

УДК 81'161.1

А. К. Казкенова

к. ф. н. доцент Казахского национального педагогического университета
имени Абая, г. Алматы, Казахстан
akaz76@mail.ru

О некоторых парадоксах современной массовой коммуникации

Статья посвящена описанию некоторых парадоксальных особенностей современной массовой коммуникации. Так, отмечается возрастание роли адресата при наличии широких возможностей для авторского публичного самовыражения, возвращение к архаичным формам коммуникации в условиях интенсивного развития технических средств, понижение качества восприятия и понимания информации при постоянном увеличении ее объема. Основной причиной, вызывающей эти парадоксы, следует считать несбалансированное взаимодействие автора и адресата в сфере массовой коммуникации.

Ключевые слова: массовая коммуникация, информация, участники коммуникации, средства массовой информации.

А.К. Казкенова

Қазіргі бұқаралық қарым-қатынастың кейбір қарама-қайшылықтары жайында

Мақала қазіргі бұқаралық қарым-қатынастың кейбір қарама-қайшы ерекшеліктерін сипаттауға арналған. Автордың көпшілік алдында сөйлеуі үшін кең мүмкіндіктері болуы барысында адресат рөлінің өсуі, техникалық құралдардың қарқынды дамуы жағдайында қарым-қатынастың көне түрлеріне оралуы, ақпарат көлемінің үнемі өсуі барысында оны қабылдау және түсіну сапасының төмендеуі көрсетіледі. Осы қарама-қайшылықтардың тууына негізгі себеп бұқаралық ақпарат саласындағы автор мен адресаттың теңгерімсіз өзара әрекеті деп есептеуге болады.

Түйін сөздер: бұқаралық қарым-қатынас, ақпарат, қарым-қатынасқа қатысушылар, бұқаралық ақпарат құралдары.

А.К. Kazkenova

About some paradoxes of modern mass communication

The article is devoted description of some paradoxical features of modern mass communication. Growth of role of addressee is marked at presence of wide possibilities for an author public self-expression, returning to the archaic forms of communication in the conditions of intensive development of technical means, lowering of quality of perception and understanding of information at the permanent increase of its volume. It is necessary principal reason, defiant these paradoxes, to count the unbalanced co-operation of author and addressee in the field of mass communication.

Key words: mass communication, information, participants of communication, mass media.

Сфера массовой коммуникации представляет собой уникальный социальный и лингвистический феномен. В частности, в настоящее время она закрепила за собой статус некоторой площадки для различного рода лингвистических инноваций и экспериментов, которые, пройдя этап освоения, в дальнейшем могут распространиться и в иных сферах и ситуациях человеческого общения.

Как отмечают исследователи, о престиже средств массовой информации можно судить по их успешной конкуренции с художественной литературой в плане влияния на развитие

литературного языка в целом. Роль ориентира для публичной речи выполняет в настоящее время язык СМИ и Интернета: «во второй половине XX в. нормативная основа литературного языка изменилась: нормотворческую роль стал играть не язык произведений художественной литературы со своей специфической стилистикой, как это было ранее, а язык публичной коммуникации...»; «Важнейшее влияние на эволюцию речевого стандарта современной публичной коммуникации оказало преобладающее использование устных каналов коммуникативной связи – радио и телевиде-

ния» [1, 402]. Более того, масс-медиа оказывают существенное влияние на язык современной художественной литературы.

В этих условиях обращают на себя внимание некоторые особенности современной массовой коммуникации, которые свидетельствуют о противоречивом, зачастую парадоксальном, развитии человеческой коммуникации.

1. Наличие широких возможностей для авторского публичного самовыражения ↔ возрастание роли адресата. Коммуникативные роли говорящего и слушающего, будучи противопоставлены друг другу, составляют существо коммуникативного процесса и неразрывно между собой связаны: «...речевая коммуникация – это циркулярная символическая интеракция, в которой каждый коммуникатор влияет на поведение другого» [2, 11 – 12]. Если говорящий – это инициатор коммуникации и отправитель сообщения, то адресат – получатель сообщения, реализующий интенцию говорящего. Изменение одной из этих ролей с неизбежностью ведет за собой изменение и второй роли.

