

Активные процессы в социальной и массовой коммуникации

Научный руководитель: Ухова Лариса Владимировна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций

larissauchowa@mail.ru

Сегодня общество приобрело совершенно уникальное поколение, особенности и возможности которого до конца не изучены. Еще в конце прошлого столетия О.Л. Каменская выдвинула гипотезу о видеовербальной парадигме как следующей парадигме в изучении языка. Можно уверенно констатировать, что смена парадигмы уже произошла, и это, в том числе, определяет актуальность проводимых в рамках научной школы исследований.

В настоящее время исследование читательских стратегий современного ребенка носит отчетливый междисциплинарный характер. Предметное поле этих исследований включает филологические, психолингвистические, психологические, педагогические, дефектологические категории, за каждой из которых стоит своя феноменология, иллюстрирующая динамику взаимоотношений ребенка и текста. Снижение мотивации к чтению, несформированность читательской компетентности, снижение грамотности, предпочтение перцептивного образа слову служит свидетельством расширения диапазона средств (увеличения числа языков), с помощью которых современный ребенок строит индивидуальную образно-концептуальную модель мира. Выявление и описание детских читательских стратегий (способы, которым ребенок организует свое взаимодействие с текстом с опорой на личные внутренние ресурсы), а также психологических механизмов, обуславливающих выбор и предпочтение языка текста, позволит разработать их типологию с учетом возрастных и гендерных особенностей; внести ясность в понимание фактов и феноменов снижения интереса к чтению, отказа от чтения книг, традиционно считающихся детскими. Актуальность проблемы определяется фактором, названным в библиопсихологии и лингвокультурологии «кризисом чтения», который имеет два аспекта. Первый связан с реальной практикой функционирования чтения, которая радикальным образом трансформировалась в современной культуре информационного и потребительского общества. Второй аспект связан с интеллектуальной практикой научного понимания чтения в определенных концептах, контекстах и смыслах. Анализ этих аспектов позволит задать особую культурно-историческую рамку исследованию качественно нового чтения, рассмотреть особенности существования чтения в новых социокультурных параметрах, названных М. Маклюэном постграмотностью.

2. Современные средства массовой информации во многом определяют языковую, социально-психологическую и культурную ситуации в обществе. Информировав человека о состоянии мира и заполняя его досуг, СМИ оказывают влияние на весь строй его мышления, на стиль мировосприятия, на тип

культуры сегодняшнего дня. Язык массовой коммуникации (журналистской, рекламной) относят сегодня к одной из основных форм языкового существования. Именно анализ текстов массовой коммуникации позволяет делать выводы относительно языковой компетенции говорящих и тех тенденций в развитии литературных языков, которые наблюдаются в данный период. Обладая высоким престижем и самыми современными средствами распространения, язык массовой коммуникации выполняет в «информационном обществе» роль своеобразной модели национального языка, он активно воздействует на литературную норму, языковые вкусы и предпочтения. Именно в массовой коммуникации происходят активные процессы изменения языковой нормы русского языка.

К общим чертам, характерным для языка массовой и социальной коммуникации в современном российском обществе, относят количественное и качественное усложнение конкретных сфер речевой коммуникации; социокультурное разнообразие норм речевого поведения отдельных социальных групп, свойственное современной речевой коммуникации; «американизацию» языка СМИ; следование речевой моде; сознательный отход от литературно-языковой нормы. В связи с этим особенно остро встает вопрос о формировании высокой информационно-языковой культуры в обществе, о сохранении национальных языковых традиций и культуры речи, что видится задачами исследования в рамках научной школы.