УДК 070

МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ СИСТЕМЫ В ЖУРНАЛИСТИКЕ: ГЕРМЕНЕВТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

© 2017 г.

Б.Я. Мисонжников

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург

bmiss20550@mail.ru

Поступила в редакцию 25.05.2017

Исследуется современное развитие мультимедийных систем и их влияние на массмедиа. В связи с появлением и проникновением во все сферы коммуникации эффективных цифровых технологий изменилась семиотическая основа медиатекста, возник интегральный текстовой континуум, сложная перцептивная природа которого требует детального изучения с применением соответствующих методов идентификации.

Ключевые слова: мультимедиа, массмедиа, поликодовый текст, герменевтика.

Влияние современных мультимедийных систем на состояние массмедиа и реципиентной среды пока недостаточно изучено в аспекте технологическом и совершенно не изучено в аспекте антропологическом – когнитивном, аксиологическом и даже психосоматическом. В связи с появлением и проникновением во все сферы коммуникации эффективных цифровых технологий изменилась текстовая основа медиатекста, нормой стала его презентация на поликодовых семиотических платформах, возник интегральный текстовой континуум, сложная перцептивная природа которого требует герменевтического анализа – детального изучения с применением соответствующих методов многоаспектной идентификации. Герменевтика, древняя наука объяснения текстов, прежде всего литургических, оказалась опять востребованной, но уже на современной основе и с соответствующей адекватной целью, а именно как средство отождествления сложных систем, выявления их энтропийных характеристик, феноменологических структур и ресурсов, интермедиальных свойств и многих других параметров прагматической реализации.

Особую важность в настоящее время приобретают истолкование, интерпретация воспринимаемых семиотических комплексов, идентификация индивидом уровня их социальной значимости, что отражает аксиологическое начало данной методологии. На том семиотическом материале, который социальной ценности вообще не представляет, индивид, само собой разумеется, останавливать своё внимание не будет. Его привлекают в первую очередь тексты, имеющие определяющее онтологическое значение. Идентификации подлежат как минимальные по объёму и простейшие по структуре семиотические образования, например, на уровне лишь одного знака, так и пространные, сложноорганизованные. В этом случае процесс идентификации протекает более многоаспектно и масштабно. Даже логически завершённые и связные тексты, в силу их слишком долгого хранения утратившие многие дискурсные особенности, требуют специального объяснения и становятся предметом экзегетики, уточняющей логические и формальные, в частности грамматические, аспекты, а также воссоздающей исторический контекст. Более универсальным характером в когнитивном плане обладает герменевтика, которая предполагает, помимо рациональных, совершаемых на сугубо дискурсивной основе идентификационных действий, также чувственные и психоэстетические подходы, уточняет мифологическое и выявляет мистическое содержание текста, аспекты его духовной тождественности, эвристичности и нравоучительности.

Герменевтика – а это, по сути, методология семиотического отождествления, имеющая универсальный характер, распространяется на все сферы, в которых оперируют текстом в широком смысле слова: любой семиотический комплекс может стать объектом герменевтического исследования, в том числе аудиовизуальный текст, а также текст иконический. Эти и другие важные аспекты данного уникального общеметодологического инструмента нами уже подробно рассматривались [1]. Практическая роль герменевтики возрастает с появлением сложных поликодовых текстовых систем, что обусловлено развитием мультимедийных технологий, а также беспрецедентно мощной и практически тотальной дигитализацией медиатекста и расширением его семантического поля за счет гипертекстуализации. Сегодня без спе-

циального средства отождествления уже сложно понять некоторые процессы, которые протекают в медийной практике. Она не просто усложняется, но и несет многие гуманитарные угрозы, прежде всего духовного, психосоциального, этического характера.