В конце XX века под влиянием социально-политических перемен произошел целый ряд серьезных изменений в коммуникации, в частности преобразующих роли говорящего и слушающего: «расширяется состав участников массовой и коллективной коммуникации»; «резко ослабляется, даже можно сказать рушится, цензура и автоцензура»; «возрастает личностное начало в речи, ...диалогичность общения, как устного, так и письменного»; «расширяется сфера спонтанного общения не только личного, но и устного публичного»; «создается возможность непосредственного обращения говорящего к слушающим и обратной связи слушающих с говорящими»; «меняются ситуации и жанры общения и в области публичной, и в области личной коммуникации» [3, 12 – 13].

Кроме того, беспрецедентные по своему влиянию на человеческое общение технические («коммуникационные») инновации стимулировали эти тенденции, сделали возможным кардинально изменить характер коммуникации. Так, сокращение дистанции между устной и письменной формами речи стало возможным именно благодаря научно-техническому прогрессу. Еще в 1965-ом году В.Г. Костомаров писал об изменении соотношения устной и письменной речи под влиянием развития техники: «К таким глубинным

процессам в языковом существовании современного общества относится все более частое воплощение книжных стилей в формах звучащей речи, в известной мере ослабление связи книжной речи с письменной формой осуществления. Устная речь – первоначальная и исходная форма существования языка – в настоящее время возвращает себе функции, переданные когда-то письменной форме, и даже активно присваивает себе новые функции, сформировавшиеся в ходе развития самой письменности. Устная речь ведет сейчас решительное наступление на речь письменную, причем, в буквальном смысле слова, во всеоружии современного технического оснащения» [4, 7].

Однако особую роль в развитии массовой (и не только массовой) коммуникации сыграли изобретение и популяризация Интернета, который справедливо называется основным фактором, вызвавшим новую информационную революцию [5]. Если вернуться к вопросу о взаимодействии устной и письменной форм речи, обусловленному техническими новшествами, то следует сказать, что Интернет также способствует их слиянию. Но отличие заключается в том, что если до появления Интернета взаимодействие устной и письменной форм общения происходило в основном по линии «озвучивания» письменного (книжного) текста, то Интернет предоставляет возможность производства и рецепции по преимуществу устных (разговорных) текстов в письменной форме.

Другой важной приметой нового коммуникативного пространства, сформированного Интернетом, является его интерактивность. Письменное Интернет-общение, как и устная коммуникация, принципиально диалогично. Причем максимальная степень интенсивности общения может приближаться к режиму реального времени, так что создается иллюзия непосредственности общения. Тем не менее это общение, как и в случае с письменной коммуникацией, позволяет сохранять признак подготовленности речи.

Интернет предоставляет говорящему беспрецедентные возможности для поиска аудитории. Роль говорящего характеризуется расширением рамок общения от межличностного до публичного: «В Сети нивелируются существенные различия между межличностной, групповой и массовой коммуникацией, и даже такой тип, как интраперсональный (т.е. диалогизация внутреннего «монолога» – с самим

собой, собственной совестью и пр.), таковым быть перестает благодаря столь популярным в Интернете блогам (сетевым дневникам)» [6, 30].

Для говорящего – инициатора коммуникации – такая открытость Интернет-общения может иметь эффект непредсказуемости или даже неконтролируемости. Опосредованность / дистанцированность общения в данном случае не препятствуют его интенсивности, с одной стороны, и демократичности, с другой. Равноправность общения в свою очередь определяет не только открытый состав участников коммуникации (потенциальных адресатов), но и сам ход дискуссии, тематическую «гибкость» коммуникативного процесса, нередко ограничиваемую только модераторами.

