

КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 316.77: 070.1

В. Хорольський

МЕДИЙНАЯ ФИЛОСОФИЯ И ФИЛОСОФИЯ ЯЗЫКА В ИЗУЧЕНИИ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Статья затрагивает базовые проблемы теории массовых коммуникаций в ее связи с линвокультурологической природой общения. Соотношение общепhilosophических закономерностей развития и частных проблем языка медийного высказывания можно представить как диалектическое «единство-противоборство» метода и стиля. Споры философов и медиакритиков помогают понять особенности методов в смежных отраслях гуманитарного знания. Сделаны выводы о необходимости сотрудничества специалистов разных отраслей науки с целью создания более полной картины эволюции медийной культуры в информационном обществе.

Ключевые слова: *медийность, метод, контекстуальность, медийный модуль, язык, стиль, теория массовых коммуникаций, эволюция медийной культуры.*

Мир масс-медиа, необъятный мир информационных коммуникаций, который стремительно развивается в условиях кризиса технотронной цивилизации, изначально противоречив, для многих людей необъясним, загадочен. Частью этого мира являются средства массовой коммуникации (СМК), особенно СМИ, опирающиеся на труд журналистов, коммуникативистов, медиакритиков. Медиафилософия как отрасль гуманитаристики помогает увидеть глубинные связи коммуникативных процессов в обществе с эволюцией языка медийного общения, помогает понять корреляции специфику массового общения с линвокультурологическими особенностями медийных дискурсов. Для характеристики логики и философии развития мировых СМК необходимо понимать суть категории «медийность», которая выступает в качестве общего знаменателя огромнейшего числа текстов, функционирующих в пространстве современной культуры. Медийные тексты (МТ), создаваемые журналистами и любыми авторами, не

только стали зеркалом общественного мнения, но и превратились в фермент общественных отношений, в организатора мнений и творца неоднозначных картин мира. МТ, дискурсы в масс-медиа, отображающие функционирование категории (и одновременно межотраслевого термина) «медийность» и его близкого, но не синонимического дуплета «медийный модуль», были и остаются объектом и смысловым ядром родственных, хотя и разных, наук о развитии СМИ и массовых коммуникаций. Эти тексты, воплощающие в себе медийный модуль культуры, основанный на событийности, научности интерпретаций, оперативности и злободневности новостного потока, «форматируют» мир и личность современного потребителя материальных и духовных продуктов. Это коллективный результат деятельности Ноосферы, результат усилий многих авторов, а также сотворчество медиапотребителей, среди которых целесообразно выделять отряд медиакритиков, интерпретаторов.

Термин «медийность» напрямую соотносится с такими понятиями, как «миссия», идеал, которые служат для практиков чаще всего удаляющейся линией горизонта. На наш взгляд, наиболее целесообразным подходом к анализу современных медийных дискурсов, любых качественных текстов в СМИ, является культуролого-информационный подход, учитывающий многообразие связей каждого сообщения с удаленным во времени контекстом, задокументированными реалиями жизни и культурно-языковым кодом смыслопорождения в массовых коммуникациях. Аксиомой для данного метода является тезис: медийный текст имеет контекстуальную онтологию, актуализируемую через познание и воплощение модуса повседневности; МТ серийно воссоздает эмерджентно-новостную сторону ежедневного бытия; изучение МТ базируется на принципах интердисциплинарности.

Говоря о развитии языка масс-медиа сегодня, следует еще раз упомянуть и о глобализации в СМИ, приводящей к унификации медийного стандарта, что порождает визуализацию и другие формы массовой культуры. Конвейерные технологии масскульта, усиливая распространение философии самоцельного гедонизма, запрограммированного потребления материальных и духовных благ, создают базу для амбивалентного самосознания, саморефлексии МТ. Сегментация аудитории резко усилилась на этапе тотального информационализма, что тоже внесло свои акценты в изменение языка массовых коммуникаций.

