

УДК 070(05):621397.48

Олена Васіна

ІДЕЇ Л. ВІТГЕНШТЕЙНА ЯК ОСНОВА РОЗУМІННЯ МОВНИХ ІГОР МЕРЕЖЕВИХ ТЕКСТІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

В статті обґрунтовується необхідність використання теорії мовних ігор Л. Вітгенштейна для аналізу мас-медійних текстів мережі Інтернет. Зазначається, що підхід філософа до трактування мовної гри дозволяє зрозуміти соціальне підґрунтя текстів масової комунікації, проявити різні аспекти соціалізації особистості, відчувати культурно-історичні та соціальні процеси, які репрезентуються текстами масової комунікації. Доводиться, що тісний взаємозв'язок мовної гри з дійсністю, ідея контекстуального значення знаків, яка впливає з теорії Л. Вітгенштейна, є надзвичайно важливими для дослідження текстів мас-медіа з точки зору соціальної комунікації.

Ключові слова: мовна гра, Інтернет, Вітгенштейн, тексти масової комунікації, новина, соціальна комунікація

Феномен мовної гри розглядається дослідниками у різних аспектах: філософському, лінгвосоціальному, когнітивному, комунікативному, семіотичному, психолінгвістичному, медіалінгвістичному, культурологічному та інших. Це стало можливим через особливу природу, субстанційні якості мовної гри як такої. Вона є складним, багатовимірним явищем, що містить не просто усталені, певним чином навіть універсальні моделі соціальної і приватної комунікації, але й історично, культурно обумовлені фонові знання та фонд знань щодо закономірностей, правил, за якими будуються соціальні відносини у суспільстві, а головне, прояснює значення мови як онтологічного явища, що актуалізується та здійснюється у соціумі.

Сьогодні простором для активного розвитку та реалізації мовних ігор стають тексти масової комунікації, серед яких за кількістю домінують тексти інформаційних жанрів. Збільшення інтенсивності потоку інформації, актуалізація його «новинністю» вимагає від журналістів синтезувати в собі інтенції рекламної та PR-діяльності, шукати і використовувати найбільш ефективні комунікативні стратегії, найвпливовіші сценарії для залучення уваги та активізації реципієнтів. Ця мета досягається, передусім, за допомогою мовних ігор, які актуалізують та активізують важливі елементи фону та фонду знань реципієнта, що створює сильний ефект праймінгу. Саме тому вивчення цих нових комунікативних стратегій неможливо поза дискурсивним контекстом. Мовна гра виявляє для автора інформаційного тексту і для його реципієнта смислову напруженість і об'ємність тексту та комунікації, передбачає і задає багатовекторний стан там, де, здавалося б, є плаский, суто фактологічний зміст. Такий під-

хід до мовної гри корегує з ідеями Л. Вітгенштейна, який вперше в роботі «Філософські дослідження» (1945) запропонував використовувати термін «мовна гра» для позначення певних типів мови в момент їх використання. Філософ пропонує досить широке коло інтерпретації мовної гри. Згідно з концепцією Л. Вітгенштейна, «весь процес вживання слів у мові можна представити як одну з тих ігор, за допомогою яких діти опановують рідну мову. Я називатиму ці ігри “мовними іграми” і говоритиму інколи про якусь примітивну мову як про мовну гру» [1]. Л. Вітгенштейн у розумінні мовної гри відштовхується від базових культурних форм та моделей, за якими людина навчається мові і які є первинним та споконвічно важливим елементом соціалізації особистості. При цьому дослідник робить акцент саме на дії, прагматичному аспекті як такому, що актуалізує значення певної мовної гри. Оскільки вона набуває особливого значення в момент використання (тобто в дії, бо є процесуальна за своєю сутністю та засадничими принципами існування), то можна говорити про те, що кожна мовна гра унікальна, кожного разу вона може по-різному взаємодіяти з контекстом, дискурсом та фоновими знаннями реципієнтів.