В последние десятилетия стремительно произошел процесс глубокой интеграции бумажных изданий, которые существовали сотни лет, и совершенно новой, никогда еще не используемой человечеством системы уникальных кибернетических устройств. Вообще-то кибернетика как самостоятельная область науки и практики появилась намного раньше, она «возникла на стыке математики, логики, семиотики, физиологии, биологии, социологии (до этого слабо связанных между собой) и с начала 1950-х годов (наряду с физикой, химией и биологией) стала оказывать существенное влияние на развитие мировой науки» [2]. Вследствие активного развития технологий появилась возможность поликодовой репрезентации текстового материала: прежняя, двухсистемная репрезентация, предполагала интеграцию вербального текста, построение которого основывается на символах, идентифицируемых на уровне второй сигнальной системы, или системы «сигналов сигналов», и текста иконического, сформированного на основе иконических семиотических комплексов, идентифицируемых на уровне первой сигнальной системы, основанной на непосредственном восприятии объекта при помощи ощущений. Конечно, эффект креолизации текстов достигал своего достаточно высокого уровня. Не случайно в прежних изданиях можно редко встретить «слепые» полосы, т.е. лишенные иллюстраций, или, наоборот, состоящие целиком из иллюстративного материала. Именно путем создания креолизованного текста как единого целого удавалось достигать необходимой гармонии в пространстве полосы.

Но в дальнейшем, прежде всего в результате технологических изменений и с появлением возможности располагать текстовой материал на электронных носителях, удалось резко расширить медиумические функции медиатекста, возросла его социальная роль, во многом трансформировалась профессиональная деятельность журналиста, от него потребовались универсальные качества, безупречное владение компьютерной техникой и умение модифицировать медиатекст, воссоздавать его в разных формах – электронной, бумажной, в более широких поликодовых версиях. Причем не просто с возможным добавлением аудиовизуального компонента, но и с усложненным сюжетным построением, с применением формата мультимедийных лонгридов.

Темпы прогресса оказались столь головокружительно высоки, что даже коннотация этого понятия стала меняться в направлении обеспокоенности и тревоги. С одной стороны, императивом прогресса явилась небывалая интенсификация информационных потоков, а с другой стороны, этим обусловлена утрата многих национальных приоритетов, формирование ноосферного сознания, при котором безвозвратно исчезают присущие человеку как индивиду частные онтологические локусы – тихие пристани обновления домашней идентичности. Но это расширение сознания, процесс негэнтропийный и неизбежный, всегда будет сопровождать человека, поскольку «любой элемент может развиваться и расти лишь в связи со всеми другими элементами и через них» [3, с. 194]. Индивид практически уже лишен возможности автономного существования, так как мир стал не просто более открытым, но «информация о сегодняшнем происшествии где-нибудь в Индонезии может не только появиться завтра на первой странице Washington Post, но и попасть в репортажи CNN, а также в многочисленные блоги в интернете» [4, с. 53].

Человек уже давно оказался помещенным в глобальную комплексную суперсистему с отлаженными политико-социальными, экономическими, этическими и культурологическими механизмами, а тяга к частным онтологическим локусам все в большей мере становится всего лишь элементом фантазии. И вместе с тем можно со всей определенностью утверждать, что глобальная интеграция, в основе которой лежат коммуникативные процессы, требует медиумической составляющей, внедрения специальных информационно-знаковых технологий, которые смогли бы выполнить посредническую функцию, помогли бы воедино связать разрозненные компоненты глобальной суперсистемы. Так, если для всего института глобализма как целостного социального образования в роли медиума может выступать один из более частных институтов – «искусство как медиум глобализации» [5, с. 266], – то и частные структуры нуждаются в соответствующем медиумическом обеспечении.

Мы привыкли к тому, что в социуме эту функцию выполняют прежде всего массмедиа, но и они ведь, в свою очередь, требуют как многомерного посредничества при решении прагматических задач, так и опосредования в реализации сложнейших дискурсивных практик. То есть сама система массмедиа, ориентированная на медиумическую функциональ-

ность, требует применения и к ней медиумических технологий. Это может касаться аспектов прагматики медиатекста, представленного в гипертекстуальном значении, т.е. как глобальный нелинейный семиотический лабиринт, а может иметь самое непосредственное отношение к структуре медиакомплекса, которая также отражается в знаковых системных образованиях и достаточно четко «прочитывается». Не умаляя значения содержательной и текстовой стороны медиасистемы, обратим внимание на её структурно-организационный аспект как фактор, обеспечивающий предметную сторону продуцирования медиапроизведения. В последнее время процессы глобализационных трансформаций коснулись и сферы медиапродуцирования: мы имеем в виду, по сути, процесс мощной виртуализации медийного пространства и создания новой медиареальности планетарного масштаба, глубоко интегрированной в антропоценоз как сложнейшую экзистенциальную систему. Изменилось также положение индивида как субъекта формирования новой онтологии: человек отходит от индивидуализма и «осуществляет «личностное творение «внешнего мира» [6, с. 79].