Культуролого-інформаційний аналіз медійних текстів з великою ступенню об'єктивності виявляє взаємозв'язок мови сучасного публіциста та ігрової природи медійного тексту. Гра з читачем, прецедентність, естетизація та експресивізація інформаційного повідомлення – ось лише деякі показники еволюції МТ, причому ці тексти як кванти соціальності та комунікативної енергії, нерідко організуються поза зв'язку з реальністю, в результаті створення псевдособытий, событий-симуляторів.

В останні десятиліття інформаційне суспільство розвивається в умовах беспрецедентного прискорення комунікативних процесів, що втягує за собою не тільки очевидні перемоги колективного Розуму, але породжує численні витрати, супереччя. Дезінформація давно стала частиною культури та професійної діяльності в СМК, що ніяк не скасовує законів прогресивно-поступального руху мас-медіа в історичному континуумі. Думається, неплідно вважати цінність МТ з позицій «вечності» або глобального історичного матеріалізму: масштаб подій, розглянутих в мас-медіа, рідко виходить за межі історичного часу певної епохи.

Важче, думається, розмовляти про взаємодії безпосередніх та «середньовіддалених» контекстів МТ. В той же час МТ легко з'єднує в своїй структурі місцеве та глобально-інтернаціональне. Не завжди в наукових працях актуальний дотошний лінгвістичний аналіз МТ, скажімо, наприклад, взятих в ракурсі їх образно-стильового досконалості, хоча, природно, не можна забувати про стиль викладу або про форму показу новин в СМІ, і, звичайно ж, не можна недооцінювати естетичний аспект МТ, коли йдеться про художньо-публіцистичні жанри.

Методологія культуролого-інформаційного розгляду МТ, тим не менше, базується переважно на прагматико-змістовному та логіко-семантичному, а не стильовому, аналізі висловлювання. МТ існують як «емерджентна», т.е. спонтанно виникаюча та саморозвиваюча (синергетична) частина соціального макродискурсу, як самостійний та дуже специфічний вид фіксації несподіваних подій, того інформаційно-комунікативного дискурсу повсякденності, який передбачає раптовість новин, несподіваність подій, а

также, в более теоретической перспективе – «концепированность» («запланированность» включенность) потребителя и «фидбэк» (обратную связь) аудитории.

Более просто эту мысль можно сформулировать так: в медийном тексте и медийном дискурсе всегда заложена идея спонтанности, синергетичности, существует, говоря метафорически, «гиперссылка» на архетип восприятия случайной информации, а тем самым в МТ заложена соответствующая программа декодирования неожиданного сообщения с позиций здравого смысла, учитывающая непосредственный семантический контекст, миди-контекст культуры и отдаленный контекст, макроконтэкст герменевтической традиции, создающей амальгаму «чистого» и «практического» разума.

Стаття порушує базові проблеми теорії масових комунікацій в її зв'язку з лінвокультурологічною природою спілкування. Співвідношення філософських закономірностей розвитку і приватних проблем мови медійного висловлювання можна уявити як діалектичне «єдність-протиборство» методу і стилю. Суперечки філософів і медіакритики допомагають зрозуміти особливості методів в суміжних галузях гуманітарного знання. Зроблено висновки про необхідність співпраці фахівців різних галузей науки з метою створення більш повної картини еволюції медійної культури в інформаційному суспільстві.

Ключові слова: медійність, метод, контекстуальність, медійний модуль, мова, стиль, теорія масових комунікацій, еволюція медійної культури.

The article deals with theoretical aspects of mass communications connected with lingua-cultural jist of mass media. Correlation of general philosophical laws and peculiar language problems in media texts represent dialectical unity-rivalry of method and style. Opinions of modern philosophers and mediacritics help to grasp methodology of humanitarian studies. The conclusions are drawn about inevitable cooperation of specialists in working out strategies for media culture scrutiny.

Keywords: mediality, method, contextuality, «media modulus», language, mass communication theory, media culture evolution.