

И. В. Ерофеева

ПРОСТРАНСТВЕННО-ВРЕМЕННОЙ КОНТИНУУМ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАТЕКСТА В АСПЕКТЕ НАЦИОНАЛЬНОГО МИРОВОСПРИЯТИЯ

Категория континуума в современной филологии непосредственно связана с понятиями времени и пространства. В трактовке лингвиста И. Р. Гальперина «континуум» означает «непрерывное образование чего-то, т. е. нерасчлененный поток движения во времени и пространстве» [1. С. 87]. Континуум предполагает определенную последовательность фактов и событий, развертывающихся в системе пространственно-временных отношений, причем развертывание протекает не одинаково в разных типах текстов. Текст журналистики принципиально отличен от художественного дискурса ввиду специфики функционального поля СМИ, содержание которого дает возможность определить медиатекст как результат целенаправленного творчества, представляющий собой некую сложную, иерархически организованную систему знаков (вербальных, акустических и т. д.), воспроизводящую факты реального мира ресурсами массовой коммуникации.

Проблему конструирования пространственно-временных отношений в журналистике можно рассматривать на двух уровнях: в масштабном аспекте (определяя преобладающие тенденции континуума в рамках всего массива текстов СМИ — медиатекст информационного пространства) и на локальном уровне (в конкретном журналистском произведении). И тот, и другой подход в осмыслении проблемы апеллирует к очевидному. Общеизвестно, что любое творчество направлено на интерпретацию реальности и, соответственно, на создание или истолкование всех ее составляющих. Явный парадокс журналистики заключается в том, что публицистика всегда претендует, в силу своего отличительного функционального качества, на объективность и несомненную реальность. Но в то же самое время, оставаясь все-таки творческой деятельностью, активно осваивает и переосмысливает реальное пространство и время. Любое творчество всегда субъективно, именно поэтому реальность, появившаяся в журналистском тексте, есть объект, содержание и форма которого во многом определяется художественным вкусом, видением художника, его языковым талантом.

Мы утверждаем, что пресса — зеркало общества, но журналист физически не может быть этим зеркалом. Он — зеркальщик, вещь в себе, он может протереть зеркало, а может и воспользоваться кривым. Журналист — создатель реальности, обладающий определенной самобытной «картиной мира» — целостной системой представлений об общих свойствах и закономерностях реальности, в которой он живет. Субъективное видение окружающей действительности ориентированно на жизненный опыт и обусловлено психическим и интеллектуальным развитием профессионала. Важной частью личностной интерпретации реальности становится внутренняя готовность воспринимать какой-нибудь объект или эпизод определенным образом («подготавливающая установка»). Как бы ни старался создатель информации быть максимально объективным, он обречен на определенное программирование окружающего мира инструментарием внутренних личностных составляющих. Макет реальности прямо пропорционален воображению,

способу мышления, системе ценностей, вере и т. д. Созданный макет есть теория, теория часто умозрительная. Особенно если учесть объективную сложность мироздания, влекущую за собой естественные ошибки и заблуждения в процессе его познания. В XIX в. критик «чистого искусства» А. В. Дружинин в диалоге с представителями реалистического направления в литературе задавался вопросом: «Будьте верны действительности. Но где критерий, где путеводная нить?».

Следует также отметить, что журналистской деятельности присуща селекция, отбор фактов. Журналист не в состоянии рассказать обо всем, он выбирает, согласно «центрам интереса», необходимую информацию. Вниманием аудитории плавно управляют: определяют центры информационной повестки дня, сосредотачивая, удерживая или, при необходимости, рассеивая внимание (например, на несколько других объектов и тем). Учитывая вышесказанное, логично предположить, что медиатекст не столько рассказывает о реальном, сколько творит новую реальность, моделируя, в том числе, субъективную пространственно-временную конструкцию.

