ТЕКСТОГЕННОСТЬ КАК ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСКУРСА XXI ВЕКА

TEKSTOGENNOST' AS CHARACTERISTIC OF THE DISCOURSE OF
THE XXIST CENTURY

др МАРИНА ШИЛИНА ГРИГОРЬЕВНА,
доцент Факультета прикладной политологии, Национальный
исследовательский университет Высшая школа экономики, Москва

Аннотация: Информационная парадигма дискурса к XXI веку сменяется коммуникативной; благодаря распространению Интернета, формируются новые свойства, модели коммуникации, основанные на концепции гипертекста. Существенной характеристикой социоэкономического дискурса становится текстогенность как комплекс антропогенно-технических факторов порождения, трансляции, обмена, потребления текстов публичной коммуникации, ведущих к образованию и функционированию новых типов носителей и генераторов информации во всех сферах жизнедеятельности и оказывающих на них влияние. Усложнение дискурса определяет все более значимую роль профессионального коммуникативного сопровождения (связи с общественностью, СМИ) всех процессов. Определяющим становится не технологическое, а текстологическое, филологическое, гуманитарное измерение эффективности общественного развития.

Ключевые слова: Информация, коммуникация, текст, текстогенность, интернет-коммуникация, технология, коммуникант, медиа, связи с общественностью

Abstract: The Informational paradigm of discourse to the XXIst century is replaced by communicative; due to the spread of the Internet, new features and models of communication based on the subject-to-subject concept of hypertext are formed. Tekstogennost' as a set of anthropogenically-technical factors of generation, transmission, exchange texts of public communication, leading to the formation and

operation of new types of vehicles and generators of information in all spheres of life, which have an impact on them, becomes the essential characteristic of socio-economic discourse. The role of the professional communication support (PR, mass media) of all processes becomes more essential. Thus, the textual, philological, humanitarian dimension determines the effectiveness of social development.

Key words: *Information, Communication, Text, Tekstogennost', the Internet, Technology, Communicant, Media, Public Relations*

1. Введение

Единой или в достаточной степени общепризнанной теоретической концепции современного общества до сего дня не создано. Более того, исследования результатов развития общества, влияния кризисов конца XX – начала XXI веков обнаруживают несоответствия в наиболее значимых концепциях, их фактическую несостоятельность. Так, известный ученый, ведущий научный сотрудник Института международных исследований Фримена Спольи при Стэнфордском университете Есихиро Фрэнсис Фукуяма (Yoshihiro Francis Fukuyama) в 2011 году отметил: «Американская версия капитализма если и не потеряла репутацию, то по крайней мере больше не является доминирующей. Запад, и в особенности США, впредь не будет рассматриваться как единственный центр инновационной социально-политической мысли» (Фукуяма, Бердсолл, 2011).

Директор Центра исследований постиндустриального общества В. Л. Иноземцев, исследуя контуры современного глобального устройства, в этом же году отмечает, что мир XXI века остается миром обновленного, но индустриального строя; при этом в глобализированном мире, где доминирует свободная и ничем не ограниченная конкуренция, производство технологий становится своего рода производством общественных благ, однако подобная задача, как заключает ученый, «благородная и возвышенная, но экономически далеко не всегда оправданная» (Иноземцев, 2011).

Общая тенденция изменения вектора функционирования общества от так называемого информационного к коммуникативному, все интенсивнее проявляющаяся с расширением использования Интернета (Казанская, 2007), обуславливает введение терминов «информационно-коммуникативное», «коммуникационное» общество и сходных с ними по

существо (Иванов, 2002; Мальковская, 2007). В обществе, определяемом как «информационно-коммуникативное», развиваются характеристики общества информационного (рост роли ИКТ и Интернета во всех сферах деятельности, виртуализация и глобализация экономики, усиление значения символического капитала (по Бурдье), сетевая организация, наличие новой темпоральности и т.д.), однако формируются и новые характеристики, связанные с изменениями в коммуникационном процессе: усиливается антропоцентризм, сетевая структура обуславливает равноправие коммуникантов, коммуникативное пространство становится все более открытым и легко трансформируемым (Тихонова, 2007).

«Коммуникативный сдвиг» в развитии социоэкономического дискурса, возможно, окажется не меньшей утопией, чем концепции информационного общества, которое существовало только в прогностических исследованиях ученых и спустя десятилетия оказалось несостоятельным как факт. Однако в развитых странах предпринимаются реальные действия по организации информационного пространства, формированию системы информационно-коммуникативного взаимодействия, основанной на интернете. В частности, еще в 1993 году правительство США опубликовало план, описывающий перспективы развития национальной информационной инфраструктуры (Agenda for Action), в 1994 году Комиссией Европейского сообщества была принята программа «Европейский путь в информационное общество» (Europe's Way to the Information Society: An Action Plan), в 2000 году – программа «Электронная Европа» (e-Europe). Основными приоритетами последней программы, рассчитанной на десять лет, стали: деятельность по обеспечению каждого субъекта общества выходом в онлайн-среду; поддержка и распространение европейской культуры через создание цифровой литературы; финансирование и развитие новых идей; предоставление гарантий в области социальной направленности информационного общества; увеличение доверия граждан к государству; укрепление социального согласия.

Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), в первую очередь интернет, к XXI веку преобразуются в информационно-коммуникативные технологии. Интернет растет количественно (2,1 млрд пользователей к 2012 году, по данным The Royal Pingdom) и вносит качественные изменения в социальную коммуникацию. Так, свободу доступа в интернет в 2011 году ООН приравнила к свободе слова как таковой. Факторами, определяющими развитие современного социума, например, в

Евросоюзе (вне зависимости от его формального обозначения), становятся: а) всеобщий обязательный доступ граждан в Интернет, б) создание общего цифрового культурного пространства, в) поддержка творческого и инновационного развития индивида и г) реализация заинтересованного диалога власти и общества для обеспечения социальных гарантий, согласия, доверия граждан к государству и т.д. То есть создание общего цифрового информационно-коммуникативного пространства является условием формирования эффективного общества.

Формирование онтологии социальности как *информационно-коммуникативной* (учитывая то, что онтология информации уже обладает коммуникативным зарядом в себе) определяет внимание к исследованию коммуникационного процесса, его элементов, эффектов. Поскольку сущность коммуникации априорно заключается в формировании коммуникантами общих смыслов благодаря обмену информацией, логичным представляется антропоцентрический вектор исследований и обращение к тексту, стратегиям и тактикам текстопорождения.

2. Социально-экономический дискурс и интернет: гуманитарный вектор исследований

Информационно-коммуникационные технологии определяли на начальных этапах технологические векторы исследований. Однако уже в 1950 – 1960-х годах формируется новое – гуманитарное – направление концептуализации информационных процессов. Отметим, что идеи коммуникации как основы общественного развития высказывал еще в 30-е годы прошлого века американский ученый Джон Дьюи (John Dewey, 1927), который считал необходимым активное взаимодействие аудитории со СМИ, журналистами, чтобы формировать общезначимую для социума повестку дня, вовлекать в общественно-политическую жизнь массы людей. То есть уже в начале XX века появляются исследования общественности как необходимого и равноправного участника реализации коммуникации и медиакоммуникации в обществе, позднее появляются исследования роли общественности в политической коммуникации (Шампань, 1997).

Значимый вектор эволюции теории и методологии научного гуманитарного знания XX века – медийный – определили работы канадских авторов Гарольда Инниса (Harold Innis, 1950, 1951) и Герберта Маршалла Маклюэна (Gerbert Marshall McLuhan, 1964, 1989). Маклюэн, связав

этапы развития общества (культуры, по Маклюэну) с особенностями технических средств связи, его обслуживающих, практически возвел роль информации в абсолют. Ключевым положением, высказанным ученым, существенным для развития методологии исследований, стала идея о природе коммуникации, опосредующей «все формы и способы сенсорного восприятия действительности и видоизменяющая человеческую природу, формы человеческого сосуществования и культуру» (Мальковская, 2005), затрагивающей все сферы дискурса: экономическую, политическую, культурную. Развивая собственные идеи, Маклюэн впоследствии предположил, что не информация, знания, а именно коммуникация становится условием создания капитала нового типа – капитала символического. Ученый фактически описал социальную систему, основанную на коммуникации, зафиксировал существенную для ее функционирования роль общего информационного пространства.

Элфин Тоффлер (Alvin Toffler, 2004) отмечал, что информация становится новым массовым продуктом, распространяется по новым каналам; формируется особое коммуникативное пространство – инфосфера, которая играет важную роль в развитии общества, добавляя «социальной системе совершенно новый уровень коммуникации». Отметим ряд фактов, выявленных Тоффлером: информационная сфера благодаря внедрению компьютерных технологий демонстрирует повышение интерактивности средств массовой информации и демассификацию массмедиа; компьютерные сети позволяют формировать новую интеллектуальную среду, коллективные базы знаний; широкое распространение приложений делает компьютер для рядового пользователя все более доступным, расширяет сферы его использования. То есть зафиксированный способ коммуницирования и организации социоэкономического дискурса позволяет говорить о появлении его новой сетевой, гетерархической матрицы, что характеризует новый тип коммуникационного взаимодействия, для которого существенным элементом является непосредственно участник коммуникации, и отнести указанные исследования к новому направлению, которое предлагаем в рамках данной работы обозначить как коммуникативное.

Подчеркнем, что в работах Тоффлера описываются прототехнологии, реализованные впоследствии в Интернете, однако сам термин не употребляется. Тоффлер и Маклюэн описали на разных уровнях коммуникативную сферу, коммуникативное пространство как неотъемлемую

характеристику современного общества, зафиксировав тем самым существование нового коммуникативного феномена, опосредованного ИКТ, влияющего на социоэкономический дискурс.

Коммуникацию как ключевой элемент информационного общества определил У. Дж. Мартин (W. J. Martin, 1988). Исследователь обозначил такие критерии общества, как технологический (применение ИКТ во всех сферах); экономический (информация является базовой категорией экономики); социальный (информация влияет на повышение уровня жизни); политический (свобода информации и доступа является условием консенсуса); культурный (информационные ценности значимы для индивида и общества). Обозначенный Мартином широкий спектр критериев демонстрирует продолжение изменений в социоэкономическом дискурсе, где информационную парадигму под влиянием ИКТ сменяет коммуникативная.