Тісний взаємозв'язок мовної гри з дійсністю, ідея контекстуального значення знаків, яка впливає з теорії Л. Вітгенштейна, є надзвичайно важливими для дослідження текстів мас-медіа з точки зору соціальної комунікації. Поєднуючи в собі мову в момент дії, контекст мовлення, соціальні аспекти масової комунікації та особистісний фонд знань, асоціації певної людини, мовна гра проявляє свою дискурсивну природу. Хоча Л. Вітгенштейн не оперує поняттям «дискурс», проте зазначає: «значення слова — це його використання

у мові» [1]. Таким чином, філософ імпліцитно вводить ідею дискурсу, яка протягом другої половини ХХ сторіччя стане засадничою для європейської гуманітарної думки.

Щоб зрозуміти, якого саме значення набуває слово у кожний окремий момент використання, людина повинна володіти відповідними конвенціональними за своєю природою навичками, правилами, моделями соціальної комунікації та певним обсягом фонових знань, фондом соціокультурних та побутових знань, які, окрім синхронного, сучасного стану, обов'язково містять діахронний, еволюційний пласт. Так, за Л. Вітгенштейном, «ми тільки тоді скажемо, що пояснення навчає його застосуванню, коли ґрунт для цього вже підготовлений. Й в даному випадку підготовленість виявляється не в тому, що людина, котрій ми даємо пояснення, вже знає правила гри, а в тому, що вона опанувала мовну гру в іншому сенсі» [1]. Людина не просто засвоює правила під час кожної окремої гри, а й оперує певним (історико-культурним, загальносоціальним та навіть приватним, особистісно значущим) обсягом знань щодо предметів та явищ, які використовуються у грі, правилами поведінки в аналогічних іграх.

Мовні ігри групуються за принципом, який Л. Вітгенштейн називає принципом сімейної подібності, коли, засвоюючи правила однієї мовної гри, людина отримує уявлення про інші мовні ігри. «Ми бачимо складну мережу подібностей, що накладаються одна на іншу та переплетених одна з іншою, подібностей у великому та малому. Я не можу охарактеризувати ці подібності краще, ніж назвавши їх «сімейними подібностями», адже також накладаються та переплітаються подібності, що існують у членів однієї родини: зріст, риси обличчя, колір очей, хода, темперамент і т.д. і т.п. І я скажу, що «ігри» створюють сім'ю», — писав Л. Вітгенштейн [1]. Це означає, що між мовними іграми існує певний зв'язок, і опановуючи одну мовну гру, людина отримує знання щодо подібних мовних ігор. Так само сценарії соціальної комунікації пов'язані між собою, мають подібні моделі, спільні фонові знання, знаки тощо. Автор тексту масової комунікації, власне текст та його реципієнт мають їх відчувати, втілювати й, такими чином, здійснювати акт соціальної комунікації. При цьому вкрай важливо те, що мовна гра не виникає сама по собі, вона має спадковість (негенну, спирається на негенну культурну пам'ять та досвід, за Ю. Лотманом), тобто несе в собі інформацію про вже існуючі сценарії соціальної взаємодії.

Можна зробити висновок про те, що мовні ігри, на думку Л. Вітгенштейна, — це цілісні й внутрішньоскладні, об'ємні, багатопланові та багатовекторні системи комунікації, побудовані за певними правилами. Ці правила історично та культурно склалися й досі складаються у суспільстві, бо є внутрішньорухливі за своєю сутністю.