Современные рыночные условия существования СМИ еще более усугубляют положение относительной объективности российской журналистики, которая одновременно является слугой двух господ: общественного мнения и власти. В науке сформулировано так называемое «догматическое противоречие современной журналистики». СМИ зависят от учредителей. Они часто вынужденно ангажированы, создают заказные материалы, уделяют особое внимание рекламной гиперреальности. В подобных контекстах журналисты, опираясь на стереотипное представление о среднестатистическом сознании, весьма однообразны и в обработке фактов. Так деятельность СМИ отличается парадоксом мифологической интерпретации (Г. Г. Почепцов). Продвигая идеи и факты в сознание людей, творцы публицистического слова вынуждены объяснять сложные явления окружающей действительности простым, доходчивым языком, в объективном желании воздействовать на интересы аудитории они часто прибегают к ассоциациям, создавая многочисленные метафоры и символы, которые, в свою очередь, являются главным инструментом конструирования ирреального и мифологического.

Итак, мир, представленный в тексте СМИ, объективно и логично виртуален (искусственен). Никто из профессионалов не скажет: излагаю новость, они предпочитают правдиво говорить: «делаю новость». Виртуальная реальность СМИ — реально существующая сфера идеального, имитирующая реальность, которую она не отражает, а замещает. Внутренняя природа виртуала автономна. Данная реальность подчиняется своим законам природы, в ней свое время и свое пространство, несводимые к законам, времени и пространству порождающей реальности. Идея виртуальности указывает на особый тип взаимоотношений между разнородными объектами, располагая их на разных иерархических уровнях и определяя специфические отношения между ними: порожденности и интерактивности — объекты виртуального уровня порождаются объектами нижележащего уровня, но, несмотря на свой статус порожденных, взаимодействуют с объектами порождающей реальности как онтологически равноправные. Совокупность виртуальных объектов относительно порождающей реальности и образует виртуальный мир.

Г. П. Меньчиков определяет виртуальную реальность как «разновидность сложного современного конструкта» (сконструированная реальность) [2]. Это образ искусственного, созданного, реально-иллюзорного мира. Но тот, кто создает его, рассчитывает на обратную связь со стороны участников виртуального действия. Для создателя и реципиента — это реальный мир пространственно-временных отношений.

Именно поэтому виртуальный продукт креативных операций журналиста должен

быть, несомненно, целостным и в смысловом плане оправданным, иными словами, он должен иметь востребованное, прозрачное (ясное) для потребителя конкретное содержание. Исследователь континуума И. Р. Гальперин утверждает: «Чем хаотичнее представлена связь событий во временном и пространственном отношениях, тем труднее воспринимается сама содержательно-концептуальная информация произведения» [1. С. 87]. Естественно, что континуум не может быть показан в тексте в его точных формально-временном и пространственном протяжениях. Оставаясь по существу непрерывным в последовательной смене временных и пространственных фактов, континуум в тексте разбивается на отдельные эпизоды (которые лингвисты обозначают как «кадры»). Целостность же общей картины происходящего в медиатексте достигается благодаря введению семантического (смыслового) поля. Поэтому континуум одновременно непрерывен (идеи и ценности текста) и дискретен (воспринимается блоками).

Время и пространство воспринимаются опосредованно, т. е. через человеческий опыт, который откладывает в нашем сознании установленные единицы интерпретации континуума. Пространственно-временной континуум образует ценностно-значимую структуру национальной Модели Мира и является частью аксиологического пласта культуры. Учитывая принцип адекватности диалога в журналистском тексте и недопустимость когнитивного диссонанса, наиболее оптимальным и эффективным является апелляция автора медиатекста именно к российскому менталитету.