«Коммуникативный сдвиг» отразил изменения во всех сферах жизнедеятельности: технологии, увеличивая количество, объем информации, параметры ее использования, оказывают влияние на качественные характеристики социума, в частности формирование антропоцентрических тенденций. Расширение парадигмальных рамок исследований приводит к тому, что в центре внимания ученых оказывается лингвистическое измерение коммуникации.

В работе Симона Нора (Simon Nora) и Алена Минка (Alain Minc) «Компьютеризация общества. Доклад Президенту Франции» (Nora, Minc, 1988) отмечено, что изучать современные парадигмы информационного общества, рассматривая информацию только как ресурс управления поведением производителей и покупателей, невозможно, поскольку с развитием общества усложняется влияние информации на социум и усложняются проблемы, в первую очередь в сфере культуры. В частности, авторы предположили, что общество будет более полиморфно, не столь жестко структурировано социально, как индустриальное; при этом одним из факторов полиморфизма будет отношение к языку, упрощение которого обусловлено компьютерной опосредованностью коммуникации. Нора и Минк выдвинули предположение о том, что борьба за информацию, обладание которой традиционно определяли как важное конкурентное преимущество, примет форму борьбы за язык, то есть именно язык окажется инструментом формирования сфер влияния.

Появление теоретико-методологической парадигмы, которую в рамках данной статьи обозначим как коммуникативно-лингвистическую, отразило растущую коммуникативность информационного пространства.

Лингвистические подходы, обусловленные во многом развитием идей и традиций французского постструктурализма, связаны в первую очередь с исследованиями Марка Постера (Mark Poster, 1990). Ученый критиковал так же, как Нора и Минк, существующие подходы в исследованиях информационного общества, в особенности технократические (в частности, идеи Д. Белла) и экономические, указывая, например, на некорректность экстраполяции методов из технической или экономической сферы в информационную, предлагая при изучении компьютерной коммуникации использовать более разнообразные комплексные подходы. Ученый использует лингвистический вектор анализа изменения языковой культуры, которые вызваны обменом электронной информацией, коммуникацией в компьютерных сетях, то есть формирующейся в процессе электронной коммуникации. В работах Постера основное внимание уделяется изучению изменений в структуре коммуникативного опыта, что позволяет, по его мнению, адекватно исследовать социальные отношения. Постер вводит термин «способ информации», который обозначает сущность лингвистического измерения форм социальных взаимодействий между группами и индивидами, а также собственную типологию информации: устно опосредованный обмен «лицом к лицу»; письменный обмен, опосредованный печатью; электронно опосредованный обмен (в устной коммуникации происходит согласование символов, в письменной – их знаковая репрезентация, в электронной – информационное моделирование). Информационное моделирование индивида ученый назвал одним из важных направлений исследований (что было сделано задолго до массового распространения Интернета).

Предложенный Постером лингвистический ракурс изучения новых реалий подтвердил значимость и релевантность именно коммуникативного подхода в исследованиях, а также назревшую необходимость изучения языка электронной коммуникации как нового предмета лингвистической науки. Идеи Постера в настоящее время, несмотря на иной уровень развития технологий, междисциплинарных исследований, не утратили актуальности.

Значимой характеристикой модели современного социума, в котором технологии, ИКТ и Интернет являются потенциальным ресурсом развития, становится сетевая организация. В основе концепции так называемого сетевого общества лежит представление об информации как знании, порождающем конструктивные изменения системы. Логика подобного подхода очевидна: любое изменение состояния является информацией, и сама информация всегда влечет за собой изменение состояния системы; таким образом, к понятию информации относится способность к трансляции, то есть информация априорно обладает потенциалом коммуникации. При этом коммуникация в современных трактовках является не просто процессом транспортировки информации от передатчика к приемнику, она перманентно изменяет включенные в коммуникацию системы и их элементы.

Подобный взгляд на коммуникацию определил различия не только в концептуальных подходах, но отразил переход к новой парадигме, от коммуникации, обусловленной физическим перемещением по законам классической физики, к движению по законам электродинамики; ранее информационные взаимодействия осуществлялось в формате «лицом к лицу», в физическом пространстве, электронная же коммуникация обеспечивает любые контакты, в том числе глобальные.

Появление электронных, компьютерных технологий обусловило исследования инфраструктурной, коммуникационной составляющей сетевой организации коммуникации в современном понимании, когда коммуникация выстраивается по моделям интерактивного взаимодействия человека с машиной, людей с помощью машин, алгоцентрической обработки и передачи информации, когда социальная коммуникация реализуется благодаря техническим сетевым стандартам. Именно для сложных коммуникационных систем понятие сети является ключевым.

Сетевая коммуникация обладает такими коммуникационными характеристиками, как многоканальность, высокая плотность путей перемещения информации, децентрализация. Сети как способ организации инфопространства возникают по мере интенсификации обмена сообщениями; чем выше скорость и плотность коммуникационных потоков, тем выше вероятность формирования сетевых структур. Таким образом, сетевая организация фиксирует некий новый уровень количественных изменений социальной коммуникации.

Социальные коммуникативные сети основаны на инфраструктуре сетей коммуникационных. Одним из постулатов теории сетей является значимость для процесса коммуникации непосредственно сообщения, которое формирует характеристики системы сетевой коммуникации; именно сообщения обуславливают форматы и статусы остальных элементов, в том числе коммуникантов.

