РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

М.Г. Шилина, кандидат филологических наук, научный сотрудник кафедры рекламы и связей с общественностью факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: marina.shilina@gmail.com

ТЕКСТОГЕННОСТЬ КАК ФАКТОР ТРАНСФОРМАЦИИ КОММУНИКАЦИИ В XXI ВЕКЕ (К вопросу формирования инновационных концепций исследований медиа и PR)

В статье представлены результаты исследования современного дискурса, условием развития которого являются текстопорождающие стратегии и тактики; существенной характеристикой становится текстогенность (термин введен автором исследования). Определяющим для эффективности общественного развития становится гуманитарное, филологическое измерение.

Филологическая, объясняющая текстогенность компонента оказывается важнейшим элементом теоретических концепций и практик институциональной деятельности связей с общественностью, медиа. Особую роль в формировании парадигм текстогенности в инфосфере играет интернет-коммуникация.

Ключевые слова: *информация, коммуникация, инфосфера, текст, текстогенность, текстогеника, интернет-коммуникация, гипертекст, письморечь, технология, медиа, связи с общественностью.*

The analysis of the realities of discourse has identified "textogennost" as an essential characteristic of it. Thus, the effectiveness of its development is determined by the efficiency of interaction of texts and the communicants, by philological measuring the effectiveness of social development.

A philological component of textogennost' is an essential element of the theoretical concepts and practices of professional communication, such as Public Relations, media. Internet plays the key role in those processes.

Key words: *information, communication, infosphere, text, textogennost', tekstogenika, Internet communication, hypertext, "pismorech", technology, media, Public Relations.*

Социоэкономический дискурс: смена парадигмы в XXI веке

Во втором десятилетии XXI века информационная парадигма социоэкономического дискурса трансформируется; так называемое информационное общество обретает информационно-коммуникативные параметры [Мальковская, 2005; Кутюгин, 2009; Горошко, 2009; Шилина, 2012].

На смену технократическим, техногенным концепциям закономерно приходят гуманитарные, медийные, лингвистические [Nora, Minc, 1980; Poster, 1990]; акцент в новейших исследованиях пере-

носится с количественных коммуникационных характеристик на изучение качественных коммуникативных изменений. В частности, отмечено, что человек социальный, Homo socialis, становится все больше Homo potens — человеком способным (к рефлексии, интеракции) [Степанов, 2006, с. 290—296].

На формирование онтологии социальности как информационно-коммуникативной существенное влияние оказывают дигитализация, информационно-коммуникационнные технологии, Интернет, который трансформировался из информационно-коммуникационной в информационно-*коммуникативную* технологию, обладающую уникальным социальным потенциалом.

Интернетизация становится одним из значимых факторов трансформаций во всех сферах. В частности, как необходимые условия развития в ЕС запланированы всеобщий обязательный доступ граждан к Интернету; создание общего цифрового культурного пространства; поддержка творческого и инновационного развития индивида; реализация заинтересованного диалога власти и общества для обеспечения социальных гарантий, согласия, доверия граждан к государству (последняя программа принята в декабре 2011 года[1] декларирует стратегии перехода к информационному и инновационному обществу) Россия[2].

Российские реалии не сформировали достаточных предпосылок для создания собственных значимых концепций так называемого информационного общества. Однако идея инфопространства, являющегося условием реализации социоэкономических стратегий XXI века, получила развитие в работах отечественных ученых в сфере информационных технологий [Арский, Гиляревский, Туров, Черный, 1996], исследователей медиа Е.П. Прохорова [Прохоров, 2001] и И.М. Дзялошинского [Дзялошинский, 2001], которые выявили его сущность, характеристики, структуру, стратегии формирования с учетом национальной медийной специфики.

В рамках данной работы определим: понятие «информационная сфера» отражает упорядоченную совокупность всех возможных практик (видов деятельности), связанных с целенаправленным производством и функционированием в обществе эффективных систем коммуникации, в первую очередь мы имеем в виду институциональную коммуникацию. Понятие «информационное прост-

---

[1] Horizon 2020 — The Framework Program for Research and Innovation. Brussels, 30.11.2011 COM (2011) 808 final. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions.