Принципиально меняется реципиентная среда, представители аудитории стремятся изменить свой статус и даже места обитания – в чем-то сказывается бессознательный поиск частного онтологического локуса. Обратим внимание на высказывания немецкого профессора: «Результаты международного социального исследования дают повод говорить о начале «постдемократической» эры, в которой хотя и сохраняются выборы и сменяются правительства, реальная политика, однако, все в большей мере осуществляется в иных местах – на улицах, площадях, на собраниях граждан» [7].

Актуализируются «третьи места», в которых осуществляется общение людей. И если до недавнего времени «третьими местами» были кафе, бары, культурные центры и прочие социализированные локусы, отличающиеся сравнительно суженным пространством, то теперь эту функцию все в большей мере выполняет виртуальное пространство. Оно оказалось идеальным для относительно свободного и безопасного общения. Глобальную сеть стали стремительно обживать массмедиа самого различного характера. Но «появление интернета породило как новые надежды на пробуждение и расширение гражданской активности, так и новую волну критики по поводу недостаточного использования технологических возможностей» [8, с. 25].

Глобальная сеть и развитие в её недрах мультимедийных технологий обусловили тотальную структуризацию социума и породили небывало жесткую его иерархизацию. Вследствие этого небывало большое влияние приобрела группа мировых медийных лидеров: качественная пресса объединила бумажные и сетевые версии, что привело к небывалому в истории человечества социально-политическому и информационно-идеологическому усилению группы ведущих газетных брендов. Среди первых, кто активно стал развивать мультимедийные комплексы и пошел по пути создания крупных холдингов, осознавая, что только их потенциал позволит оставаться на ведущих позициях, были редакции самых влиятельных на планете газет. Мы можем считать фактически мировыми лидерами Financial Times, The New York Times, Frankfurter Allgemeine Zeitung и Neue Zürcher Zeitung. Все эти газеты по их типологическим признакам следует отнести к типу качественных изданий.

Редакции этих газет, разумеется, не могли не использовать тот ресурс, который им дала глобальная виртуальная сеть. Основная цель их выхода в интернет – расширение сферы своего влияния через привлечение широкой читательской аудитории. Редакциям пришлось решать задачи большой организационной сложности, и справиться с этим позволило понимание того, что «важнейшее значение для управления редакцией имеет её понимание как системы» [9, с. 173]. Причем любая система существует во времени, что требует решения задач тайм-менеджмента. Выстраивание жесткого графика подготовки и публикации материала с учетом ежедневного выпуска неизбежно связано с проблемой качества. Но «когда вы привыкнете работать со своим планом распределения времени, вам будет легче помнить, что затягивание дела для того, чтобы просто еще немного «поиграть» с ним, заставит вас производить в своем расписании замены, которые вам совсем не хотелось бы делать» [10, с. 244].

С точки зрения организационной структуры происходит сращивание редакций разных видов медиа и средств массовой коммуникации. Примечательно, что Neue Zürcher Zeitung, являющаяся одной из самых влиятельных газет мира и одним из лидеров внедрения новейших медиатехнологий, в 2012 году с целью оптимизации менеджмента объединила редакции бумажного и сетевого изданий под прежней маркой. Подобная практика распространилась во многих мировых изданиях. То же самое произошло и в газете Financial Times, которая проводит единую редакционную политику по отношению к бумажной и виртуальной версии. В издании считают, что каждый журналист должен уметь работать в обеих редакциях. В 2013 году International Herald Tribune, входящая в структуру

медиагиганта The New York Times, была переименована в International New York Times. Стоит отметить, что это решение принято в рамках стратегии развития единого глобального медийного бренда. Новая International Herald Tribune стала выходить под лозунгом «The Best of Global Journalism». Произошло и слияние сайтов New York Times и IHT. Старый домен газеты, на котором сегодня предложен ограниченный набор материалов, перенаправляет читателя на сайт «international.nytimes.com». Но необходимо констатировать: эти лидеры мирового медиарынка оказались наделенными слишком большим потенциалом влияния на мировой социум, по сути, монополизировали идеологическую власть в глобальном масштабе.

