

**Чинара Захид Шахбазлы<sup>6</sup>**

**РАЗВИТИЕ ЯЗЫКА КАК СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В КОНТЕКСТЕ  
МЕЖКУЛЬТУРНОГО ДИАЛОГА**

В эпоху межкультурного диалога в глобализованном мире средства массовой информации составляют основную коммуникационную сеть.

С применением космических систем связи «Спутник», информационной сети Интернет формируется глобальная информационная инфраструктура, коренным образом меняется информационная среда. Сегодня мировые компьютерные информационные системы, изначально предназначавшиеся для выполнения других функций, превратились в мощные средства массовой информации на основе совершенно нового носителя информации. Такая революция в информационном поле СМИ выявляет новые международно-правовые проблемы.

В 1995 году ЮНЕСКО утвердила среднесрочную стратегию свободного потока информации и развития телекоммуникаций на 1996-2001 годы.

В 1997 году пакт (соглашение, наблюдение) о либерализации телекоммуникационных рынков, подписанный 68 странами Всемирной торговой организации, обеспечивает правовую основу для дальнейшего развития глобальной информационной магистрали.

Метод систематического наблюдения за процессом воздействия средств массовой информации на массовую аудиторию, оценки ситуации еще недостаточно разработан, осуществления контроля за характером реакции массовой аудитории на любое воздействие со стороны различных средств массовой информации. до конца не изучен.

Было много ученых и различных школ медиаисследований. Школа Анненберга при Пенсильванском университете, основанная в 1959 году, проводит свои исследования по трем направлениям: «анализ кодов и форм структурирования образов и сообщений, анализ поведения различных групп в процессе коммуникации и изучение коммуникационные системы, институты и политика». В различных исследованиях и публикациях эта новая концепция, ее продуктивность внесли свой ценный вклад, изучение коммуникаций перешло в тенденцию стать неотъемлемой частью академической организации научного восприятия» [3, с.56].

Хорошо известны исследования содержания телепрограмм, проведенные авторами этой школы в 1967 г. Телевидение анализировалось как одно из средств сохранения целостности существующих социальных отношений и структур.

Исследователи были уверены, что «телевизионная система представляет собой устойчивую и закрытую структуру, способную включить массовую аудиторию с собственными представлениями о ценностях и правилах жизни в особый конвенциональный культурный круг.... Методология Школа Анненберга предполагает два уровня изучения системы телевизионных тем, сюжетов и образов: Культивированный, конкретно определяющий то, что воспринимается сознанием телезрителей как системные и социальные нормы и ценности, раскрывающие структуры основных областей телезрителей. телевизионное пространство. Состояние и психология общественного сознания, идей, вкусов, желаний и потребностей, создаваемых социальными системами посредством этого показателя (индикатора), определяют и действуют в ответ на них. Выясняется также легитимная зависимость места и роли средств массовой информации от характера собственности на эти средства в обществе» [1, с.18-19].

Традиционно под связями с общественностью и отношениями понимали деятельность, связанную с менеджментом. Его цель – установление взаимовыгодных отношений между государственными или частными структурами и общественностью, поскольку от этого зависит успех функционирования этих структур. В прагматическом аспекте особо упоминается возможность влиять на общественное мнение в соответствии с интересами компании. Таким образом, он уверяет потребителя, что деятельность компании осуществляется прежде всего ради его благополучия.

На первый взгляд паблик рилейшнз – это рекламная деятельность, направленная на формирование имиджа, лица (описания) компании, то есть имиджевая реклама. Другие специалисты полагают, что связи с общественностью и реклама связаны лишь с функцией воздействия на широкую аудиторию, то есть с уверенностью во взаимовыгодном и гармоничном сотрудничестве. Разница в том, что основной функцией связей с общественностью является управление, а межличностному общению отдается приоритет. Закрытые системы радио и телевидения создаются для внутренней связи в отдельных организациях [2, с.240].

По мнению Д. Маккуэйла, профессора Амстердамского университета, известного в области коммуникации, такие цели реализуются на уровне массовой коммуникации. Функция рекламы заключается в представлении продукта рынку на основе массовой коммуникации с помощью средств массовой информации, кроме того, существуют различные каналы финансирования.

Таким образом, в коммуникативной системе связей с общественностью выделяют два основных направления деятельности – менеджмент и маркетинг. Менеджмент, понимаемый в широком смысле, пред-

---

<sup>6</sup> Бакинский Бизнес Университет. Кандидат наук. [Chinara.shahbazli@mail.ru](mailto:Chinara.shahbazli@mail.ru)

полагает установление и поддержание оптимальных деловых отношений и творческих связей с общественностью в иерархической структуре субъекта.

По мнению Д. Маккуэйла, профессора Амстердамского университета, известного в области коммуникации, такие цели реализуются на уровне массовой коммуникации. Функция рекламы заключается в представлении продукта рынку на основе массовой коммуникации с помощью средств массовой информации, кроме того, существуют различные каналы финансирования.

