

УДК 070

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖУРНАЛИСТСКОГО ТЕКСТА
В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА***А.И. Шакиров***Аннотация**

В статье рассматриваются изменения в журналистике, происходящие под влиянием глобальных экономических и социальных процессов. Утверждается зависимость существующих форм медийных текстов от интернет-коммуникаций. Исследуется функционирование новых медиа в рамках постмодернистской и синергетической парадигм. Отмечается, что отличительными чертами интернет-изданий являются мультимедийность, конвергентность, подача информации по принципу «перевернутой пирамиды», интерактивность, круглосуточность. Автор приходит к выводу, что трансформация журналистики является частью продолжающегося глобального процесса по формированию новой коммуникационной системы общества.

Ключевые слова: глобализация, журналистика, конвергенция, медиатекст, постмодернизм, синергетика, интернет-издания, жанры, виртуальность.

Набирающая силу глобализация нашего общества, в которой коммуникативная практика приобретает системообразующую роль, создаёт условия, придающие журналистскому тексту новые свойства и формы своего выражения. Текст по своей сущности является формой выражения человеческих мыслей. Мысль, оформленная с помощью знаков, самыми распространёнными из которых являются лексические единицы (слова), фиксируется на некоем носителе и становится более или менее доступной для считывания имеющихся в ней значений и смыслов. Текст, также как и сознание автора, его породившего, имеет несколько уровней своего существования.

Существующая теория знака выделяет семантику, прагматику и синтактику как составные части знака. Отношением знаков к тому, что они означают, занимается семантика, синтактика описывает сочетания самих знаков, которые и порождают текст, прагматика же соединяет знак и реальность, характеризует отношения «знак-человек». Трехединая природа знака выражена в семантическом треугольнике «знак-предмет-представление», который при анализе очень хорошо приложим к совершенно разным по объёму и форме текстам.

Исторически так сложилось, что языковая форма передачи информации является наиболее эффективной для адекватной коммуникации между членами единого сообщества. Одним из объединяющих факторов людских конгломератов является единый язык, который позволяет обмениваться смыслами с единой, насколько это достижимо, интерпретацией передаваемого значения. Язык не единственная коммуникативная знаковая система, но специфика языка такова,

что он совмещает в себе как визуальную компоненту, выраженную в графической текстовой форме, так и возможность универсальной аудиализации текста максимально возможной аудиторией.

Рассматривая функционирование языка в социуме, можно выделить стадии его актуализации и перехода от чисто языкового знака к знаку визуальному и стремящемуся к аудиальности как чистому выражению смысла. Эта диалектическая размытость существования языкового знака является прямым следствием функциональности языка как средства выражения человеческих мыслей. Мысль, формируемая сознанием человека, логически кристаллизуется в графической форме текста и для своего продуцирования вовне требует аудиальной выраженности. Большинство социальных практик, имеющих отношение к актуализации человеческих мыслей в различных формах своего выражения, формируют культуру человеческого сообщества. Визуальные искусства, литература, кинематограф, музыка – это, прежде всего, формы передачи смыслов и мировоззренческих представлений [1].

Детерминированность однозначно интерпретируемого текста объясняется конвенциональностью языка, когда многочисленные языковые правила, зафиксированные в социуме, регламентируют употребление и функционирование языковой системы. Размытие языковых правил, отсутствие единой системы в употреблении и написании слов, в свою очередь, запускают сложные для оперативного понимания процессы разложения языкового сообщества, когда множественность интерпретаций порождает разобщённость человеческих групп, что в конечном итоге приводит к отчуждению человека от общества. Библейское вавилонское столпотворение в символической форме отражает результат такого процесса [2, с. 134].

Будучи универсальным средством передачи информации, текст является основой для большинства коммуникативных процессов в социуме. Социальная природа языкового знака и порождает, в общем-то, этот социум. Языковые сообщества во многом реагируют на политические и социальные изменения, формируют своё отношение к ним с помощью существующей в этих группах системы языковых знаков. Взаимопонимание между различными языковыми сообществами становится возможным благодаря совместным языковым практикам и расширению языкового сознания представителей различных групп [3, с. 183].

Журналистика, являясь основным продуктом языковых коммуникаций и их основным потребителем, представляет собой деятельность по сбору, обработке, компоновке и передаче информации. В журналистских текстах находит своё выражение большинство процессов, происходящих в языке. Журналистика как языковая деятельность находится между чистой теорией языка, так как в своей практике использует основные её правила и законы, и языковой практикой, через которую происходит актуализация этих самых языковых правил и законов в социуме.