Идеи сетевой организации пространства и времени, как мы бы обозначили ее сегодня, с социальных позиций высказывали Эмиль Дюркгейм (Emile Durkheim) (Дюркгейм, 1995), Георг Зиммель (Georg Simmel) (Simmel, 1918), Фернан Бродель (Fernand Braudel) (Бродель, 1986 – 1988), Питирим Сорокин (Pitirim Sorokin) и Роберт Мертон (Robert Merton) (Sorokin, Merton, 1937), Пьер Бурдьё (Pierre Bourdieu) (Бурдьё, 1993) и др.

Современные изменения вектора дискурса как сетевого (что отмечено в свое время Дж. Гэлбрейтом, Д. Беллом, Э. Тоффлером, А. Туреном) определил наиболее объемно Мануэль Кастельс (Manuel Castells) (Кастельс, 200, 2004). По Кастельсу, основными чертами сетевой коммуникации являются неиерархичность, децентрализация, преимущественно горизонтальное взаимодействие; гибкость, подвижность, изменчивость форм и конфигураций при легкости и быстроте создания и распада; открытость сети; общедоступность; равноправие коммуникантов и т.д. Вертикально ориентированные общественные институты начинают замещаться более гибкими, горизонтально ориентированными, созданными по сетевому принципу. В новой матрице информация является «сырьем» для технологий; ИКТ интегрированы во все сферы деятельности, развивают сетевые изменения социума; доминирует конвергенция. Информация становится основным источником производительности и власти, поэтому Кастельс вводит для описания подобной структуры термин «информациональное общество» (англ. *informational society*). Исследования Кастельса, несмотря на определенную противоречивость, закрепили понимание *определяющего* влияния ИКТ, Интернета как *коммуникативных* технологий на принципы организации экономики и социума.

Изменения информационной парадигмы социума, переход к коммуникативности как сущностной его характеристике определили формирование онтологии социальности как информационно-коммуникативной. Обращение к тексту как ключевому предмету исследования представляется закономерным, поскольку сущность коммуникации априорно заключается в текстопорождении, текстотормиро-

вании, трансляции, об-мене текстами в максимально широком значении. Таким образом, «коммуникативный сдвиг» в исследованиях отражает текстоцентричность мат-рицы социума.

3. Техногенность vs. текстогенность

Исследование коммуникации определяет изучение коммуникационного процесса и текста как его ключевого компонента. Информационно-коммуникационные технологии, Интернет, ставшие в XX веке существенным условием изменений экономики и общества, формированием «коммуникативного сдвига» дискурса, рассматривались на начальных этапах развития как инструмент формирования техногенного общества. Генетической характеристикой понятия «техногенный» являются техника и технологии, оказывающие воздействие на экономику, социум, биосферу. Понятие «техногенное общество» использовалось как синоним индустриального общества, которое сменило аграрное. Вне зависимости от обозначения, общество (индустриальное, постиндустриальное, сверхиндустриальное, техногенное, информационное) трактовалось как социотехносферная система, которая развивается на основе техногенеза, и приобретает в итоге новые качества.

В. С. Степин (1989) ввел термин «техногенная цивилизация», характеристикой которой назвал то, что в развитии обществ «решающую роль играют постоянный поиск и применение новых технологий, причем не только производственных, обеспечивающих экономический рост, но и технологий социального управления и социальных коммуникаций». Несмотря на столь широкое толкование понятия «технология», перспективу развития техногенного общества он определял как борьбу естественного и искусственного миров. Пока подобные перспективы неочевидны, однако современный социум характеризуется «все увеличивающимся воздействием техники и техносферы на общество, природу и человека и соответствующей трансформацией последних».

Однако в социоэкономическом дискурсе с XX века значимым фактором становится информация, коммуникация. Зафиксированный «коммуникативный сдвиг», трансформация информационной парадигмы социума в коммуникационную определяет формирование онтологии социальности как информационно-коммуникативной, означает необходимость создания коммуникологических рамок исследования всех процессов. Коммуникация является не просто процессом обмена, но осмысли-

вания информации, формирования новых смыслов, то есть сущность коммуникации априорно заключается в текстопорождении, текстоформировании, трансляции, обмене текстами в максимально широком значении, что и становится неотъемлемой характеристикой социоэкономического дискурса.

Автор вводит для обозначения данного явления термин «текстогенность» (Шилина, 2012), и дефиницирует его в рамках данного исследования как комплекс антропогенно-технических факторов порождения, трансляции, обмена текстами публичной коммуникации, ведущих к образованию и функционированию новых типов носителей и генераторов информации во всех сферах жизнедеятельности и оказывающих на них влияние. Термин «текстогенность» могут употреблять лингвисты, например, отмечая, что «новым признаком текстового аспекта функционирования (...) следует назвать текстогенность ключевого слова – способность породить вокруг себя массу текстов». / Шмелева, 2009. – С. 63 – 67.

