

Нина Фрольцова

Белорусский государственный университет

ГИПЕРТЕКСТ ЖУРНАЛИСТИКИ: «ТИХАЯ» СЕМИОТИЧЕСКАЯ РЕВОЛЮЦИЯ МЕДИАЗЫКОВ

В последние десятилетия журналистика, как и другие социальные институты влияния (религия, семья, образование, культура), испытывает серьезные изменения. Этому в немалой степени способствует расширяющаяся информатизация и компьютеризация трудовой деятельности и бизнеса, форм получения знаний и оказания услуг, проведения и организации досуга. Основанные исключительно на знаково-символических обменах, новейшие технологии свидетельствуют о высоком уровне абстрактно-логического мышления и познавательных возможностях человека. Экстраполируя свои мысли, идеи, потребности в интернет – конвергентную виртуальную сферу, созданную сетевыми телекоммуникационными техническими средствами, субъект делает это так же легко,

как в реальности оперирует естественными языками и самостоятельно построенными в их рамках семантическими образами и смыслами.

Вместе с тем простота доступа к различным базам данных, совокупность которых интегрирована в электронном *гипертексте* [*< гр. hyper – над, сверх, по ту сторону + текст – < лат. textum – связь, соединение, переплетение*], позволяет реципиенту в скоростном режиме не столько осуществлять визуально-текстуальную обработку собственных мыслей, сколько без особых интеллектуальных усилий пользоваться чужими в любой подходящий момент. К этому «провоцирует» сформулированный технической информатикой единый и удобный медиаязык, ориентированный на индексацию ключевых слов, тем, содержательных блоков. Он автоматически преобразует в системы высокой связности логически-смысловые структуры, в реальности рассеянные по распределенным вербальным, визуальным, акустическим средам. Согласно одному из ведущих разработчиков *гипертекста*

Т. Нельсону, придумавшему в 1967 году и само его название, эта технология должна была со временем стать полным аналогом «ветвящегося, непоследовательного письма», реализующегося по запросу. Позже, поясняя сущность подобных процессов, Т. Нельсон указывал, что они веками осуществлялись пишущим-читающим человеком и без компьютера [7, с. 27].

В идеале работа над программным обеспечением свойств гипертекста преследовала цель оказать информационную поддержку субъекту в его предполагаемом стремлении расширять кругозор и эрудицию, стимулировать креативную активность, усваивать новые знания. Практическое же применение пользователями гипертекстовой технологии сегодня в лучшем случае ограничивается удовлетворением справочно-информационных запросов, в худшем – составлением больших визуально-текстовых материалов из фрагментов семантически организованных ресурсов сети, содержащих полноценные зрительно-лингвистические образы, созданные, как правило, без прямого участия пользователя. Такие фрагменты безотчетно, но чаще сознательно воспринимаются реципиентами в качестве готовых эталонов, подменяя информационную поддержку творческого или познавательного актов процедурой оперативного заимствования и копирования.

Особенно ощутимо эти тенденции проявляются в журналистике. В силу целого ряда объективно-исторических причин журналистика как самостоятельный тип творческой деятельности интегрировалась на узлом пересечения логико-лингвистических и сенсорно-эстетических систем, генетически родственных по трансцендентной знаково-симво-

лической природе, но отличающихся по способам кодирования-декодирования поступающих из внешней среды сигналов. Освоение соответствующих кодов, своего рода медиаязыков, позволило производителям создавать, а аудитории без труда воспринимать семантически цельные вербальные, визуальные, акустические или смешанные многослойные образы.

Можно сказать даже больше. До эпохи Интернета, а точнее до 1989 года, именно в практике журналистики были апробированы общие принципы нелинейного построения гипертекста по вектору не только усложнения иерархизации структурных элементов (по типу вложения одного в другой), но и их упрощения в обратном порядке за счет функционирования ассоциативных взаимосвязей. В результате этого появилось семейство медиаязыков, адекватных символической специфике каждого средства массовой коммуникации, но внутренне способных «разветвляться», исходя из индивидуального запроса читателя, зрителя, слушателя. Допустим, прочитав программу телепередач в газете, зритель в обратном порядке решает, стоит ли ему вообще включать телевизор. Либо, услышав знакомые радиопозывные, слушатель усиливает или убирает звук приемника, вновь-таки руководствуясь личным выбором. Поэтому не удивительно, что журналистика, как и любой другой носитель оригинальных «языков», первой оказалась под прицелом их интенсивной ассимиляции не только в собственно электронной среде, но, невольно следуя ее стандартам, на газетной полосе, в теле- и радиоэфире. Ведь вся подготовка материалов осуществляется сейчас только на компьютере. Как, впрочем, укореняется и доминирующее восприятие любой информации с его посредничеством.