[2] «Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года» (2008 год); Распоряжение Правительства РФ от 08.12.2011 № 2227-р «Об утверждении Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» и др.

ранство» включает в себя совокупность всех типов, видов информационно-коммуникационных интеракций [подробнее см.: Шилина, 2012]. Инфосфера институциональной коммуникации является существенным условием функционирования информационного пространства как такового.

Информационная сфера формируется благодаря реализации стратегий макроуровня путем создания информационной инфраструктуры с максимально широкой тематикой и географией. Следовательно, на мезоуровне реализация подобных стратегий определяет создание адекватной системы текстов, которые являются основной единицей коммуникационного обмена; на микроуровне необходимо создавать новые единицы текста (субтексты, текстоиды и т.д.); то есть условием функционирования и развития социума в XXI веке становится постоянное текстопорождение.

Интернет как метакоммуникация инфосферы

Зафиксированный «коммуникативный сдвиг» определяет внимание к исследованию коммуникационного процесса, его элементов, эффектов. Сущность коммуникации априорно заключается в формировании общих смыслов благодаря обмену информацией, логичным представляется антропоцентрический вектор исследований и обращение к тексту[3], стратегиям и тактикам текстопорождения.

Все больший объем коммуникации во всех сферах опосредует Интернет, свободу доступа к которому ООН в 2011 году официально приравняла к свободе слова.

Гуманитарные междисциплинарные исследования Интернета в мире и России интенсивно ведутся с момента его появления, однако до сего дня общепринятый концептуальный подход не выработан, что обусловлено спецификой изучаемого феномена как объекта научной рефлексии; также очевидно, что исследования интернет-коммуникации как коммуникативного феномена требуют создания специальных теоретико-методологических оснований. Предложенный и апробированный автором теоретико-методологический системно-функциональный подход позволил комплексно оценить и проанализировать коммуникативные особенности Интернета как информационно-коммуникативной технологии и как информационно-коммуникативного пространства и на этой основе

[3] Текст в рамках данного исследования определим 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.

выдвинуть параметры концептуализации, которые могут послужить основой формирования теоретических парадигм интернет-коммуникации [Шилина, 2011].

Коммуникация в Интернете обладает уникальным набором характеристик. Базовой коммуникационной и коммуникативной особенностью веб является гипертекстуальность; как составляющая веб-технологии гипертекстуальность априорно обеспечивает интерактивные коллаборативные субъект-субъектные параметры коммуницирования и создания интернет-гипертекста неограниченным количеством соавторов, что при условии интерактивного открытого в режиме 24/7/365 доступа к формированию интернет-текстов массовой аудиторией позволяет зафиксировать потенциальную возможность текстопорождения как существенную характеристику Интернета.

Форматы текстов Интернета являются принципиально новыми для классической науки, что обусловливает создание специфических теоретико-методологических концепций их исследования. Расширение линейки форматов гипертекстов определяет конвергенция; гибридные конвергентные тексты сети отражают тенденцию индивидуализации коммуникации и создаются во многом благодаря участию активной аудитории. Таким образом, в Интернете формируется новый тип текста и модели текстоцентричной коммуникации.

Уникальность Интернета подтверждает наличие специфических моделей. Субъект-субъектная модель (англ. subject-to-subject, S2S — модель) позволяет впервые формировать не вертикальные управленческие информационные потоки, а горизонтальные равноправные, с активным участием массовой аудитории. В сети реализуется возможность модификации коммуникации, начиная с момента ее установления непосредственно интернет-средой, то есть появляется особый субъект коммуникации, формируется мультисубъектная модель (англ. multi-subject model, MS-модель). Модели коммуникации в Интернете являются текстоцентричными, представляют новый тип транзакционных моделей, могут быть классифицированы по фрактальному принципу [Шилина, 2007].

Снимаются барьеры для создания текстов массовой аудиторией и благодаря зафиксированным трансформациям языка Интернета, который можно обозначить как свойственную исключительно сети устно-письменную речь, обозначенную нами как письморечь.