Журналистика в современных условиях конвергентных медиа и сетевых СМИ увеличивает диапазон трансляций информации, создаёт новые коммуникационные каналы, в связи с чем у субъекта коммуникации возникают когнитивные сложности приспособления к ним. Сетевой текст оказывает большое влияние на лингвистику классического линейного медиатекста, приучает аудиторию

к универсальной информационной картине мира, в которой разные по содержанию и времени создания тексты становятся упорядоченными только благодаря интернет-коммуникации. Основным следствием этого влияния является смещение смыслоформирующего фокуса сообщения с текста на визуальный ряд, фрагментарное восприятие действительности, переход от линейного течения времени к его параллельной или обратной направленности. Интерпретация – процесс придания смысла – в сетевом тексте становится обусловленной не логической связкой «причина – следствие», а ассоциативной алогичной цепью умозаключений, где композиция текста, его сюжетная интрига отходит на второй план, а на первый план выходит субъективная оценка с опорой на эмоционально-экспрессивную составляющую.

Журналистика исторически сложилась под влиянием множества факторов: социально-исторических, политических, экономических, идеологических и др. Она возникла и сформировалась в рамках традиционной культуры как социокультурный феномен, главным проявлением которого была информационно-коммуникационная функция. Так, в средневековье глашатаи, герольды, вестники в основном информировали аудиторию. Информация по своему содержанию носила констатирующий характер, она закрепляла в сознании населения определённый алгоритм поведения и не требовала множества интерпретаций. Интерпретация была прерогативой элит, ею, как правило, занимались служители религиозных институтов, представители властных структур и узкой прослойки науки и культуры. Средневековая религиозная герменевтика была недоступна для простого населения [4, р. 287].

Ситуация коренным образом меняется в Новое время, когда идеалы Просвещения проникают в высшие сословия, а до этого закрытые для интерпретаций тексты становятся доступны представителям простых сословий. Текст теряет свою герметичность, и возникает новое понимание текста как носителя множественности открытых смыслов, доступных для понимания обычным людям. Всё большее распространение начинает приобретать деятельность по созданию текстов, формируется литература, наука, журналистика. Журналистика как вид профессиональной деятельности наибольшее развитие получает именно в эпоху Нового времени, когда на первый план выходит необходимость формирования идеологии современности как основы общественной жизни и научно-технического прогресса. Параллельно можно наблюдать кризис религиозных институтов и замещение их функций новыми общественными институтами [5].

Рациональность становится идеологией Нового времени, она формирует современную западную цивилизацию, построенную на культе знаний. Изменения, коснувшиеся социального устройства, формируют потребности, для удовлетворения которых уже недостаточно традиционных институтов. Журналистика как вид деятельности начинает выполнять не только информационно-коммуникативную функцию, но и просветительскую, развлекательную, идеологическую. Модернистское общество отличается от традиционного высоким уровнем гражданской культуры, в которой основной организующей силой выступают средства массовой информации, представители «четвёртой власти» [6, с. 294].

Научно-технический прогресс, под эгидой которого прошёл весь XX век, и создание информационно-коммуникационных технологий, позволяющих обрабатывать информацию со скоростью, в несколько тысяч раз превышающей возможности человеческого мозга, привели к тому, что один человек уже не в состоянии усвоить всю существующую в мире информацию. Мир внезапно потерял свою целостность, а восприятие мира стало фрагментарным и дискретным. Процесс роста информации вышел из-под контроля, «информационный ком» растёт с каждым днём.

Одной из главных функций современной журналистики является информационная, а основной формой донесения информации до массовой аудитории – медиатекст. Журналистика нового времени вынуждена подстраиваться под требования, которые к ней предъявляет современность и сложившаяся ситуация в общественной и культурной жизни. Изменения в информационном потоке вынуждают журналистику быть динамичной, информационной, новостной, на осмысление происходящего не остаётся времени. Анализ подменяется готовой интерпретацией события. Человек эпохи информационной революции живёт в физическом мире, но действует на основе предпосылок и представлений «информационного мира», который всё более и более отдаляется от мира физического [7].

С появлением Интернета в журналистике наряду с традиционными формами производства смыслов всё большее распространение приобретает цитирование новостной информации (рерайтинг), когда основной задачей интернет-изданий становится поиск и обработка уже существующей в Сети информации. Примером такого рода СМИ являются российские рерайтерские агентства Lenta.ru и NEWSru.com (см. [8, с. 6]). Их главная задача заключается не в создании новости, а в её поиске, обработке и размещении на своих страницах.