Это приводит к тому, что относительно устойчивая и понятная картина мира – своеобразная «энциклопедия жизни», которая в течение XX века формировалась журналистикой, все больше превращается в ее рефлексивную, т.е. описание жизнью самой себя, отраженную в дисперсных по смыслообразованию гипертекстах. Поскольку жизнь существует только в сознательных представлениях человека, то, выходит, человек самописывает свои ощущения от того, как он живет, мало заботясь о том, как это могли бы делать другие. В целом рефлексивный поворот сознания к самому себе моделирует безразличное, если не сказать нигилистическое, отношение к опыту других носителей сознания, другой памяти, других смыслов и образов.

Так, одаренная молодая журналистка посвящает интересное познавательное эссе 130-летию со дня рождения Евгения Замятина, автора

антиутопии «Мы». Роман был написан в 1920 году, но пролежал «на полке» до 1988 года, хотя за рубежом не только вовремя вышел на английском языке, но и был экранизирован. Сам же писатель, инженер по профессии, беспрепятственно выехав за рубеж в 1931 году, так и не дождался издания произведения на родине. Для подготовленного читателя не стоит труда самостоятельно разобраться в описываемых событиях, «закрыв глаза» на отдельные неточности вроде упомянутых заседаний правлений Союза писателей в 1929 году, тогда как сам Союз был организован в 1934 году.

Сложнее придется тем, кто впервые узнаёт о жанре антиутопии, о Е. Замятине, романах О. Хаксли «О дивный новый мир» (1932 г.) и «1984» Дж. Оруэлла (1948 г.). В частности, лидабзац, выделенный жирным шрифтом, начинается с фразы: «В 2014 году исполнится 65 лет со дня издания романа «1984» Дж. Оруэлла». Кстати, неплохо было бы не прибегать к такому громоздкому для визуального восприятия числовому ряду и пояснить, что в названии «1984» Дж. Оруэлл перевернул две последние цифры года первого пробного издания романа. Получилось: 1948–1984. Только с 15-й строчки лида в предложении «Однако первым пророком тоталитарных бед XX века стал советский писатель Евгений Замятин...» автор словно спохватывается о потере главной темы, вместо того чтобы с этого предложения начать [1].

Еще один перспективный молодой журналист, специализирующийся в аналитическом освещении социально-экономической проблематики, удачно пробует перо и в познавательном-историческом формате. Под рубрикой «Знай наших!» и броским заголовком «Сделано в Голливуде. Белорусские корни американского кино и телевидения» он пишет о Дэвиде Сарнове, родившемся в деревне Узляны под Минском в 1891 году и в возрасте девяти лет эмигрировавшем с родителями в США. Автор, опираясь, видимо, на источники информации в интернете, увлекательно описывает жизненный путь Д. Сарнова, бизнесмена по натуре, менеджера по организаторской хватке и блестящего прогнозиста по стратегии развития радиовещания, а затем телевидения. К кинематографу же и Голливуду, вопреки заголовку всей публикации, Д. Сарнов отношения не имел [1].

А теперь, каких деталей недостает, но они добавили бы красок к карьере «героя» и информации читателю, всегда с удовольствием узнающему о предприимчивости выходцев из Беларуси за рубежом, повышая тем самым собственную самооценку. Во-первых, Д. Сарнова до сих пор почитают в США как «отца национального радио и ТВ». Во-вторых,

заодно ему можно было бы поставить памятник почти за то же самое и возле Шаболовской башни в Москве. Стечение обстоятельств привело Д. Сарнова к знакомству с будущим всемирно известным изобретателем кинескопа (лучевой трубки) и аналогово-электронного телевизора, а затем радиолокационных систем Владимиром Зворыкиным. В конце 1920-х гг., напуганный ссылкой на остров Котлас своего наставника, профессора Б. Розинга, под руководством которого они вместе работали в этом направлении, В. Зворыкин сумел всеми правдами и неправдами перебраться в США. Не зная толком английского языка, он пробавлялся оператором механических счетных машин, пока не встретился с Д. Сарновым, с ходу оценившим все перспективы телевизионного проекта. Благодаря осведомленности В. Зворыкина о работах над технологией ТВ в СССР, Д. Сарнов, бессменный президент основанной им компании RCA, проникся интересом и к этому бизнес-проекту. Тем более, что в 1930-е гг. В. Зворыкин дважды побывал в родном Муроме у сестры, выступив с лекциями на Муромском электротехническом заводе. Коротко говоря, когда в 1946–1947 гг. встал вопрос об обновлении оборудования на московском телецентре, за его поставки взялся Д. Сарнов. К этому времени он, в силу успешных радиолокационных разработок В. Зворыкина под курированием Министерства обороны, уже имел звание генерал-лейтенанта. Но США вступили в «холодную войну», и все, кто был как-то связан с СССР, подверглись «охоте на ведьм». Д. Сарнов, чтобы, по всей вероятности, избежать преследований, представил в Госдепартамент 50-страничный проект русскоязычной сети КВ- и УКВ-радиовещания с территории европейских стран-членов НАТО по ретрансляционной траектории вдоль границы СССР и центральной радиостанцией, назвав ее «Голос Америки». Все остальное было лишь делом техники. Финансирование же до 1991 года включительно выделялось из бюджета госдепа [4].