Роль адресата в Интернет-среде, на наш взгляд, претерпевает еще более значительные изменения. В ней не только достигается эффект попеременного чередования коммуникативных ролей, как в случае прямой коммуникации – адресат может также сам выбирать себе оптимальную форму участия в коммуникации – от активного участника дискуссии, конкурирующего с инициатором коммуникации, до читателя (традиционного адресата письменного текста).

Отметим также еще одну яркую особенность – внимание к языку и стилю (языковую рефлексию), которая пронизывает, как и все сферы массовой коммуникации, и сферу Интернет-общения. Не будет преувеличением сказать, что не только деятельность говорящего, стремящегося привлечь внимание к своему сообщению, но и деятельность адресата в информационном обществе приобретает лингвистический характер. Адресат имеет возможность не только «потреблять» предлагаемую информацию, но и в интерактивном режиме критически оценивать текст в целом (как правило, по «пятизвездочной» шкале) и лингвистическое новаторство автора в частности, находить и исправлять допущенные в тексте ошибки (выделением слова / фрагмента текста и нажатием клавиш **Ctrl + Enter**) и т.д.

Именно адресат определяет эффективность стратегий, применяемых говорящим в условиях массовой коммуникации; от его выбора зависит, состоится ли коммуникативный акт или нет. Борьба за адресата, «аудиторию» коммуникативную агрессию в современном медиа-пространстве в целом и Интернет-среде в частности. Как нам представляется, «коммуникативная агрессия» говорящего уравновешивается

в условиях Интернет-общения расширением влияния адресата на общий процесс коммуникации.

2. Развитие технических средств ↔ возвращение к архаичным формам коммуникации. Нынешний отправитель информации не только пользуется традиционными средствами передачи информации, связанными прежде всего с традициями письменности, но также без особых затруднений использует широкие возможности оперирования изображениями, видео- и аудиоматериалами, сочетания их между собой и текстами разной протяженности. В настоящее время доступность и техническая простота мультимедийного оформления информации для отправителя, с одной стороны, и легкость его восприятия и усвоения для адресата, с другой стороны, сделали этот способ коммуникации чрезвычайно популярным.

Таким образом, в сфере массовой коммуникации письменность не только теснится стихией устной речи, синтезируется с ней, что было отмечено выше, но также поставлена в условия конкуренции с аудио-визуальной подачей информации.

Второй рассматриваемый парадокс современной массовой коммуникации связан с тем, что в условиях технического прогресса наблюдается возвращение к наиболее раннему способу фиксации и передачи информации – пиктографии. Ср.: «Несомненно, что всеобщая компьютеризация все больше разделяет компьютерных пользователей на предпочитающих "иконки", картинки, идеографические кнопки, и тех (старшее поколение), которые стараются вчитываться в команды вербальные. Также несомненно, что речь юных пользователей становится даже не столько бедной, сколько трудной для воплощения. Таким образом, визуальный ряд нашей коммуникации, может быть, потихоньку движется к своим пиктографическим истокам» [7, 158].

Известно, что появление письма, сделавшего возможным дистанцированность общения, долгосрочное хранение написанной информации, вызвало серьезные качественные изменения в системе языка. Они заключаются в усложнении и значительном абстрагировании словаря и грамматики письменного языка. О.Сулейменов, придающий письму первостепенную роль в истории развития языка, отмечает следующее: «...Для темы (происхождение грамматики) весьма символическим представляется то, что слово «грам-

матика» происходит от греческого «грамма» – письменный знак. Без помощи сложной графемы человеческий язык не вышел бы за пределы природного слова-речи, каким нашего пращура наградила природа» [8, 172].

Успешная письменная коммуникация предполагает значительные интеллектуальные усилия со стороны обоих коммуникантов. Выбор письменной формы общения требует от пишущего точности в изложении мысли, тщательности выбора и правильности использования наиболее подходящих для этого языковых средств (см. подробнее, например, [5]). С другой стороны, письмо совершенствует читательскую компетенцию второго коммуниканта – адресата информации. В частности, оно развивает способность оценивать совершенный автором текста выбор средств выражения мысли, композиционное расположение текста и т.д. Таким образом, как письмо совершенствует процесс чтения, так и чтение способствует совершенствованию навыков письменного изложения той или иной информации.

