагаются простые примеры решения различных ситуаций. Таким образом, налицо особый режим телевизионных программ, где телезритель – простой потребитель массового телевизионного зрелища, рассматриваемый вне логики речевой культуры и языковой традиции, складывающейся десятилетиями.

Даже самые популярные телепрограммы современного развлекательного телевидения: «Камеди клуб», «Камеди вуман», «Пусть говорят» и прочие – не могут похвастать эталонной речевой формой культурного продукта, высоким уровнем знания русского языка ведущими телепрограммы. Исследуя динамику развития речевой культуры развлекательного телевидения, мы предполагаем, что интеллектуальная и художественная ценность речевой культуры сводится сегодня к минимуму. Грамотность речевого поведения ведущих невелика, что очевидно для зрителей. В эпоху потребительских ценностей современного телевизионного пространства речевая культура теряет свою смысловую значимость из-за сознательного игнорирования как зрителем, так и ведущими основных норм и правил речевой культуры при неоправданной уверенности в собственных знаниях. Внимание создателей телевизионных программ к профессиональной работе ре-

дакторов и ведущих сегодня обязано стать константой, проявившись в заботе об употреблении речевых фигур, тропов, актов. Телевизионные производители несут громадную ответственность за процессы динамики русской речевой культуры, ее сохранение, развитие и распространение. Рассматривая развлекательные программы как транслятор культурных ценностей русского языка, стоит предположить, что форма развлекательной телепередачи является модулятором бытия социального речевого опыта современности.

Различные шоу-программы на телевидении сегодня многомерны и популярны, в частности, Г. Г. Матвеева понимает под речевым портретом телеведущего «набор речевых предпочтений говорящего в конкретных обстоятельствах для актуализации определенных намерений и стратегий воздействия на слушающего». По мнению ученого С. В. Леорды, «речевой портрет – это воплощенная в речи языковая личность», следовательно, эффективность воздействия на сознание зрителей средствами массовой коммуникации в глобальном понимании информационных предпочтений речевой культуры определяется личностью ведущего, выводя этот фактор на первое место в сфере социального влияния и возможных культурных изменений. По нашему мнению, ценностные признаки (оценочные высказывания, характеризующие как приоритеты данного типажа, так и оценку со стороны современников и носителей сегодняшней лингвистической культуры) – главные доминанты развития современной телевизионной речевой культуры. В современном пространстве телевизионных программ главным рупором речи мы можем смело назвать портрет ведущего телевизионной развлекательной программы, «входящего» в каждый дом посредством зрительного образа.

Средства массовой трансляции речевой культуры играют решающую роль в социальной и политической жизни общества у зрителя дома, они формируют культуру здесь и сейчас, моделируют стандарты современного массового поведения, транслируя представления о речи посредством эталонных образцов, позволяя актуальным «экшнам» сегодняшнего дня входить в среду общественного пространства. При всем этом не только возрастает влияние зрелищной формы развлекательной телепередачи на общество, но и несоизмеримо растут возможности манипулирования общественным мнением и сознанием в интересах отдельных заинтересованных групп, партий и государств [4]. А. Д. Васильев по этому

поводу пишет: «Факты языка и феномен культуры зачастую не поддаются строгому и окончательному осмыслению и контролю, изменения в собственной культурной сфере воплощаются в языке, а языковые эволюции активно участвуют в культурных процессах и влияют на них, что приводит к отрицанию роли языка как национальной культурной ценности. В связи с этим нарастает важность проблемного поля формирования социально маркированного способа выбора и употребления языковых средств и особенностей речевого поведения качественной речевой культуры» [2]. Это высказывание резюмирует качественную значимость феномена развлекательного пространства как модулятора бытия социального речевого опыта современности, показывая его широкие, образующие традицию, возможности и современные культурные влияния, влекущие определенные необратимые последствия.

Результаты изучения развлекательного пространства поразительны, релятивизм формы речевой культуры повсеместен, в чем и состоит тенденция современного развлекательного телевидения. При определении критериев речевой политики развлекательных программ, их направленности многое зависит от семантического содержания речи ведущего, которым наделяют свой продукт производители, а также от той ее доминирующей характеристики, которая, по замыслу создателей программы, ориентирована на эмоционально-чувственное восприятие зрителей.

Описанная нами динамика влияния речевой культуры в контексте развлекательного телевидения убедительно проясняет успешность и популярность отдельных персонажей современного телевизионного пространства, чьи речевые образцы, имеющие речевую популярность и успешность, живут долгие годы. Прежде всего речь идет о телеведущих. Так, успех Максима Галкина может быть связан с тем, что шоумен очень органично встраивается в новые предлагаемые речевые условия. В эпоху телевикторин – он ведущий телепередачи «Кто хочет стать Миллионером?», строгий и сдержанный; в период господства эстрадного юмора – участник «Кривого зеркала», юморист и «рубаха парень», а в качестве ведущего программы «Вечер с Максимом Галкиным» он уже не ведущий-интеллектуал, и главное лицо «Звездного льда» и «Танцев со звездами», конферансье, выступает в роли универсала речевого синтеза.