Технико-технологическая эволюция веб, отмеченная в формате версий (2.0 и выше), формирует предпосылки кардинальных изменений коммуникации: коммуникационные революции, начиная с появления членораздельной речи, несмотря на различия предпосылок, сущности, последствий, на протяжении истории социума

транслировали только вертикальную иерархическую модель коммуникации. Интернет впервые дает возможность массово продуцировать горизонтальную гетерархическую субъект-субъектную модель, что позволяет предположить потенциальные существенные изменения в инфосфере и обществе.

Возникает также парадоксальная ситуация, когда от эффективности текстопорождающей функции Интернета зависит его технологический прогресс; de facto Всемирная паутина по мере освоения приобретает филологическое измерение.

Таким образом, 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. Эволюция Интернета и расширение его использования ведут к дальнейшим изменениям информационно-коммуникационной парадигмы инфосферы, которая приобретает все более текстоцентричный характер.

Текстогенность vs техногенность?

Информационно-коммуникационные технологии, Интернет, ставшие в XXI веке предпосылкой изменений экономики и общества, 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.

Российский исследователь В.С. Степин ввел термин «техногенная цивилизация», сущностной 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» [Степин, 2006, с. 986—987]. Несмотря на столь широкое толкование понятия «технология», перспективу развития техногенного общества Степин 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» [Демиденко, 2003, с. 1000].

«Коммуникативный сдвиг», трансформация информационной парадигмы социума в коммуникационную определяют необходимость создания коммуникологических рамок исследования всех процессов. Коммуникация становится не просто процессом обмена, но осмысливания 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.

Введем для обозначения данного явления термин «текстогенность»[4] и дефинируем 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.

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.

В XXI веке технологические характеристики Интернета как одного из основных каналов (а также и сред, инструментов) коммуникации 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. 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 участие неограниченное количество авторов и соавторов.

[4] Термин «текстогенность» могут употреблять, например, лингвисты, отмечая, что «новым признаком текстового аспекта функционирования <...> следует назвать текстогенность ключевого слова — способность порождать вокруг себя массу текстов» [Шмелева, 2009, с. 63—67].

Также Интернет становится «точкой входа» для всех иных средств коммуникации: печатных СМИ, радио, телевидения и т.д. 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:

- расширяется спектр специфических индивидуальных ресурсов, которые позволяют создавать персональные тексты и коммуникацию;
- на классической технологической базе растет количество новых форматов текстов для разнообразных форм коммуникации, то есть текстогенность Интернета усиливается;
- конвергентные гибридные тексты/жанры позволяют реализовывать все более широкий спектр функций — от информационно-коммуникационной до развлекательной;
- разнообразие форматов коммуникации делает общение в сети текстогенным, привлекательным и эмоциогенным [Степанов, 2006] для пользователей;
- мобилизация доступа способствует росту новых качественных параметров общения в сети (снижение затрат времени, повышение доступности и т.д.);
- превалирование субъект-субъектной модели, формата коммуникации «многие-с-многими» отражает тенденцию все более массовой коммуникации в сети;
- существенной в развития языка Интернета является тенденция сближения условно-устной и условно-письменной речи в сторону ее большей разговорности (формирование «письморечи» [Шилина, 2011]), то есть неофициальности и доверительности, что снимает возможные барьеры текстоформирования.

Также участие юзеров в текстогенной коммуникации, текстопорождении и обмене текстами формирует принципиально новые характеристики коммуникационной и коммуникативной ипостасей версии 2.0, то есть, образно говоря, чем больше объем текстов, тем выше качество общения в сети и тем быстрее эволюция технологий.

Текстогенность Интернета несколько иного свойства, чем обозначенная выше текстогенность социоэкономического дискурса, обусловленная сменой информационной парадигмы на коммуникативную, что позволяет зафиксировать наличие уровней текстогенности: макроуровня и мезоуровня. Следуя логике развития интернет-коммуникации, возможно выделить и микроуровень текстогенности: индивид создает принципиально новые креативные

текстовые форматы, например включающие невербальные знаки, которые могут дополнять сообщение и составлять его суть.

В условиях усложнения информационного пространства все большее значение приобретает институциональный сегмент. При этом формирование принципиально новых моделей функционирования с активной аудиторией требует создания принципиально новых парадигм индустрии массмедиа, связей с общественностью.