Оценивая подобные, далеко не слабые по творческому потенциалу публикации, приходишь к выводу, что даже они не способны противостоять рефлексивному влиянию удобных, но коварных особенностей нелинейной логики *гипертекстового континуума*. С одной стороны, он повышает свободу самовыражения субъекта. С другой – лишает опоры на реальное социальное время и, следовательно, на способность дать конкретные ответы на конкретные же вопросы. В результате прежняя «энциклопедия жизни» рассекается множеством индивидуализированных точек зрения на мир и, таким образом, множеством практик его отражения. Будучи дискретно автономными, они разрывают привычные

причинно-следственные связи между прошлым и настоящим, слабо контактируют друг с другом и пока не артикулированы в методологическом плане.

Рефлексивный характер современной журналистики прослеживается и в нарастающей системности парадоксальных проявлений. К примеру, скачкообразное увеличение количества разнопрофильных СМИ одновременно сочетается с их недолговечностью, снижение авторитетности журналистского слова – с его поддержанием за счет «звездности» многоликих эпигонов в онлайн и офлайн, в теле- и радиоэфире. Вот в цветном рекламном видеоролике майонеза «Мистер Рикко» прямо воспроизводится другим актером, окруженным сытными продуктами, сценка из черно-белого немого кинофильма «Золотая лихорадка» (1926 г.), где голодный герой Ч. Чаплин за пустым обеденным столом выстукивает столовыми приборами что-то веселенькое. А по другому телеканалу поздней ночью демонстрируется этот же фильм, многократно цитируемый назойливой рекламой. На шершавой газетной бумаге высокотиражные издания регулярно размещают обильные мелкошрифтовые тексты в подслеповатой цветной инфографике. Чтобы их прочитать, надо вооружаться микроскопом, но при верстке на подсвеченном мониторе компьютера они, конечно же, выглядят ярко и зрелищно. Примелькавшиеся в бессчётных рекламных видеороликах артисты с истёртыми от частого копирования лицами играют ведущие роли в неплохих сериалах о событиях, которые разворачиваются во время Великой Отечественной войны или в трудные послевоенные годы. Впрочем, это уже совсем другая история, с претензией на художественность, к журналистике имеющая опосредованное отношение. Но симптомы похожи, как близнецы-братья.

Все это, взятое в комплексе, наводит на подозрение, будто кто-то невидимый специально расставляет в журналистском самосознании обратные бинарные оппозиции, типа знаков-ловушек: левая рука есть, потому что есть правая. А если всегда имеется только одна рука? Значит, необходим «зеркальный двойник», чтобы понять, как же все-таки сориентироваться однорукому. Так, предполагают антропологи, первобытные люди учились счёту: если у другого напротив меня два глаза, две руки, две ноги и одна голова и их можно пощупать руками – следовательно, и у меня их столько же, а нас, стало быть, тоже двое и на двоих итого – две разумные головы [3, с. 75].

Парадоксы такого рода усиливают неопределенность общественной ценности профессии журналиста. Если прежде ее социальный статус

идентифицировался с таким символом, как «четвертая власть», то сегодня на властную вершину, откуда якобы удобно манипулировать мнениями, вкусами и предпочтениями «ниже» стоящих слоев, претендуют производители PR- и рекламного контента, менеджеры консалтинга и шоу-бизнеса. При этом игнорируется, что подобная «манипуляция» со стороны СМИ на самом деле представляет не что иное, как отложенную во времени обратную связь с аудиториями. Как только появились более точные методики рейтинг-анализа, выяснилось, что «четвертая власть» вынуждена, как и любая другая, играть по тем правилам, которые вырабатываются не столько на вершине пирамиды, сколько самим социумом. Опуская вопрос, хорошо все это или нет, необходимо подчеркнуть главное: отмеченные факторы не только влияют на падение востребованности собственно журналистики, но и размывают сущностное содержание профессии.