Таким образом, в коммуникативной системе связей с общественностью выделяют два основных направления деятельности – менеджмент и маркетинг. Менеджмент, понимаемый в широком смысле, предполагает установление и поддержание оптимальных деловых отношений и творческих связей с общественностью в иерархической структуре субъекта. В системе общественных отношений маркетинг анализируется как деятельность субъектов этих отношений, направленная на формирование образа (описания) на рынке на основе фундаментального изучения информации и формирования общественного мнения, планирования стили воздействия на объект связей с общественностью через популяризацию создаваемого образа.

Среди разнообразных развитых функций связей с общественностью особое место отводится коммуникации. Руководитель 80 процентов своего рабочего времени тратит на различные формы общения, причем большую часть времени занимает устная форма общения. Пространственные и временные барьеры снимаются во время межличностного общения. Здесь обратная связь налицо, и контрагент известен. Также появляется возможность использовать весь комплекс коммуникативных, то есть вербальных и невербальных средств, для правильной направленности логических или эмоциональных аргументов. Существуют специальные советы по речевому поведению в конфликтных и спорных ситуациях для ведения деловых бесед [4, с. 119-120, 130-132].

Двусторонняя связь используется в социальном управлении через средства массовой информации, такие как газеты, журналы, брошюры и плакаты.

Анализируя развитие языка посредством межкультурного диалога, необходимо учитывать, что в процессе общения происходит искажение информации и возникают различные препятствия при передаче сообщения.

Коммуникативные барьеры – это препятствия, которые препятствуют осуществлению контактов и взаимному сотрудничеству между коммуникатором и реципиентом. В процессе реализации своих коммуникативных отношений они затрудняют получение, понимание и усвоение сообщений. Препятствия возникают как в технической системе, так и в механизме связи.

Классификацию коммуникативных барьеров можно дать по характеру существующих барьеров:

1) Технические препятствия. Источником этого вида помех является сам канал связи (факс, телефон), что возникает при помехах сигналу, проходящему по каналу связи. Барьеры могут полностью перекрыть канал связи, частично изменив или сократив информацию.

2) Психологические барьеры связаны с взаимоотношениями между коммуникатором и реципиентом, их отношением к каналу информации, стилям, содержанию и форме.

3) Психофизиологические препятствия возникают из-за сенсорных способностей, особенностей восприятия человека, способности запоминать и обрабатывать информацию в мозгу.

4) Социальные препятствия выражены по отношению к разным социальным группам коммуникантов; они определяются социальными (общественными) нормами, запретами и ограничениями в получении информации.

5) Национально-культурные причины. Уникальные особенности межкультурного общения определяются различиями в традициях, нормах, ценностях, оценке различных форм общения, реакции на полученную информацию.

Цель исследования коммуникативных барьеров социологами – выявить причины их формирования и влияние на эффективность информационных отношений в социальных системах. Психологи анализируют препятствия общения с точки зрения психологии общения, различия в психологическом восприятии информации. Барьеры, анализируемые в разных моделях общения, могут сочетаться, а также могут возникать личностные, специфические, узкопрофильные барьеры.

Наличие или отсутствие препятствий в каналах связи проверяется путем сравнения информации на входе или выходе канала. Эту информацию не всегда можно проверить. Наличие обратной связи в системе связи позволяет осуществить такую проверку. В технических сетях связи строятся специальные устройства, устройства, блоки, производящие подобные сравнения и ищущие искаженную информацию.

Препятствия на пути передачи информации создают серьезные проблемы в коммуникативных отношениях. Препятствия могут возникнуть на этапах получения, доставки, передачи и получения информации.

Языковые барьеры и барьеры часто встречаются в межличностном общении. Трудности в применении языка возникают даже тогда, когда обе стороны используют его достаточно хорошо. Если одна сторона предполагает, что другая сторона не понимает конкретных терминов, то он заменяет их другими понятными словами и старается не использовать их в дальнейшем. Официальная речь существенно отличается от повседневной речи. В ходе устного общения военнослужащие используют четко определенные, понят-

ные и недвусмысленные термины. Если философа попросить говорить на языке, на котором говорят военные, можно быть уверенным, что суть философии также изменится серьезными темпами.

Словом, стилистические препятствия, связанные с несовместимостью методов, содержания или стиля коммуникаторов, в ряде случаев могут привести к полному непониманию сторон, участвующих в языковом (речевом) общении.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Землянова, Л.М. Зарубежная коммуникативистика накануне информационного общества: Толковые словари терминов и концепций / Л.М.Землянова. - Москва: Изд. МГУ, - 1999, - 300 с.
2. Конечная, В.П. Социология коммуникации / В. П. Конечная. - Москва: Международный университет бизнеса и менеджмента, - 1997. - 304 с.
3. Невзлин, Л.Б. «Связи с общественностью» - кому это нужно? / Л. Б. Невзлин. - Москва: Экономика, - 1993. - 222 с.
4. Гербнер, Г. Коммуникации, Исследование Международной энциклопедии коммуникаций / Под ред. Э. Барноу, Г. Гербнер, В. Шрамм, Т. Уорт, Л. Гросс. В. И. - Нью-Йорк: - 1989. - 186 с.