Вони зумовлені взаємодією як зовнішніх соціальних факторів (ментальність, усталені національно-культурні звички та традиції, приналежність до певної соціальної групи, конкретна мовленнєва ситуація), так і внутрішніх (специфіка індивідуально-культурного мислення, особистісна картина світу). Мовна гра передусім репрезентує соціальний та соціокультурний аспект мовлення. На глибинному рівні вона містить ті знання, які людина поступово, еволюційним шляхом, що, як правило, не рефлектується, засвоює в процесі соціалізації: інформацію про сучасну культуру, менталітет, особливості соціолекту, що ґрунтується на негенній культурній пам'яті (Ю. Лотман). Мовна гра пов'язана з сучасністю, повсякденністю і поєднує в собі соціальне, індивідуальне та загальне: людина приходить у цей світ, де вже існує безліч мовних ігор, вчиться діяти в межах уже відомих сценаріїв і впливає на їх розвиток, по-своєму інтерпретує. І як представник певної соціоментальної групи, покоління, сучасності впливає на становлення та розвиток нових мовних ігор. Від народження людина «вписується» у певний соціокультурний контекст, сформований багатьма факторами. Знання щодо цього навколишнього світу, який постійно змінюється, здебільшого засвоюються за допомогою мови, зокрема, через мовні ігри. Діючи в межах вже існуючих правил мовної гри, людина кожним своїм вчинком, рухом, дією та емоційними настроями щоразу по-новому актуалізує цілісність соціальної комунікації.

Згідно з теорією Л. Вітгенштейна, соціальна комунікація постає як система мовних ігор, що має конвенціональні правила. На сучасному етапі соціальна комунікація зазнає істотних трансформацій через динамічний розвиток технологій, які впливають на життєвий світ людини та культури в цілому. Поява мобільного та Інтернет-зв'язку спричинила розвиток так званої мережевої комунікації, що характеризується ризоматичністю, анонімністю, віртуальністю, інтерактивністю, децентрацією, карнавалізацією (М. Бахтін), зниженням значущості та істотною мутацією просторово-часових орієнтирів. Форма комунікації, яка дозволяє спілкуватися одночасно з багатьма людьми, які перебувають в різних місцях та ще й у віртуальному просторі, потребує специфічних мовних ігор, які сьогодні формуються і активно розвиваються. У мережі відбувається взаємопроникнення жанрів різних груп. Цей процес актуалізується складним поєднанням вербальної та графічної, аудіо- і відеоінформації. При цьому кожен користувач Інтернету знає і відчуває трансформації, які відбуваються з текстом. Це — гра, яка розгортається між автором, текстом та реципієнтом, котрі перебувають у децентрованих відносинах, коли кожен має розуміти інтенції іншого. «Новинні» жанри при цьому активно продукують

мовні ігри, використовуючи різні засоби побудови тексту. Саме тому актуальним дослідницьким завданням є визначення, схарактеризування та дослідження провідних якостей та властивостей мовних ігор в текстах мас-медіа, які репрезентують найбільш ефективні стратегії впливу на реципієнта.

Мовні ігри, які використовуються мас-медіа, розраховані на широку аудиторію (точніше, широке коло гравців) і мають бути ефективними та універсальними, тобто враховувати різний рівень підготовки та комунікативної залученості реципієнтів, широкий діапазон фонових знань, комунікативну компетенцію, культурний досвід. Найбільш активно мовні ігри мас-медіа розвиваються в мережі Інтернет, яка пропонує принципово нові сценарії взаємодії автора, тексту та реципієнта. Завдяки, передусім, мережі Інтернет створено унікальний інформаційно-комунікативний простір, який поєднує друковані й аудіовізуальні мас-медіа та навіть певні форми приватної комунікації (блог, електронний щоденник, ЖЖ, які сьогодні активно розвиваються в межах Інтернет-ЗМК). Інформаційні Інтернет-видання практикують розміщення на своїх веб-сторінках блогів відомих людей або створюють новини, використовуючи інформацію з блогів («Twitter», «Facebook», ЖЖ).