На этом фоне далеко не случайно возник образ «универсального журналиста», который, фигурально говоря, и жнец, и косяк, и на дуде игрец. Похожие наивно-утопические образы не раз всплывали на переломе исторических эпох, когда в гуманитарной сфере под влиянием резко опережающего роста естественнонаучных и инженерно-технических знаний предпринимались попытки приспособить их под устаревающие парадигмы самосознания. Сегодня эта галерея: от картезианского «совершенного механического человека», искусно собранного наподобие идеального часового механизма, до марксистского «пролетария умственного труда» и «коммунистического гармоничного человека» – вряд ли уместна. Но соблазн к реализации похожих универсальных конструкций не исчерпал себя и сегодня.

Еще в 1960-е гг. основоположник математической теории информации, нобелевский лауреат К. Шеннон, ушедший из жизни в 2001 году, предостерегал, что одним единственным информационным ключом невозможно открыть все тайны природы. В развернутом виде эту мысль он выразил через математическое описание энтропии – саморазрушение системы, возможное при двух вероятностях. Если система перегружена структурно-хаотическим набором элементов, которые из-за этого теряют скорость продвижения информации. Или если элементов недостает, тогда образуются пустоты – нули. Поэтому во избежание энтропии система рассчитывается проектировщиками таким образом, чтобы она сама регулировала свое равновесное состояние [6, с. 20].

В определенной степени этот вывод относится и к адаптации журналистики к обширному гипертекстовому континууму, который сегодня

все плотнее охватывает не только электронную, но и реальную среду обитания. Люди фактически повсюду окружены фрагментами различных гипертекстов: наружной рекламой и рекламой в общественном транспорте, радиообъявлениями в метро, автобусах и троллейбусах, городскими указателями и инструкциями к банкоматам, ценниками товаров в магазинах и микроскопическими буквами на их этикетках и упаковках. К этому следует добавить различные мобильные цифровые устройства с их вербальным, аудиовизуальным и визуальным текстовым наполнением. Э. Тоффлер справедливо заметил по этому поводу, что соотношение некодированных сообщений к кодированным неуклонно уменьшается, и большая часть семантически готовых образов извлекается из искусственных распределенных сред, а не из личных наблюдений за «сырыми» событиями, не обработанными теми или иными медиаязыками [5, с. 125].

Поэтому если и предположить, что в современной журналистике востребован «универсальный журналист», то, видимо, такой, какой не столько умеет быстро писать, фотографировать и со скоростью робота общаться с компьютером, сколько стремится к интеллектуальному обеспечению творческого процесса. Овладевая с этой целью новыми знаниями, объемы которых постоянно растут, мало узнавать новое, бегло просматривая интернет. В интернете, как в чеховской «греции», все есть, но надо предварительно знать, что именно искать. Поскольку всякое новое является новым лишь в сравнении с уже имеющимся «старым».

Определяя, в чем состоит сущность текста, в любом случае входящем в какой-либо гипертекст, Ю. Лотман вывел его как сложное устройство, хранящее многообразие кода, способное трансформировать получаемые сообщения и порождать новые, как информационный генератор, обладающий чертами интеллектуальной личности [2, с. 587]. Но, продолжая эту мысль, необходимо подчеркнуть, что новая ценность тексту, как в целом и гипертексту, всегда придается личностью. Ей принадлежит право очерчивать границы между гипертекстовыми образованиями и реальностью. Только в этом сопоставлении возникают новые смыслы и значения. С этой точки зрения не столь актуален, пожалуй, вопрос, нужен ли «универсальный журналист» современной журналистике. На новом витке развития важно увидеть, что журналистике необходима прежде всего личность, сильная пониманием непреходящей роли интеллекта, знаний и творческой интуиции в их генетическом единстве.

Літаратура

1. Аргументы и факты в Беларуси, 2014. № 2; № 3.
2. Лотман Ю.М. Мозг–текст–культура–искусственный интеллект / М. Лотман. Семиосфера, СПб., 2000. – С.580–589.
3. Марков А. Эволюция человека. В 2 кн. Кн. 2. Обезьяны, нейроны и душа / Александр Марков. М., 2012. – 512 с.
4. Топаллер В. Американский ликбез. Владимир Козьмич Зворыкин / Виктор Топаллер // RTVi, 2013.
5. Тоффлер Э. Футурошок / Э. Тоффлер. СПб., 1997. – 461 с.
6. Шеннон К.Э. Вклад фон Неймана в теорию автоматов / К.Э. Шеннон // Информационное общество. М., 2004. С. 9–22.
7. Nelson T.J. Electronic information display technologies / T.J. Nelson & J.R. Wullert II. Singapore, River Edge, NJ: World Scientific, 1997. – 278 p.