Соответственно, мультимедийность современной коммуникации, возвращающая современного человека к пиктографии, значительно изменяет процесс поиска, создания и обработки информации, как можно предположить, в сторону его упрощения. Ср.: «Принципиальное отличие знаков пиктографии – пиктограмм – от знаков фонетического письма заключается в незакрепленности за пиктограммой конкретной единицы языка, в возможности интерпретации пиктограмм на любом языке; пиктограмма может быть «прочтена» как слово, синоним этого слова, словосочетание, предложение с различными вариациями смысла, несколько предложений» [9, 374]. Мультимедийное оформление текста, как видим, со своей стороны также актуализирует роль адресата, поскольку пиктография допускает больше интерпретаций, чем буквенно-звуковая запись.

В связи с широко распространившейся «креолизацией» большого массива публичных текстов В.Г. Костомаров призывает пересмотреть границы стилистики: «Все заметнее опираясь на внеязыковые формы передачи информации в весьма влиятельных текстах масс-медиа, а отчасти по их примеру и в других текстах, стилистика уже сегодня не может обойти этот факт и должна расширить свой диапазон в перспективных исследованиях современного языкового существования» [10, 127].

3. Увеличение объема информации ↔ понижение качества ее восприятия и понимания. Наконец, качественные преобразования коммуникации в Интернет-среде обусловлены и самим увеличением ее объема, увеличением информационного потока и, как следствие, возникновением конкуренции между отправителями информации, изменением отношения к информации, ее поиску, отбору, хранению и т.д.

Как отмечал Р.О. Якобсон, «чем лучше адресат знает код, используемый отправителем, тем больше объем информации, извлекаемой им из сообщения» [11, 95]. При этом полное совпадение кода, используемого говорящим и адресатом, в реальности практически невозможно: жизненный опыт, уровень образования, интересы, возраст, выбор профессии и т.д. накладывают свой отпечаток и влияют на совпадение / расхождение «кодов» участников коммуникации. Однако в условиях интеллектуализации и «специализации» языка, являющихся важнейшими тенденциями его развития на современном этапе, «кодовые» расхождения становятся еще более очевидными. Соответственно, даже при том, что среднестатистическому адресату массовой информации необходимо владеть известным минимумом терминов самых разных наук (экономики, политологии, культурологии, медицины и т.д.), полное декодирование получаемой информации объективно может быть не достигнуто.

С другой стороны, ежедневно каждый из нас становится мишенью разного рода маркетинговых, рекламных, идеологических и проч. воздействий. Все возрастающий объем массовой информации порождает конкуренцию – борьбу за адресата. Само привлечение внимания слушающего / читающего становится стимулом для изобретения новых и все более изощренных коммуникативных уловок. Мощная техническая поддержка информационных потоков, оказывающая сильное воздействие на характер коммуникации, коммуникативные роли отправителя и получателя информации т.д., в немалой степени также направлена именно на привлечение внимания адресата – потенциального потребителя услуг и товаров, объекта идеологического воздействия.

Такое воздействие информационной среды нельзя считать дружественным по отношению к адресату сообщения. Соответственно, адресат должен противостоять этому наплыву информации, иногда потенциально несущей

угрозу, иногда частично или полностью бесполезной, но настойчиво извне навязываемой. Переизбыток информации воспринимается как неизбежность, и внимание к ней также неизбежно снижается: «Усиливается девальвация общения в целом или его отдельных форм (литературы, философии, журналистики)... Наи более доступные семиотики, прежде всего язык и речевое общение, а также средства массовой коммуникации и образования, субъективно («в глазах людей») утрачивают свою ценность» [5, 546].