**Ключевые слова:** лингвистика, семантика, теория, язык.

**Keywords:** linguistic, semantic, theory, language

## Резюме

### Развитие языка как средства массовой коммуникации в контексте межкультурного диалога

Информационному обществу всегда нужна разная информация. Сегодня современное общество в целом характеризуется интенсивным использованием информационных и коммуникационных технологий, особенно Интернета. Средства массовой информации обрели еще одно средство донесения информации до пользователя – Интернет. Если раньше в обществе существовали определенные сомнения в важности Интернета (множественный и ненужный поток информации, анархия, отсутствие контроля и т. д.), то теперь сложилась частная динамика, которая затрагивает правительство, промышленные предприятия, профсоюзы, университеты, институты, вузы, социальные объекты, научно-исследовательские бюро, компании и т.д. они представляют массовую информацию в Интернете. Кроме того, Интернет приобрел новое качество системы связи. Результат общения формируется благодаря множеству составляющих. Эффективность общения зависит от выбора слов и речевых единиц, принятых в деловой сфере общения, и правильной ориентации на тип общения (межличностное, внутригрупповое или массовое). В речевом общении важную роль играют тон (нейтральный, подчеркнутый, саркастический, образцовый стиль) и темп, соответствующие характеру информации. Эффективность коммуникации определяется изменениями в знаниях, нормах, инструкциях и поведении в результате получения сообщения.

Коммуникативная сфера отношений с общественностью не сводится к узкому смыслу связей с общественностью. Она связана с познавательной деятельностью людей, особенно с экологией, этикой, наукой, культурой и т. д. представляет собой взаимное сотрудничество общественных и управленческих структур разных типов (государственных и частных) с высшими социальными ценностями общества, определяющими его духовное развитие и технологический прогресс в его сферах. В рамках этой коммуникативной сферы устанавливаются не только взаимоотношения, но и формируются гармоничные общественные отношения, конечной целью которых является социальная интеграция общества и социальные изменения на благо общества.

Необходимо обратить особое внимание на искажение информации, вызванное избытком или недостатком возможностей системы передачи информации по приему и передаче информации. Поток, иногда нагруженный бессмысленной информацией, создает множество проблем для системы связи. Перегруженные информацией системы при многоступенчатой передаче информации особенно затрудняют работу системы управления. В наше время невозможно представить жизнь без информационных технологий. Использование компьютерных технологий в интерактивном телевидении, мультимедиа и телевидении повышает интенсивность распространения информации и ее воздействие на людей. Средства доставки электронной информации постоянно совершенствуются, и благодаря этому электронные СМИ вышли на первый план среди других средств массовой информации.

## Summary

### Development of language as a means of mass communication in the context of intercultural dialogue

The information society always needs different information. Today, modern society as a whole is characterized by the intensive use of information and communication technologies, especially the Internet. The media have acquired another means of conveying information to the user - the Internet. If earlier in society there were certain doubts about the importance of the Internet (multiple and unnecessary flow of information, anarchy, lack of control, etc.), now there is a private dynamic that affects the government, industrial enterprises, trade unions, universities, institutes, universities, social facilities, research bureaus, companies, etc. they represent mass information on the Internet. In addition, the Internet has acquired a new quality of communication system. The result of communication is formed due to many components. The effectiveness of communication depends on the choice of words and speech units adopted in the business sphere of communication, and the correct orientation to the type of communication (interpersonal, intragroup or mass). In verbal communication, an important role is played by tone (neutral, emphatic, sarcastic, exemplary style) and tempo, corresponding to the nature of the information. The effectiveness of communication is

determined by changes in knowledge, norms, instructions and behavior as a result of receiving the message.

The communicative sphere of public relations is not limited to the narrow meaning of public relations. It is associated with the cognitive activity of people, especially with ecology, ethics, science, culture, etc. It represents the mutual cooperation of public and administrative structures of various types (public and private) with the highest social values of society, which determine its spiritual development and technological progress in its spheres. Within this communicative sphere, not only relationships are established, but also harmonious social relations are formed, the ultimate goal of which is the social integration of society and social changes for the benefit of society.

It is necessary to pay special attention to information distortion caused by excess or lack of capabilities of the information transmission system to receive and transmit information. Streams, sometimes loaded with meaningless information, create many problems for the communication system. Systems overloaded with information during multi-stage information transfer especially complicate the operation of the control system. Nowadays it is impossible to imagine life without information technology. The use of computer technology in interactive television, multimedia and television increases the intensity of information dissemination and its impact on people. The means of delivering electronic information are constantly improving, and thanks to this, electronic media have come to the fore among other media.

**RƏYÇİ: dos. L.Ələkbərova**