Стратегии исследований текстогенности

Предложим следующую матрицу перспективных исследований текстогенности как существенной характеристики социальной коммуникации и интернет-коммуникации (таблица).

Направления исследования текстогенности

Процесс	**Функция**	**Продукт**	**Исследование**
Коммуникация	*Коллаборация*	*Конвергентный*	*Предмет*
Социальная коммуникация	Инкорпорирование	Медийный	Интегрированный, конвергентный текст/текстогеника в том числе
Массовая коммуникация	Интернет-коммуницирование	Гипертекст	Гипертекст/текстогеника
Институциональная коммуникация (СМИ)	Интернет-коммуникация	Гипертекст	Гипертекст/текстогеника
Институциональная коммуникация (СО)	Инкорпорирование (Интернет, Интранет, Экстранет)	Гипертекст	Гипертекст/текстогеника

В исследовательском отношении также перспективным является изучение семиотических уровней конвергентного текста в следующих рамках:

- семантика текста (референция и денотация);
- синтактика текста (текстоиды, субтексты, тексты);
- прагматика текста (коннотация, коммуникативная личность, воздействие/провоцирование);
- алфабетика текста (все виды, инструменты, форматы текста и т.д.).

Итак, проведенное исследование позволяет опровергнуть, казалось бы, справедливый 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 в самом их содержании» [Кужелева-Саган, 2009, с. 17].

Анализ реалий развития социоэкополитического дискурса, опосредованного интернет-коммуникацией, позволил выявить текстогенность как существенную характеристику, следовательно, эффективность его развития определяется эффективностью текстов и взаимодействием коммуникантов; технологические 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.

Филологическая, объясняющая текстогенность, а не технологическая компонента оказывается важнейшим элементом теоретических концепций и практик интернет-коммуникации, связей с общественностью, медиа, придавая им текстогенное (филологическое) гуманитарное измерение.

Каковы перспективы развития интернет-коммуникации? В 2012 году запускаются новые интернет-протоколы, и каждый житель Земли получит возможность иметь в распоряжении до 300 млн адресов (старый протокол вмещал всего 4 млрд адресов). К 2020 году к Интернету, по прогнозу Analisys Mason, будет подключено более 16 млрд устройств, то есть на каждого человека в мире будет приходиться от 0,8 до 5,8 интернет-устройства.

Таким образом, потенциал гипертекстового формата коммуникации и текстогенности становится неисчерпаемым, что позволяет говорить о появлении нового перспективного направления исследований метауровня.

Список литературы

Арский Ю.М., Гиляревский Р.С., Родионов И.И. и др. Информационное пространство новых независимых государств. М.: ВИНИТИ, 2000.

Арский Ю.М., Гиляревский Р.С., Туров И.С., Черный А.И. Инфосфера: информационные структуры, системы и процессы в науке и обществе. М.: ВИНИТИ, 1996.

Горошко Е.И. Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении: Монография. Харьков: ФЛП Л.М. Либуркина, 2009.

Демиденко Э.С. Техногенное общество // Глобалистика: энциклопедия. М., 2003.

Дзялошинский И.М. Информационное пространство России: состояние, структура, тенденции развития. М.: Фонд Карнеги, 2001.

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

Кутюгин Д.И. Интернет как коммуникативное пространство информационного общества: Дис. ... канд. социол. наук. М., 2009.

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

Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. М., 2001.

Степанов В.Н. Этика массовой коммуникации // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы межвуз. науч.-практ. конф. СПб.: Роза мира, 2006.

Степин В.С. Цивилизационного развития типы // Глобалистика: Междунар. энцикл. словарь. М.; СПб.; Нью-Йорк, 2006.

Шилина М.Г. Корпоративные интернет-ресурсы в системе общественных связей. М., 2007.

Шилина М.Г. Корпоративная интернет-коммуникация в связях с общественностью. Прагматический аспект. М., 2011.

Шилина М.Г. Текстогенные трансформации инфосферы. Методологический эскиз становления Интернета. М., 2012.

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

Nora S., Minc A. The Computerisation of Society. A Report to the President of France. Cambridge; L., 1980.

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

Поступила в редакцию
23.04.2012