Адресат современной массовой информации с необходимостью вырабатывает особую перцептивную стратегию – стратегию компромиссную и селективную по своей сути, позволяющую, с одной стороны, непротиворечиво интерпретировать поступающую информацию, с другой – оценивать и принимать во внимание ее актуальную часть. М.А. Кронгауз отмечает: «Ленивый читатель никуда не исчез. Он просто приспособился читать подобные тексты, потому что иначе пришлось бы перестать читать вообще. Или тратить на чтение несоразмерно много времени. Какую-нибудь небольшую рекламу надо было бы читать, обложившись словарями английского языка, жаргона, молодежного сленга и т. п. Да и этого бы не хватило, потребовались бы консультации с друзьями и знакомыми. Мы же – ленивые – довольствуемся неполным пониманием текста, как бы пропуская незнакомые слова, не обращая на них слишком много внимания. И только если назойливое слово встретится нам еще и еще, мы запоем его и постараемся понять по контексту, а не получится – спросим знакомых. Такая коммуникативная стратегия, то есть **стратегия неполного понимания** (Выделено нами. – А.К.), по-видимому, единственный путь приспособиться и хоть что-то понять в стремительно меняющемся мире» [12].

Литература

- 1 Нецименко Г.П. Стандартная публичная коммуникация: динамика речевого стандарта // Русское слово в мировой культуре. Материалы X Конгресса МАПРЯЛ. Пленарные заседания: сборник докладов. В 2-х т. / под ред. Е.Е. Юркова, Н.О. Рогожиной. – Т. 1 – СПб.: Политехника, 2003. – С. 399-412.
- 2 Комлев Н.Г. Слово в речи: денотативные аспекты. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1992. – 214 с.
- 3 Русский язык конца XX столетия (1985-1995). – 2-е изд. – М.: Языки русской культуры, 2000. – 480 с.
- 4 Костомаров В.Г. Насущные задачи учения о культуре речи // Русский язык в школе. – 1965. – №5. – С. 3-16.
- 5 Мечковская Н.Б. История языка и история коммуникации: от клинописи до Интернета: Курс лекций по общему языкознанию. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 584 с.
- 6 Дедова О.В. О языке Интернета // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. – 2010. – №3. – С. 25-38.
- 7 Николаева Т.М. В.Н. Bichakjian. Language in a Darwinian perspective (рецензия) // Вопросы языкознания. – 2003. – №1. – С. 155-159.
- 8 Сулейменов О. Язык письма. – Рим: San Paolo, 1998. – 502 с.
- 9 Кондратов М.А. Пиктография // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – 2-е изд. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – С. 374-375.

По-видимому, известный «принцип Кооперации», регулирующий, по Г.П. Грайсу [13], человеческое общение, постоянно нарушается как в процессе массовой коммуникации, так и в практике повседневного общения. По сути, он отражает весьма упрощенную и идеализированную модель общения. Ср. следующее замечание С. Пинкера: «Человеческая коммуникация – это не два аппарата факсимильной связи, соединенных проводом, это изменчивое отражение поведения строящих тайные планы и обладающих даром предвосхищения социальных животных» [14, 219].

Таким образом, коммуникативное взаимодействие зачастую достигается при условии применения стратегии неполного понимания. Эта стратегия, как ни парадоксально на первый взгляд, отражает готовность адресата участвовать в коммуникации даже при редуцированном понимании поступающей информации: упомянутое выше неизбежное расхождение «кодов» отправителя и адресата информации обуславливает имеющееся в любом языковом коллективе убеждение, что каждое слово (в том числе новое, неизвестное) должно иметь значение.

Указанные парадоксы свидетельствуют о противоречивом и зачастую несбалансированном взаимодействии автора и адресата в сфере массовой коммуникации.

В совокупности они свидетельствуют о любопытных тенденциях развития массовой и в целом человеческой коммуникации. Это развитие не представляет собой линейный процесс, в котором обнаруживается лишь поступательное прогрессивное движение. Возможной оказывается цикличность процесса, возвращение к ранним и долгое время считавшимся периферийными формам коммуникации.