Отметим: отсутствие сегодня единой, устоявшейся концепции текста (или текстов) косвенно указывает на его (их) онтологическую неоднородность, определение и описание которой относится, по-видимому, к ближайшему будущему. Процесс текстообразования (шире – текстогенность) находится в развитии и далек от завершения, следовательно, возможно с изрядной долей объективности говорить о процессе конвергенции текстовых форматов в той или иной стадии их сформированности, близости к тексту в его традиционном понимании: текстоидах, субтекстах, гипертекстах и т.д.

Текст мы определяем как осмысленную последовательность любых знаков, позволяющих автору генерировать информацию (экспрессивная функция), адресату – принимать и дешифровать информацию (конативная функция), определенному положению дел – формировать содержание информации (референтная функция), и т.д., то есть передавать и принимать, кодировать и декодировать информацию / сообщения. Таким образом, текстогенность становится неотъемлемой характеристикой информационно-коммуникативного общества второго десятилетия XXI века.

4. Интернет: гипертекстуальность как базовая характеристика

В XXI веке одним из основных каналов (а также и сред, инструментов) коммуникации становится Интернет. Его технологические характе-

ристики меняют традиционное представление о текстах, их многообразии и универсальном прообразе – тексте. Интернет – богатейшая среда для многофакторного воздействия на носитель информации (текст), его трансформацию, конвергенцию и появление новых разновидностей / форматов, то есть на текстогенность.

Базовой характеристикой интернет-коммуникации является гипертекстуальность (Шилина, 2007). Гипертекст, являясь частью информационной технологии, предоставляет априорную технологическую возможность равноправного участия коммуникантов – автора и создателя интернет-гипертекста – в текстопорождении и глобальной трансляции текстов, модель взаимодействия при этом – субъект-субъектная, коллаборативная, что определяет принципиально новые условия создания текста в публичной коммуникации. Интернет-среда становится субъектом коммуникации, программы позволяют в автоматическом режиме формировать тексты, которые становятся частью гипертекста Сети. В интернете формируются принципиально новые модели коммуникации, обозначенные нами как субъект-субъектная и мультисубъектная (Шилина, 2011). Таким образом, автором зафиксировано изменение онтологического статуса интернета, который становится дискурсивной практикой, метакоммуникативной технологией (Шилина, 2012).

Упрощение доступа, в том числе, беспроводного, и возможностей коммуницирования, обусловленные развитием технологий, позволяют в настоящее время любому человеку становиться пользователем интернета в режиме 24/7/365 – и автором, а также соавтором, любого количества текстов, распространение которых возможно в глобальном масштабе. Креативный потенциал создания как условно-вербального текста, так и текста креолизованного, мультимедийного и любого иного также заложен на «генетическом» уровне и становится все более доступным для использования аудиторией. Благодаря характеристике интерактивности в создании текста интернета может принимать участия неограниченное количество авторов и соавторов. Также интернет становится «точкой входа» для всех иных средств коммуникации: печатных СМИ, радио, телевидения. Подобные коммуникативные характеристики не формирует ни одна технология информационной сферы.

Отметим ряд характеристик, которые, благодаря развитию технологий, обеспечивают простоту и комфортность использования интернета массовой аудиторией: а) технологии обуславливают рост количества

новых форматов текстов, в первую очередь конвергентных гибридных, для разнообразных форм коммуникации, то есть текстогенность интернета усиливается, б) расширяется спектр ресурсов, в первую очередь индивидуальных, которые позволяют создавать персональные тексты и коммуникацию; расширение линейки текстов / жанров позволяет реализовывать все более широкий спектр функций, от информационно-коммуникативной до развлекательной, в) разнообразие форматов коммуникации делает общение в Сети текстогенным, привлекательным и эмоциогенным¹ для пользователей, г) мобилизация доступа способствует росту новых качественных параметров текстов и форм общения в Сети, д) превалировании субъект-субъектной моделей, формата коммуникации «многие-с-много-ми» демонстрируют тенденцию все более массовой гетерархической коммуникации в Сети и е) существенной в развитии языка Интернета является тенденция сближению условно-устной и условно-письменной речи в сторону ее большей разговорности (формирование специфического формата устно-письменной речи, обозначенного автором как «пись-моречь» (Шилина, 2011), что снимает возможные барьеры текстоформирования массовой аудиторией.

Также участие аудитории пользователей в текстогенной коммуникации, текстопорождении и обмене текстами формирует принципиально новые характеристики коммуникационной и коммуникативной ипостасей новейших версии (так называемая версия веб 2.0 и выше): чем больше и быстрее пользователи создают текстов, тем обширнее материал для оптимизации технологий, тем быстрее технологии изменяются фактически по запросам пользователей, то есть, образно говоря, чем больше объем текстов, тем выше качество общения в Сети. Таким образом, текстогенность как ответ на вызовы новых технологических форматов коммуникации предлагает массовой аудитории возможность порождения, трансляции, обмена текстами в масштабе всей Всемирной Сети; заложенная «генетически» на коммуникационном уровне текстогенность усиливается и является в настоящее время необходимым условием развития интернета, как коммуникативного, так и технологического.

¹ Термин проф. В.Н. Степанова. См. Степанов В.Н. Этика массовой коммуникации // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы межвузовской научно-практической конференции. – СПб.: Роза мира, 2006. – С. 290 – 296.