На окреме дослідження заслуговують мовні ігри в мережевих мас-медіа, що передбачають використання фото-, аудіо-, відеоінформації. При цьому, на відміну від телебачення і радіо, Інтернет пропонує постійний, цілодобовий, необмежений програмою передач або територією мовлення, доступ до цих матеріалів, що впливає на сприйняття інформації, яка поступово втрачає просторово-часові орієнтири, бо доступна будь-де та будь-коли. Важливим є і те, що в Інтернеті реципієнт завжди сам обирає, що йому дивитись або слухати, формує власну картину світу. Сьогодні майже всі Інтернет-ЗМК мають окремі рубрики чи сервіси фотонovin, з'являється і проходить процес становлення нову жанру відеонovin (О. Акопов, О. Калмиков, Л. Коханова, М. Лукіна, І. Фомічова, І. Засурський, П. Сухов, О. Шилов, О. Гарматін). Слід зазначити, що використання мультимедійних елементів не передбачає наслідування жанрової системи традиційних ЗМК (під традиційними ми розуміємо друковану пресу, радіо, телебачення). Навпаки, Інтернет пропонує принципово нові форми репрезентації відеоінформації, нові підходи до добору інформаційних приводів, інші вимоги до відеоконтенту й узагалі — до побудови тексту та стосунків між Мережею й Людиною. При цьому через гіпертекстові механізми ці якісно нові мовні ігри в Інтернеті набули глобального характеру, тобто вони не обмежуються окремим типом ЗМК, а є загальними для всіх Інтернет-ЗМК (О. Дєдова, І. Ільїна) та навіть перебудовують стосунки людини з дійсністю.

Дослідники неодноразово, можна з упевненістю сказати — послідовно й цілеспрямовано, торкалися багатьох аспектів мережевої комунікації. Так, на початку ХХІ ст. активно розробляється проблема гіпертексту (О. Дєдова, О. Калмиков, І. Ільїна), питання конвергенції в Інтернет ЗМК (О. Акопов, Т. Добросклонська, М. Лукіна, І. Фомічова, Г. Бакулев, П. Сухов, О. Гарматін), явища ризоматичності, карнавалізації комунікації; анонімності, інтерактивності, смерті автора, жанрових трансформацій та інших особливостей мережевих текстів. На жаль, мовна гра й досі залишається поза активною науковою увагою. Проте, на нашу думку, саме вона, з її особливою природою, яка поєднує в собі споконвічно конвенціональні, але обов'язкові правила та безмежну варіативність ходів у межах кожної окремої гри, дає уявлення та відчуття основоположних механізмів, моделей, сценаріїв, за якими будується та здійснюється соціальна комунікація.

Автор теорії мовних ігор Л. Вітгенштейн свідомо унікав чіткого визначення поняття мовної гри, оскільки цей феномен охоплює досить широке коло явищ. Ми пропонуємо таке «робоче» визначення мовної гри, яке ще потребує уточнення та доповнення. Під *мовною грою* ми розуміємо реалізацію певного комунікативного сценарію соціальної взаємодії, що розігрується у просторі мас-медіа і здійснюється відповідно до системи конвенціональних правил, яких свідомо чи підсвідомо дотримуються учасники мовної гри внаслідок їх актуалізації суспільно значущими культурними умонастроями. Цей процес породження та сприйняття перш за все тексту масової комунікації, представленого одночасно вербальними і невербальними знаками, є цілеспрямованим і тісно переплетеним з життєдіяльністю, вчинками учасників соціальної комунікації; він є споконвічно і непереможно дискурсивний за своєю природою. Мас-медійний текст, який створюється автором та сприймається реципієнтом, є простором для здійснення та репрезентації мовної гри.

Конвенціональність в даному випадку передбачає, що учасники мовної гри, маючи достатню соціокомунікативну компетенцію, розуміють, а головне, відчувають умови мовленнєвої ситуації та роблять відповідні «ходи» в межах гри, яка реалізується через текст масової комунікації. Дотримання правил означає розуміння й відчуження комунікантами один одного, приналежність до одного або споріднених, таких, що корегують, соціолектів. Комуніканти мають оперувати спільним фоном і фондом знань для найбільш ефективної комунікації. У свою чергу порушення правил призводить до виходу за межі певної мовної гри або її зміну. Правила мовних ігор засвоюються в процесі соціалізації особистості та базуються на певному соціальному, повсякденному, культурному, комунікативному досвіді та особис-

тісних інтенціях комунікантів. Таким чином, значення мовної гри нерозривно пов'язано з контекстом її використання у широкому сенсі — від індивідуальних внутрішніх до загальних соціальних процесів, знання яких дозволяє обирати комунікантам ефективні сценарії взаємодії. Цей контекст і формує правила функціонування тієї або іншої мовної гри та актуалізує її значення.