- 10 Костомаров В.Г. К проблеме изучения текстов масс-медиа: Сборник научных трудов // Президиум МАПРЯЛ: 2003 – 2007. – СПб: Издательский дом «МИРС», 2007. – С. 124-127.
- 11 Якобсон Р.О. Шифтеры, глагольные категории и русский глагол // Проблемы типологического анализа языков различного строя / Сост. О.Г. Ревзина. – М.: Наука, 1972. – С. 95-113.
- 12 Кронгауз М.А. Русский язык на грани нервного срыва // <http://lib.rus.ec/b/157850> [доступ 2 марта 2014.]
- 13 Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 16. – М.: Прогресс, 1985. – С. 217-237.
- 14 Пинкер С. Язык как инстинкт. – Изд. 2-е, испр. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 456 с.

References

- 1 Neschimenko G.P. Standartnaya publichnaya kommunikatsiya: dinamika rechevogo standarta // Russkoe slovo v mirovoy kul'ture. Materialy II Kongressa MAPRYaL. Plenarnye zasedaniya: sbornik dokladov. V 2-h t. / Pod red. E.E. Yurkova, N.O. Rogozhinoy. – T. 1 – SPb.: Politehnika, 2003. – S. 399-412.
- 2 Komlev N.G. Slovo v rechi: denotativnye aspekty. – М.: Izd-vo Moskovskogo un-ta, 1992. – 214 s.
- 3 Russkiy yazyk kontsa XX stoletiya (1985-1995). – 2-e izd. – М.: Yazyki russkoy kul'tury, 2000. – 480 s.
- 4 Kostomarov V.G. Nasuschnye zadachi ucheniya o kul'ture rechi // Russkiy yazyk v shkole. – 1965. – №5. – S. 3-16.
- 5 Mechkovskaya N.B. Istoriya yazyka i istoriya kommunikatsii: ot klinopisi do Interneta: Kurs lektsiy po obschemu yazykoznaniiyu. – М.: Flinta: Nauka, 2009. – 584 s.
- 6 Dedova O.V. O yazyke Interneta // Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 9. Filologiya. – 2010. – №3. – S. 25-38.
- 7 Nikolaeva T.M. V.N. Bichakjian. Language in a Darwinian perspective (retsenziya) // Voprosy yazykoznaniiya. – 2003. – №1. – S. 155-159.
- 8 Suleymenov O. Yazyk pis'ma. – Rim: San Paolo, 1998. – 502 s.
- 9 Kondratov M.A. Piktografiya // Yazykoznanie. Bol'shoy entsiklopedicheskiy slovar' / Gl. red. V.N. Yartseva. – 2-e izd. – М.: Bol'shaya Rossiyskaya entsiklopediya, 1998. – S. 374-375.
- 10 Kostomarov V.G. K probleme izucheniya tekstov mass-media: Sbornik nauchnykh trudov // Prezidium MAPRYaL: 2003 – 2007. – SPb: Izdatel'skiy dom «MIRS», 2007. – S. 124-127.
- 11 Jakobson R.O. Shiftery, glagol'nye kategorii i russkiy glagol // Problemy tipologicheskogo analiza yazykov razlichnogo stroya / Sost. O.G. Revzina. – М.: Nauka, 1972. – S. 95-113.
- 12 Krongauz M.A. Russkiy yazyk na grani nervnogo sryva // <http://lib.rus.ec/b/157850> [dostup 2 marta 2014.]
- 13 Grays G.P. Logika i rechevoe obschenie // Novoe v zarubezhnoy lingvistike. – Vyp. 16. – М.: Progress, 1985. – S. 217-237.
- 14 Pinker S. Yazyk kak instinkt. – Изд. 2-е, испр. – М.: Knizhnyj dom «LIBROKOM», 2009. – 456 s.