Текстогенность интернета несколько иного свойства, чем обозначенная выше текстогенность социоэкономического дискурса, обусловленная сменой информационной парадигмы на коммуникационную, что позволяет зафиксировать наличие уровней текстогенности: макроуровня и мезоуровня. Возможно, следуя логике развития интернет-коммуникации, выделить и микроуровень текстогенности: индивид создает принципиально новые креативные текстовые форматы, например, включающие невербальные знаки, которые могут дополнять сообщение и составлять его суть. Отметим различия в текстогенности интернета и компьютерно-опосредованной коммуникации, которая в формате «человек-компьютер» определяет возможность только текстопорождения, но не *текстогенности*. Итак, Интернет становится существенным условием реализации текстогенности для массовой аудитории.

5. Текстогенные трансформации дискурса: особенности взаимодействия коммуникантов

Появление и развитие интернета обозначает социокультурную, экстралингвистическую, коммуникативную ситуацию, которая определяет новый статус участников, инструментов коммуникации, в том числе, текста как носителя и генератора информации. Наряду с социоэкономическими, техническими, технологическими предпосылками формирования текстогенности рассмотрим антропоцентрические факторы. В частности, каковы характеристики массовой аудитории, которая участвует в коммуникации?

Исследование массовой коммуникации в настоящее время сопряжено с процессами антропоцентрическими, когда в изучении публичной сферы приоритетными для ученых становятся когнитивная и аффективная сферы психической деятельности человека. В. Н. Степанов отмечает, что отличительным признаком коммуникации в конце XX – начале XXI века является преобладание эмоциентрированной аргументации над рациональной и, как следствие этого, целеустановка на формирование мнения, а не знания, что закономерно ведет к повышенному эмоциональному «фону» текстов, обращающихся в публичной сфере. Исследователь вводит в этой связи понятие «эмоциогенность» как в отношении публичной сферы в целом, так и массовой коммуникации в частности (Степанов, 2006).

В соответствии с современными трактовками понятия «коммуникация» Степанов обозначает основные нормопологающие моменты, этические императивы и поведенческие ожидания, обусловленные во многом социокультурными и экономическими изменениями нового века, которые предлагает носителю массового сознания массовая коммуникация. Ученый выделяет следующие императивы: *императив коммуникативного поведения* (комплекс вызовов современного социума способен сформировать у индивида категориальный аналог ризомы – «сетку», или «матрицу» восприятия окружающего мира и рефлексии собственного места в социуме; реакция человека на воздействие ризомы легко прогнозируется, коммуникативное поведение приобретает императивный характер); *императив вербальной формы поведения* (вербальный компонент массовой информации демонстрирует приоритет квазиписьменной (цифровой) формы коммуникации (чаты, форумы, электронная почта, блоги, текстовые телефонные сообщения и т.д.), которая становится благодаря своей оперативности незаменимым средством связи для всех каналов; в целом, как полагает ученый, это соответствует тенденции приоритетности письменной речи над устной в процессе кодификации языковой системы, усиления ее культурного статуса); *императив виртуальности поведения* (обращение информации в виртуальной среде киберпространства / квазиреальности усиливает присущую человеку рефлексию в процессе получения знаний, их последующей формализации; усиление степени виртуальности / квазиреальности ведет к тому, что «объективная» действительность соседствует с отражающими ее множественными симуляциями); *императив поликодовости поведения* (мультимедийность киберпространства обеспечивает поликанальное и поликодовое воздействие информации (через зрение (видео), слух (аудио), касания (гаптику), пространство (проксемику), время (хронемикку) и т.д.); скорость смены кодов увеличивает интенсивность кодовых переключений, наделяя их статусом коммуникативных характеристик сознания современного человека, формируя «клиповое» и «блиповое» сознание; фактически навыки и скорость обработки мультимедийной информации становятся базовыми факторами адаптации индивида в современных условиях поликодовой информационной среды); *императив рефлексивности поведения* (усложнение информации (увеличение каналов распространения и используемых семиотических кодов) ведет к необходимости развития рефлексии, необходимости осмысливать объем, значимость и т.д. поступающей инфор-

мации); *императив заразной унифицированности поведения* (массовизация и мультипликация информационных потоков требуют от информации доступности в потреблении, что обуславливает ее унификацию (примеры: упрощенный синтаксис текстов, пиктография в Интернете); smart mob / flash mob² свидетельствуют о тенденции к спонтанному коллективизму и «корпоративизму», стремлении объединиться на необычном основании коллективного инкогнито, перейти в новое измерение социальных отношений); *императив диалоговости поведения* (практически одновременная или минимально отложенная во времени коммуникация в онлайн-режиме (чат, форум, эфирное голосование и т.д.) создает иллюзию пространственной близости общающихся, вызывает ощущение интимизации пространства, что способствует большей открытости и откровенности взаимодействия; формирует ожидание (и требование) мгновенного ответа на сообщение адресанта; *императив «перформансного» поведения* (признаком «человека массы», как результата массовизации культуры и коммуникации, является, по мнению некоторых исследователей, преимущественно деятельностное выражение эмоций).