В угоду оперативности происходит жертвование аналитикой и здравым смыслом, на первый план выходит конструируемая и провоцируемая эмоциональность. Растёт роль служб по связям с общественностью, основной целью которых является не объективность информации, а её позиционирующая составляющая, обеспечивающая положительный имидж заказчика. Во многом увеличение влияния PR-технологий и инструментов пропаганды представляет собой защитную реакцию культуры и общества на новый, изменчивый мир глобальной информации и компьютерных технологий. Стереотипичность мышления и поведения, манипуляция общественным мнением и усиление роли традиционных аспектов общества – это реакция отсталых в информационном плане социальных групп на требования, предъявляемые глобальной сетевой культурой. Несмотря на рост информационных технологий, в мире есть чёткое деление на тех, кто создаёт и контролирует информационные потоки, и тех, кто является пассивным потребителем информации. Сложившаяся ситуация не может не вызывать опасения, так как возможность злоупотреблений со стороны властной и экономической элиты повышается. Выходом из сложившейся ситуации может стать включение глобальной информационной элиты в процесс конструирования социальных представлений и общественных мнений.

Современная культура живёт в рамках постмодернистской парадигмы, которой присущи такие элементы, как ирония (граничащая с цинизмом), гипертекстуальность (цитирование), игровое восприятие действительности (виртуальность), утилитаризм (потребительство). Для постмодернизма характерны свобода мышления, плюрализм смыслов и интерпретаций, неприятие ограничений и стереотипов; в этом смысле постмодернизм противопоставляется типу мышления, построенному на традиционных канонах и иерархичной структуре ценностей.

Журналистика эпохи модерна, наиболее ярко выраженная в публицистике, в современном мире трансформируется в журналистику новых медиа, которым присущи все элементы постмодернистской культуры, а именно: размытость жанров, гипертекстуальность, аллюзивность (цитирование), сложность в определении автора, мультимедийность и др. Лучше всего для описания журналистики нового времени подходит синергетическая парадигма, изучающая самоорганизацию нестабильных систем в неоднородной среде.

В теории журналистики в последние годы появились работы, в которых журналистика описывается в соответствии с синергетическими принципами как неуравновешенная система, обладающая свойствами открытости, нелинейности, динамизма, дискретности и т. д. [9; 10]. Процессы, происходящие в журналистике, коррелируют с процессами, происходящими в языке. Эволюция языка соответствует синергетическим понятиям, описывающим самоорганизацию языка как коммуникативной системы. Интерпретация медиатекста в данных условиях согласуется с деконструкцией текста, при которой текст в момент прочтения наполняется смыслами и на первый план выходит понимание интерпретирующего субъекта, а не замысел автора. Текст наполняется смыслами и живёт только благодаря субъекту, воспринимающему его. Данная концепция противопоставляется пониманию текста как самостоятельной реальности, существующей независимо от автора и исторического контекста; интерпретация такого текста является своего рода поиском семиотических кодов, заложенных в нём. Если в первом случае текст является всего лишь инструментом для активного субъекта, то во втором – активность текста заложена в самом акте его существования.

Так или иначе, в современном журнализме мы можем наблюдать совершенно разные виды текстов, существующих параллельно, но выполняющих различные функции и обладающих разными целями и задачами. Западные модели теории журналистики выделяют журналистику мнений и журналистику фактов в зависимости от того, какая информация используется в журналистском тексте: оценочная или событийная. В российской же журналистике эти виды информации часто существуют в рамках единого медиатекста, что создаёт дополнительные трудности для их типологизации.

Стремительный рост интернет-изданий нередко приводит к частичному замещению традиционных печатных СМИ новыми медиа, имеющими мультимедийную сетевую природу. Телевизионная журналистика, ввиду своей популярности и многочисленности аудитории, становится основным инструментом управления общественным мнением. Монополизация главных информационных потоков приводит к одностороннему освещению событий. Выгодно отличающиеся

аналитикой и публицистичностью печатные СМИ из-за малотиражности и большого количества изданий дробят и без того малочисленную сегментную структуру рынка читающей аудитории. Конкурирующие с традиционными интернет-издания формируют новый тип воспроизводства текста.