Процессы, которые в настоящее время стремительно протекают в сфере массмедиа, затрагивают очень важные стороны антропоценоза. Нам дано увидеть, однако, только то, что совершенно очевидно. Вместе с тем, особенно важно распознать процессы имплицитные, сложно идентифицируемые, поскольку именно в них порой и кроются наибольшие гуманитарные угрозы, связанные не только с манипулированием обществом, но и с деформацией его духовного, культурного и ментального кода. Именно герменевтический подход позволит эксплицировать неявное и скрытое и на основе этого принять правильные решения.

Список литературы

1. Мисонжников Б.Я. Методологические основы герменевтики как средства отождествления текста // Гуманитарный вектор. 2012. № 4 (32). С. 52–60.

2. Силков С.В. Системный анализ. Кибернетика [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://victor-safronov.ru/systems-analysis/glossary/cybernetics2.html (дата обращения: 30.03.2017).

3. Тейяр де Шарден П. Феномен человека / Пер. с фр. Н.А. Садовского. М.: Наука, 1987. 239 с.

4. Гриффин Э. Управление репутационными рисками: Стратегический подход: Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. 237 с.

5. Акиндинова Т.А. Искусство как медиум глобализации // Глобализм в системе категорий современной культурологической мысли / Под ред. М.С. Кагана. СПб., 2005. С. 54–71.

6. Шаронов В.В. Основы социальной антропологии. СПб.: Лань, 1997. 195 с.

7. Opaschowski H.W. Vom Vater Staat Abschied nehmen // Hamburger Abendblatt. 2011. 26. Aug.

8. Фомичева И.Д. Продолжение пути, или В поисках интерактивности // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2011. С. 21–36.

9. Гуревич С.М. Экономика средств массовой информации. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1999. 255 с.

10. Моргенстерн Д. Тайм менеджмент. Искусство планирования и управления своим временем и своей жизнью / Пер. с англ. Д. Букова. М.: Добрая книга, 2004. 256 с.

MULTIMEDIA SYSTEMS IN JOURNALISM: THE HERMENEUTIC DIMENSION

B.Ya. Misonzhnikov

The article explores the modern development of multimedia systems and their influence on the media. With the emergence and large-scale penetration of effective digital technologies in all spheres of communication, the semiotic basis of media text has changed and its presentation on polycode semiotic platforms has become the norm. An integral textual continuum has come to life, and the complex perceptive nature of this continuum requires hermeneutic analysis involving a detailed study with the use of appropriate identification methods.

Keywords: multimedia, mass media, polycode text, hermeneutics.

References

1. Misonzhnikov B.Ya. Metodologicheskie osnovy germenevtiki kak sredstva otozhdestvleniya teksta // Gumanitarnyj vektor. 2012. № 4 (32). S. 52–60.

2. Silkov S.V. Sistemnyj analiz. Kibernetika [Ehlektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: http://victor-safronov.ru/systems-analysis/glossary/cybernetics2.html (data obrashcheniya: 30.03.2017).

3. Tejyar de Sharden P. Fenomen cheloveka / Per. s fr. N.A. Sadovskogo. M.: Nauka, 1987. 239 s.

4. Griffin Eh. Upravlenie reputacionnymi riskami: Strategicheskij podhod: Per. s angl. M.: Al'pina Biznes Buks, 2009. 237 s.

5. Akindinova T.A. Iskusstvo kak medium globalizacii // Globalizm v sisteme kategorij sovremennoj kul'turologicheskoj mysli / Pod red. M.S. Kagana. SPb., 2005. S. 54–71.

6. Sharonov V.V. Osnovy social'noj antropologii. SPb.: Lan', 1997. 195 s.

7. Opaschowski H.W. Vom Vater Staat Abschied nehmen // Hamburger Abendblatt. 2011. 26. Aug.

8. Fomicheva I.D. Prodolzhenie puti, ili V poiskah interaktivnosti // Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 10. Zhurnalistika. 2011. S. 21–36.

9. Gurevich S.M. Ehkonomika sredstv massovoj informacii. M.: Izd-vo im. Sabashnikovyh, 1999. 255 s.

10. Morgenstern D. Tajm menedzhment. Iskusstvo planirovaniya i upravleniya svoim vremenem i svoej zhizn'yu / Per. s angl. D. Bukova. M.: Dobraya kniga, 2004. 256 s.