Исследователь заключает, что постоянная готовность коммуниканта к выражению внутреннего состояния, к рефлексии, к действию позволяет предположить, что современный человек, homo faber, «человек делающий», становится homo potens – «человеком способным». Отметим: данные тенденции с расширением влияния информационно-коммуникационных технологий и интернета, основными характеристиками которых являются интерактивность, обратная связь, потенциальная возможность и необходимость интерактивного взаимодействия в онлайн-режиме, будут усиливаться; коммуникативный потенциал взаимодействия любого социального актора может быть реализован в глобаль-

² Smart / flash mob (англ.) – смартмоб (от англ. smart mob – умная толпа) – форма самоорганизующейся социальной организации посредством эффективного использования высоких технологий; определение Говарда Рейнгольда («Умная толпа: новая социальная революция» / Smart Mobs: The Next Social Revolution. Флешмоб / флэшмоб (от англ. flash mob, flash – «вспышка; миг, мгновение»; mob – толпа; «мгновенная толпа»). – спланированная массовая акция, в которой большая группа людей (мобберы) появляется в общественном месте, выполняет заранее оговоренные действия и затем расходится. Флешмоб является разновидностью смартмоба. Сбор участников флешмоба осуществляется в основном через интернет.

ном масштабе в связи с упрощением интеракций для рядового пользователя, расширением ареала Сети и т.д.

Поддержку текстогенным процессам должны оказывать профессиональные коммуниканты, поскольку информационное пространство усложняется, а схема восприятия информации массовой аудиторией остается попрежнему двухступенчатой. Так, появление и расширение профессионального сегмента СМИ и СО в Интернете повлекло за собой закономерное привлечение аудитории к участию в формировании контента, однако не настолько, чтобы кардинально повысить эффективность интернет-ресурсов СМИ и связей с общественностью. De facto коммуникационные предпосылки для этого есть, однако формирование принципиально новых моделей функционирования с активной аудиторией требует создания принципиально новых парадигм индустрии; аудитория же к активному коммуницированию и участию в процессах текстогенности готова, что подтверждает статистика роста аудиторий ресурсов 2.0.

Вовлечение аудитории в коммуникацию связей с общественностью является основным условием эффективности деятельности по инкорпорированию. Таким образом, интернет предоставляет максимально эффективные возможности творческого текстопорождения, однако пока массовая аудитория и профессиональные коммуниканты не используют их в должной мере.

6. Тенденции исследования текстогенности

Каким образом возможна реализация текстогенных стратегий? Информационное пространство как таковое формируется благодаря реализации стратегий макроуровня путем создания инфраструктуры с максимально широкой тематикой и географией, с привлечением различных средств коммуникации. В Интернете реализацию подобных стратегий определяет создание на мезоуровне адекватной системы текстов, на микроуровне - новых единиц текста (субтексты, текстойдов и т.д.). Предложим следующую схему перспективных исследований текстогенности как существенной характеристики социальной коммуникации и интернет-коммуникации (см. таблицу).

Таблица 1: Направления исследования текстогенности интернет-коммуникации

<i>Процесс</i>	<i>Функция</i>	<i>Продукт</i>	<i>Исследование</i>
<i>Коммуникация</i>	<i>Коллаборация</i>	<i>Конвергентный</i>	<i>Предмет</i>
Социальная коммуникация	Инкорпорирование	Медийный	Интегрированный, конвергентный текст/текстогеника в том числе
Массовая коммуникация	Интернет-коммуницирование	Гипертекст	Гипертекст/текстогеника
Профессиональная коммуникация СМИ	Интернет-коммуникация	Гипертекст	Гипертекст/текстогеника
Профессиональная коммуникация СО	Инкорпорирование (Интернет, интранет, экстранет)	Гипертекст	Гипертекст/текстогеника

В исследовательском отношении также перспективным является изучение семиотических уровней конвергентного текста в следующих направлениях: семантика текста (референция и денотация); синтактика текста (текстоиды, субтексты, тексты); прагматика текста (коннотация, коммуникативная личность, воздействие/провоцирование); алфabetика текста (все виды, инструменты, форматы текста) и т.д.

7. Заключение

Проведенное исследование позволяет опровергнуть тезис о том, что «качество и динамика информационно-коммуникативных процессов и технологий, их предельно высокий «удельный вес» в повседневности сделали общество *техногенным* или *технократическим*, а онтологию социальности – *информационно-коммуникативной*. Происходит технологизация и самого социально-гуманитарного научного (СГН-) знания, что проявляется не только в технической оснащенности познавательных процессов, но и с самым их содержанием» (Кужелева-Саган, 2011).

Анализ реалий развития интернет-коммуникации позволил выявить текстогенность как существенную характеристику социоэкономического дискурса, следовательно, эффективность его развития определяется эффективностью текстов и взаимодействия коммуникантов; техноло-

гические характеристики интернета актуальных итераций также зависят от поведения пользователей. Таким образом, определяющим становится не технологическое, а гуманитарное, даже можно сказать, филологическое измерение эффективности общественного развития.

Также именно филологическая, объясняющая текстогенность, а не технологическая компонента оказывается важнейшим элементом теоретических концепций и практик интернет-коммуникации, связей с ответственностью, медиа, придавая им текстогенное, филологическое, гуманитарное измерение.