От имиджа ведущего, его умения вести себя в кадре, владения профессиональными компетен-

циями, навыками общения со зрителями, а самое главное, грамотной и эмоциональной речью зависит расположенность потенциальной аудитории к телеканалу, а значит – его рейтинг. Ведущий современной развлекательной телепрограммы – не только ее неотъемлемая и знаково-миджевая часть, но и олицетворение. Образ ведущего обычно ассоциируется с образом телепрограммы. Если в подсознании телезрителя сохраняется позитивный когнитивный след, то он вновь вернется на телеканал для ее просмотра. Фактически ведущий – коммуникатор, от располагающей и открытой позиции которого при общении с аудиторией зависит и качество коммуникации, и семантическая значимость развлекательного просмотра. Лексика ведущего в совокупности с положительным образом формируют в сознании телезрителя стабильный речевой образ, став на место общественного института общения, раскрывая богатство его, как носителя языка, и стимулируя зрителя к языковому подражанию. Изучая особенности словоупотребления социального слоя, коим представляется зрительская аудитория развлекательной телепередачи, можно диагностировать дальнейшее ее поведение, как носителя языка. В угоду общества потребления, языком культуры становятся определенные типы массовой культуры, а яркие его представители, транслируют тенденции и нормы развития речевой культуры.

Феномен современной телевизионной речи многоаспектен заключается по большей части в эфемерности современного практического устного слова, факты речевого поведения ведущих становятся узуальными моделями социума. Именно редакторы, продюсеры, владельцы программных продуктов несут ответственность за транслируемую аудиовизуальную картинку, содержание текстов выступлений ведущих телепрограмм, и ее речевую форму. Более того, «корень зла» таится в природе самой политики телевизионной трансляции, имеющей мало общего с парадигмами культуры и искусства, являющие зрителю тем самым сомнительно полезный культурный опыт и ценность транслирования социокультурного контекста. Пространные лакмусовые бумажки образов затуманивают понимание содержательной действительности языка, что порождает тотальную безграмотность зрительской аудитории. Бесспорно, эти факты указывают на болезненное состояние речевого пространства развлекательного телевидения, поэтому необходимо уделять больше внимания речевой риторике

ческой подготовке ведущих на всех каналах современного телевидения. Речь ведущего развлекательной программы сегодня отличается в большей степени сухостью и наличием канцеляризмов и специальной лексики, нежели широким использованием ее разнообразных выразительных средств. Необходимо вернуть речи на российском телевидении статус эталона, каким она обладала в советское время. Необходимо возродить интерес и бережное отношение к родному языку, дабы сохранить уникальный языковой код народа.

Телевидение сегодня – кривое зеркало общества, которое живет за счет него и работает на него, транслятор ценностей жизни, нравственности, поведения, демонстратор идей и нескончаемая машина по формированию социальных потребностей населения. Не следует забывать, что паритет на звание инструмента общественных отношений в угоду потребительской революции оставляет пальму первенства за речевой культурой телеведущих развлекательных программ, отвечающих на запросы современных масс, обладающих специфическими особенностями по сохранению универсальных культурных кодов в отражении практических реалий, олицетворяющих современные поведенческие предпочтения через трансляцию речевого опыта самого массового феномена современной культуры.

Библиографический список

1. Варганова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран [Текст] : учеб. пособие / Е. Л. Варганова. – М., 2003. – С. 87.

2. Николов, Е. Искусство видеть мир [Текст] / Е. Николов. – М., 1971.

3. Новикова И. А. Современное развлекательное телевидение в контексте общественных дискуссий [Текст] / И. А. Новикова // Вестник Московского ун-та. – Серия 10. Журналистика. – 2009. – № 4. – С. 109–126.

4. Савчук, В. В. Медиафилософия: формирование дисциплины [Текст] / В. В. Савчук // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия : материалы международной научной конференции «Медиа как предмет философии» 20–22 ноября 2008 года. – СПб.: ГУ, 2008.

5. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества [Текст] / Ф. Уэбстер ; пер. с англ. М. Арапова, Н. В. Малыхиной ; под ред. Е. Л. Варгановой. – М., 2004. – С. 320, 321.

Bibliograficheskiy spisok

1. Vartanova, E. L. Mediaekonomika zarubezhnyh stran [Tekst] : ucheb. posobie / E. L. Vartanova. – M., 2003. – S. 87.

2. Nikolov, E. Iskusstvo videt' mir [Tekst] / E. Nikolov. – M., 1971.

3. Novikova I. A. Sovremennoe razvlekatel'noe televeshhanie v kontekste obshhestvennyh diskussij [Tekst] / I. A. Novikova // Vestnik Moskovskogo un-ta. – Serija 10. Zhurnalistika. – 2009. – № 4. – S. 109–126.

4. Savchuk, V. V. Mediafilosofija: formirovanie discipliny [Tekst] / V. V. Savchuk // Mediafilosofija. Osnovnye problemy i ponjatija : materialy mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii «Media kak predmet filosofii» 20–22 nojabrja 2008 goda. – SPb.: GU, 2008.

5. Ujebster, F. Teorii informacionnogo obshhestva [Tekst] / F. Ujebster ; per. s angl. M. Arapova, N. V. Maljehinoj ; pod red. E. L. Vartanovoj. – M., 2004. – S. 320, 321.