Принциповою характеристикою мовної гри є її зануреність у соціальну практику, перформативність та ризоматичність. Перформативність репрезентує тісний зв'язок між мовленням та діями, означає здатність мовної гри впливати на дійсність через висловлювання і, обов'язково, навпаки. Ризоматичність характеризує внутрішню складну систему зв'язків між мовними іграми, їх принципову множинність, а також дає відчуття правил мовної гри, її загального руху та розвитку.

Підхід Л. Вітгенштейна до трактування мовної гри дозволяє зрозуміти соціальне значення

текстів масової комунікації, проявити різні аспекти соціалізації особистості, відчутти певні культурно-історичні процеси, які відбуваються у суспільстві. Це надзвичайно важливо для аналізу мовних ігор у текстах новин, які занурені у повсякденність, тісно пов'язані з сучасністю. Мовна гра, яка розгортається у мережевих мас-медіа, робить реципієнта активним суб'єктом і примушує автора також працювати активніше. Читач Інтернет-ЗМК більш самостійний у виборі інформації, на відміну від традиційних ЗМК. Вимоги до жанрів інформаційної групи передбачають малий обсяг тексту, особливо у мережевих мас-медіа з їх підвищеною оперативністю. Короткий, насичений інформацією текст стає зрозумілим для широкого кола реципієнтів завдяки мовним іграм, які активно звертаються до фонових знань читача, враховують соціолект. Саме тому ідеї Л. Вітгенштейна мають стати основою для аналізу мас-медійних текстів.

ДЖЕРЕЛА

1. Витгенштейн Л. *Философские исследования* / Л. Витгенштейн [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.philosophy.ru/library/witt/phil.html>
2. Гарматин А. *Теоретические основы и принципы организации телевизионного интернет-вещания*: дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / А. Гарматин. — Тольятти, 2005. — РГБ ОД, 61:05-10/1356. — 179 с.
3. Дедова О. *О гипертекстах: «книжных» и электронных* / О. Дедова // Вестник МГУ. — 2003. — № 3. — С. 106–120. — сер. 9 (Филология).
4. Калмыков А. *Интернет-журналистика* / Калмыков А., Коханова Л. — М., 2005. — 328 с.
5. Лукина М. *СМИ в пространстве Интернета* / Лукина М., Фомичева И. — М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. — 87 с.
6. Сухов П. *Интернет-СМИ Рунета: системные характеристики*: дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / П. Сухов. — М., 2005. — РГБ ОД, 61:06-10/371. — 199 с.
7. Юдина Т. *Универсальные и специфические характеристики Интернета как формы коммуникации* / Т. Юдина // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. — М., 2003. — 458 с.

В статье обосновывается необходимость использования теории языковой игры Л. Витгенштейна для анализа масс-медийных текстов Интернет-сети. Указывается, что подход философа к трактовке языковой игры позволяет понять социальный базис текстов массовой коммуникации, проявить разные аспекты социализации личности, почувствовать культурно-исторические и социальные процессы, выражаемые текстами массовой коммуникации. Доказывается, что тесная взаимосвязь языковой игры с реальностью и идея контекстуального значения знака, следующая из теории Л. Витгенштейна, являются чрезвычайно важными для исследования текстов масс-медиа с точки зрения социальной коммуникации.

Ключевые слова: языковая игра, Интернет, Витгенштейн, тексты массовой коммуникации, новость, социальная коммуникация.

The article foregrounds the need to use a language game theory by L. Wittgenstein for the Internet mass media texts' analysis. It is said that the philosopher's approach to interpretation of language game gives the opportunity to understand the social roots of media texts, demonstrates personal self-actualization, experiences cultural, historical and social influence upon the content of mass media texts. It is proved that tight connection between the language game and reality, contextual sign-meaning, both following from L. Wittgenstein's theory, are crucially important for mass media texts analysis based on social communicative approach.

Key words: language game, Internet, Wittgenstein, mass media texts, news, social communication.