Как будет развиваться интернет-коммуникация? В июне 2012 года запускаются новые интернет-протоколы, и каждый житель Земли получает возможность иметь в распоряжении до 300 миллионов адресов (старый протокол вмещал всего 4 миллиарда адресов). К 2020 году к Интернету, по прогнозу Analysys Mason, будет подключено более 16 миллиардов устройств, то есть на каждого человека в мире будет приходиться от 0,8 до 5,8 интернет-устройств. Потенциал гипертекстового формата коммуникации и текстогенности становится неисчерпаемым, выявленное направление исследованием представляется актуальным и перспективным.

Литература

Аршинов В.И., Данилов Ю.А., Тарасенко В.В. Методология сетевого мышления: феномен самоорганизации // *Онтология и эпистемология синергетики*. – М.: ИФ РАН, 1997. – 159 с.

Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV—XVIII вв. – В 3-х т. – М.: Прогресс. – Т.1 (1986, 623 с.); Т.2 (1988, 634 с.); Т.3. (1992, 678 с.)

Бурдые П. Социология политики. – М., 1993. – С. 36 – 75.

Дьюи Дж. Общество и его проблемы / Пер. с англ. И.И. Мюрберг, А.Б. Толстова, Е.Н. Косиловой. – М.: Идея-Пресс, 2002.

Иванов Д.В. Виртуализация общества. Версия 2.0. – СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 2002. – 212 с.

Иноземцев В.Л. Воссоздание индустриального мира. Контуры нового глобального устройства // *Россия в глобальной политике*. – М., 2011. – Т. 9. – № 6. – С. 88 – 92.

Казанская И. К научному пониманию феномена Интернета // Актуальные проблемы социогуманитарного знания: Сб. науч. тр. МПГУ. – М.: Прометей, 2007. – С. 128 – 150. – С. 143.

Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ-ВШЭ, 2000. – 608 с.

Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004. – 328 с.

Кужелева-Саган И.П. Научное знание о связях с общественностью (PR). Философский анализ. – М.: Кн. дом «ЛИБРОКОМ», 2011. – С.17.

Мальковская И.А. Многоликий Янус открытого общества: опыт критического осмысления ликов общества в эпоху глобализации. – М.: КомКнига, 2005. – 272 с. – С. 117.

Мальковская И.А. Профиль информационно-коммуниктивного общества (обзор современных теорий) // Социологические исследования. – 2007. – № 2. – С. 1 – 24; Тихонова С.В. Коммуникационная революция сегодня. Информация и Сеть // Полис, 2007. – С. 53 – 64.

Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество. – М., 1992. – С. 298 – 301.

Степанов В. Н. Этика массовой коммуникации // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы межвузовской научно-практической конференции. – СПб.: Роза мира, 2006. – С. 290– 296.

Степин В. С. Научное познание и ценности техногенной цивилизации / В.С.Степин // Вопросы философии. – 1989. - №10.

Степин В.С. Цивилизационного развития типы / В.С.Степин // Глобалистика: междунар. энцикл. словарь. – М.; СПб.; Н.-Й., 2006. – С. 986 – 987.

Фукуяма Ф., Бердсолл Н. Как кризис повлиял на развитие // Foreign Affairs, 2011. – № 2. – Русский перевод. – Режим доступа: http://www.globalaffairs.ru/person/p_27

Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра. Пер. с фр. под ред. Осиповой Н.Г./ М.: Socio-Logos, 1997. – 317 с.

Шилина М.Г. Корпоративные Интернет-ресурсы в системе общественных связей: структура, содержание, особенности развития. – М., 2007.

Шилина М.Г. Интернет-коммуникация в связях с общественностью. – М., 2011. – 464 с.

Шилина М.Г. Текстогенные трансформации инфосферы. – М., 2012. – 736 с.

Шмелева В. Кризис как ключевое слово текущего момента // Политическая лингвистика. – Вып. 2(28). – Екатеринбург, 2009. – С. 63 – 67.

Dewey J. *The Public and its Problems*. – New York, 1927

Innis H. *Empire and Communications*. – Oxford: Clarendon Press, 1950..

Innis H. *The Bias of Communication*. – Toronto: University of Toronto Press, 1951.

Martin W.J. *The Information Society*. – London: Aslib, 1988. – 289 p.

McLuhan M. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. – Toronto: University of Toronto Press, 1962. – 293 p.

McLuhan M. *The Medium is the Message*. – New York: McGraw-Hill, 1964. – 345 p.

McLuhan M. *The Global Village: Transformations in World Life. A Media in the 21st century*. – Oxford: Oxford University Press, 1989. – 256 p.

Nora S., Minc A. *The Computerisation of Society. A Report to the President of France*. – Cambridge, L., 1980. (Доклад впервые опубликован в Париже в 1976 г. на французском языке.)

Poster M. *The Mode of Information: Post-structuralism and Social Context*. – Cambridge, Polity Press, 1990. – 224 p.

Simmel G. *Lebensanschauung: Vier Metaphysische Kapatel*. – Munchen; Leipzig, 1918. – S. 687 – 698.

Sorokin P., Merton R. Social time. A methodological and functional analysis // *American Journal of Sociology*. – 1937, 42, 5. – 615 – 629 p.

Sorokin P., Merton R. Social time. A methodological and functional analysis // *American Journal of Sociology*. – 1937, 42, 5. – 615 – 629 p.

Toffler A. *Future Shock*. – Bantam Books, 1970.

Toffler A. *The Third Wave*. – Bantam Books, 1980.