Современная аудитория нуждается в круглосуточном режиме медийного вещания, что обусловлено её потребительскими запросами на информационный продукт. В связи с этим меняется процесс сбора и обработки информации; поскольку коммуникативный процесс нуждается в непрерывном потоке сообщений, то в таких условиях важное значение приобретают социальные сети.

Говоря об особенностях текста интернет-изданий, нужно отметить ряд специфических черт, отличающих его от текста традиционных печатных СМИ. Так, на первый план выходит информационная составляющая текста. Событие описывается, как правило, лаконично, кратко, субъективность сведена к минимуму. Интернет-журналистика – это журналистика малых форм, объём текста ограничен 8–10 тыс. знаков.

В основе композиции текста лежит принцип «перевернутой пирамиды», когда вся суть повествования выложена в лиде и первом абзаце, а дальнейший текст лишь конкретизирует главную информацию. 70% смысла текста передаётся в заголовке и лиде, оставшиеся 30% только дополняют основную информацию.

Важной особенностью новых медиа является интерактивность подачи материала. В современных интернет-изданиях присутствует возможность комментировать новость, при этом комментарии отделены от основного текста визуально. Это позволяет определить рейтинг публикации.

В интернет-изданиях используются визуальные маркеры для выделения ключевых слов и понятий. Часть информации передаётся только гиперссылками, позволяющими сократить текст. Современные медиатексты являются синкретичными, то есть объединяют в едином смысловом пространстве аудиальные, визуальные и вербальные коды, воздействуют на разные каналы восприятия.

Язык новых медиа стремится к упрощению, краткости и эмоциональности. В основе этого упрощения лежит желание донести до аудитории основную мысль сообщения без какого-либо дополнения. Полноценное общение с помощью Интернета усложняется отсутствием невербального контакта между собеседниками. Внеязыковой уровень в интернет-коммуникациях заменяется включением в текст эмоциональных графических знаков (смайлов, от англ. *smile* – улыбка), переходом на разговорный письменный язык, использованием эмоционально-экспрессивной и ненормативной лексики. Многие исследователи как российских, так и зарубежных интернет-ресурсов отмечают возникновение совершенно нового языка, которым пользуются посетители социальных сетей. Повседневный язык общения в социальных сетях проникает в национальные языки и, ассимилируясь с интернет-сленгом, рождает новый язык общения. Примером этого в русском языке является «олбанский язык», в арабском – смесь диалектов арабского с интернет-английским, в английском – «веблиш» (Web + English), в китайском языке – смесь интернет-сленга с «пиньинь» (кит. 汉语拼音, Hànyǔ pīnyīn, Ханьюй пиньинь, то есть запись звуков китайского языка).

С появлением интернет-коммуникации в традиционном жанровом составе текстов СМИ появляются новые формы и художественные приёмы отображения действительности и предоставления информации, видоизменяется стилистика массмедиа. Телевидение пытается интегрировать web-технологии в свой контент. Новой сетевой формой подачи информации в Интернете является блог, сетевой журнал. В блогах авторы текстов могут выражать своё мнение по поводу значимых общественных событий, вести дискуссии с посетителями и размещать частную информацию, полученную от других пользователей. С принятием Федерального закона № 97-ФЗ от 5 мая 2014 г. [11] блоги с количеством посетителей более 3000 человек в сутки приравниваются к средствам массовой информации и обязаны регистрироваться в Роскомнадзоре. Блогеры должны проверять правдивость размещаемой информации о физических и юридических лицах. Данный закон ограничивает свободу популярных блогов в подаче информации, вводит цензуру. Его положительной стороной является повышение объективности информации, предоставляемой блогерами; таким образом, будет удовлетворена основная претензия к блогерам со стороны экспертов.

Говоря о жанровой специфике сетевых публикаций, можно отметить присутствие наряду с традиционными жанрами (заметка, репортаж, фельетон, статья и др., но только с приставкой “web”) новых жанров. Среди них: новостной комикс, в котором событие описывается с помощью цикла фотографий с подписями-комментариями; интернет-дневник (блог); информационный подкаст (podcast) – короткая (обычно 5–20 минут) аудиозапись, представляющая собой подборку на определённую тему.

