

## ДИАЛОГИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ: Я И ТЫ

Миронова Т. А., канд. филол. наук, доц., г. Луганск

Многоплановость и разнородность современного медийного поля определяются как культурной ситуацией в целом, так и спецификой канала и кода для передачи информации: тексты печати, радио, телевидения, Интернет имеют значительные отличия. К тому же XXI век привнес свои противоречия в коммуникативную модель, когда-то описанную Р. Якобсоном. Наиболее уязвимыми компонентами в этой модели становятся адресант и адресат. Важно проследить, как меняются семантика и характер взаимодействия основных элементов коммуникации – Я и Ты – в медиакультурном пространстве. Отметим некоторые значимые этапы в отношениях адресата и адресанта массовой коммуникации.

С момента возникновения сообщения медиа рассчитаны на массового адресата, который, как правило, носит обобщенный и безличный характер. До некоторого обобщающего предела доведено и содержание субъекта речи, который передает информацию общезначимого характера и выступает представителем определенной социальной группы. В адресанте массового сообщения соединяется «человек социальный» и «человек частный».

В газетах тоталитарного периода редко присутствуют сообщения от первого лица, говорящий обезличен, является, как правило, ретранслятором официальной идеи. Социополитическое устройство подобного типа сводит на нет диалог и диалогические отношения. Коммуникация выстраивается по вертикали – сверху вниз, когда одной стороной «провозглашается» истина, а другой стороной она «внемается». Обсуждение, дискуссия, совместный поиск истины невозможны, как невозможно формирование общего смыслового пространства. Ситуация, складывающаяся в этот период в медиапространстве, охарактеризуется как *минус-диалог*, при котором, по словам В. Н. Топорова, Я присваивает себе Ты. Диктаторская и тоталитарная власть часто маскирует прямолинейные коммуникативные установки, вертикальную одностороннюю модель коммуникации под лицемерным Мы, которое носит обезличенный характер и семантика которого максимально опустошена.

Демократические преобразования в социуме, безусловно, влияют на содержание и взаимоотношения элементов коммуникативной модели адресант-адресат, Я-Ты, и предопределяют антропоцентрический характер массовой коммуникации. Личностное начало проявляется в языке и

структуре текстов массмедиа, в расширении тематического диапазона. Сообщения в медиатекстах первых лет демократии являются своего рода реакцией на тоталитарное давление и запреты предыдущего периода, носят максимально индивидуально-личностный характер, отражают позицию конкретного говорящего, имеют сильное субъективное начало.

Закономерно, что и Мы в медийных текстах периода начала строительства демократии обозначает не обезличенную массу, а действительную совместность – Я, Ты и другие, такие, как Мы. Говорящий приближается к адресату, берет на себя разные точки зрения. Характерной чертой коммуникативной стратегии становится совместный поиск истины, которая не спускается сверху в виде обязательной официальной позиции. Адресант и адресат – Я и Ты – находятся в одной горизонтальной плоскости и через согласие/несогласие, понимание/непонимание, приятие/неприятие позиции Другого, через желание услышать и понять формируют общее смысловое пространство. При этом в таком пространстве может сосуществовать множественность мнений, суждений, что позволяет максимально отразить объективную картину мира.

Появление интернет-СМИ обостряют парадоксы современной коммуникации, значительно меняют семантику Я и Ты в модели общения. Тексты электронных медиа характеризуются принципиальной открытостью и активностью, при этом адресат сам волен выбирать свой путь, а множественность авторов приводит к неизбежной размытости адресанта. Яркая особенность интернет-общения – активизация реакций адресата, огромное количество комментариев, а с другой стороны, – отказ от поиска одной истины и смыслового развития в диалоге. За редким исключением каждый из участников сосредоточен лишь на собственных высказываниях. Установка «братъ», а не «вслушиваться» распространилась на все сферы нашей жизни, в том числе и на массовую коммуникацию.

Таким образом, содержание Я и Ты, основных элементов коммуникативной модели, постоянно изменяется в медиaprостранстве. Характер отношений и семантика адресата и адресанта массовой коммуникации во многом зависит от социополитического контекста и определяется задачами медиа – информировать обо всех фактах действительности. Истинный диалог возможен в медиaprостранстве при условии кооперации адресанта и адресата и должен характеризоваться коммуникативным взаимодействием в одной плоскости, совместным продвижением к новому знанию.