Трансформация журналистики явилась результатом изменений мировой социально-экономической ситуации. Рост коммуникативных технологий и последующее увеличение объёма информации привели к тому, что анализ перестал быть прерогативой экспертного журналистского сообщества, а однозначная интерпретация в рамках одной мировоззренческой парадигмы перестала удовлетворять общественным запросам. Сложилась ситуация, когда стратификация общественных интересов обусловила появление множества описаний реальности. Параметр объективности при изображении общественной жизни становится актуализированным в определённый момент времени и пространства; однако, если информация о социальной реальности поступает быстрее, чем её успевают проанализировать, об объективности или о соответствии описания реальному положению дел, можно говорить достаточно условно.

Не менее важным для понимания изменений, происходящих в журналистике, является процесс виртуализации реальности. Свободный доступ к аудитории в Интернете создаёт возможность для массового воздействия с помощью манипулятивных технологий на сознание индивидуального пользователя. Журналистика прошлого века существовала в рамках нескольких мировоззренческих парадигм, процесс производства информации был сосредоточен в руках правящей элиты государств (западных олигархических структур, советской партийной элиты, нацистской идеологической верхушки и т. д.). Журналистика глобального мира многополярна, доступ к мировой коммуникативной сети позволяет производить и обрабатывать информацию любому желающему для разных по количеству и составу аудиторий. Это приводит к созданию множества как социальных,

так и виртуальных миров. Журналистика как вид деятельности по производству и обработке актуальной информации вынуждена подстраиваться под индивидуальные запросы аудитории. Количество изданий, специализирующихся на жёстко сегментированной аудитории, растёт с каждым годом.

Процесс трансформации журналистики, начавшийся с ростом коммуникативных технологий и появлением сети Интернет, продолжается до сих пор. Глобализация затрагивает сферы жизнедеятельности и больших социальных групп, и отдельных индивидуумов, журналистика же как вид деятельности занимает важную роль в процессе формирования жизненных и мировоззренческих концепций личности человека. В связи с этим очень важным является теоретическое осмысление проблемы трансформации журналистики в условиях глобальных изменений в обществе для дальнейшего построения моделей регулирования и прогнозирования этих процессов.

Summary

A.I. Shakirov. Transformation of the Journalistic Text under Globalization Conditions.

Changes in journalism under the influence of global economic and social processes are discussed in this article. The dependence of the existing forms of media texts on Internet communications is stated. The activity of new media is analyzed within the postmodern and synergetic paradigms. The main features of online media are the multimedia nature, convergence, presentation of information on the “inverted pyramid” principle, interactivity, and twenty-four-hour availability. A conclusion is made that journalism’s transformation is part of the ongoing global process of formation of a new communication system of the society.

Keywords: globalization, journalism, convergence, media text, post-modernism, synergetics, online media, genres, virtuality.

Литература

1. *Белый А.* Символизм как миропонимание. – М.: Республика, 1994. – 528 с.
2. Толковая Библия, или Комментарий на все книги Св. Писания Ветхого и Нового Завета: в 5 т. / Под ред. А.П. Лопухина. – М.: ДАРЪ, 2008. – Т. I: Ветхий Завет: Пятикнижие; Исторические книги. – 1056 с.
3. *Апель К.-О.* Трансформация философии / Пер. с нем. В. Куренной, Б. Скуратова. – М.: Логос, 2001. – 339 с.
4. *Farrar F.W.* History of Interpretation. – Whitefish, MT: Kessinger Publ. Comp., 2010. – 608 p.
5. *Вебер М.* Социология религии // Вебер М. Избранное. Образ общества. – М.: Юрист, 1994. – С. 78–308.
6. *Махонина С.Я.* История русской журналистики начала XX века. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 368 с.
7. *Бушев А.* Герменевтика актуального медийного дискурса // Современный дискурс-анализ. – 2012. – Вып. 6. – URL: <http://discourseanalysis.org/ada6.pdf>, свободный.
8. *Лацук О.Р.* Рерайтинг новостных интернет-сообщений в России: 2000–2013 гг.: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – М., 2014. – 62 с.
9. *Зверева Е.А.* Журналистика эпохи постмодерна: векторы исследования // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 10. – С. 265–272.

10. *Свитич Л.Г.* Журнализм в контексте современных научных парадигм // Вопросы теории и практики журналистики. – 2012. – № 2. – С. 9–21.
11. Федеральный закон РФ от 5 мая 2014 г. № 97-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об информации, информационных технологиях и о защите информации” и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей» // Рос. газ. – 2014. – 7 мая. – № 6373.

Поступила в редакцию
17.08.14

Шакиров Альфред Ильдарович – кандидат философских наук, доцент кафедры журналистики, Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, Россия.
E-mail: alfred.shakirov@rambler.ru