Авторы работы «Российская цивилизация: общество и личность» В. А. Тонких и Ю. Л. Ярецкий трактуют менталитет как «совокупность осознаваемых и бессознательных факторов» [3. С. 67–68]. Более точно, на наш взгляд, сущность ментальности определил В. В. Крамник: «совокупность традиционных, основополагающих установок людей: структура интеллекта, шкала ценностей, алгоритм духа, категорический императив граждан» [4. С. 16]. Менталитет непосредственно связан с национальным характером, архетипами и коллективным бессознательным.

Ментальные представления в структуре общественного сознания занимают глубокий уровень, являясь его подосновой. В отличие от верхнего уровня (общественного мнения) и основного (парадигма мировоззрения общества), ценности глубокого уровня обладают генетической устойчивостью и при изменении социально-экономической парадигмы практически не деформируются. Поэтому менталитет — есть некий культурно-генетический код, с которым человек рождается и который отчасти усваивает (но в большей степени по поводу которого он рефлексирует) в процессе социализации. В контексте всего сказанного, философию российской ментальности вполне возможно рассматривать как основной фактор интереса современной аудитории СМИ. Обращение к ментальным ресурсам, несомненно, эффективно, так как национальные смыслы востребованы любым коренным жителем России, независимо от его образовательного, социального статуса, этнической или конфессиональной принадлежности.

Ментальные представления аудитории возможно обозначить как когнитивные структуры, с помощью которых обрабатывается информация. Эффект «медиа-прайм-минга» (активизация когнитивных структур потребителя) в указанном контексте нацелен на адекватное восприятие текста, преимущество метода заключается в отсутствии отрицательного влияния на психику человека. Отдельные механизмы продуктивного прайминга активно используются в современном информационном пространстве.

Принципиальные ментальные отличия отечественной журналистики: не столько давать информацию, сколько анализировать (комментировать) ее и рождать смыслы в сознании аудитории — сделали популярным технологию интертекстуальности, ориентированную на преобладающее художественное сознание нашей эпохи — постмодернизм.

Интертекстуальность становится стратегическим принципом в написании медиапроизведения. Как в печатных, так и в электронных СМИ, с успехом используются вкрапления из известных, популярных текстов художественного, кинематографического, мультипликационного форматов.

Интертекстуальность рождает «цитатное письмо», которое, по определению С. И. Сметаниной, есть «интеллектуальная, эмоционально-оценочная, формальная переработка «чужого», осмысленного и освоенного в системе культуры» [5. С. 108–109]. Современный журналистский текст вовлечен в художественную интеракцию. Многочисленные цитаты, реминисценции (напоминание фразы из другого текста), аллюзии (создание историко-культурного контекста через топоним, антропоним, значимую дату), заполняющие медиатекст, активизируют память образа, память культуры, при-сокупают пространство и время «чужого» к реальным событиям. В данном случае интертекстуальность является знаком в «заколдовывании» ситуационной модели пространственно-временных отношений: «Венера на русской Голгофе» (АиФ. 2008. 20 мая.); «Национальный герой в образе Иуды» (АН. 2007. 6 марта.) и т. д. Очевидно, что от натиска прошлого никуда не денешься, он побуждает к поиску межстрочного смысла. В интертекстуальном произведении пространство и время не возвращаются в прежнее обличье. Синтез прошлого и настоящего создает новые формы пространственно-временных отношений, наиболее четко обнаруживающих себя непосредственно в процессе чтения / узнавания текста аудиторией.

От общей черты пространственно-временных конструкций в СМИ перейдем к частностям отдельных категорий. Принципиально неоднолинейно пространство средств информации. Согласно общепринятым дефинициям пространство есть «выражение сосуществования материальных объектов». Это «форма бытия материи, характеризующаяся такими свойствами, как протяженность, структурность, сосуществование и взаимодействие» [6. С. 255, 7. С. 120]. В качестве компонентов, обуславливающих конструирование медиапространства, возможно назвать текстовые механизмы создания «эффекта присутствия». Такие семантические детали как цветопись, светопись, звукопись, ритмика и т. д. являются действенными средствами текстовой энергии, способной узко-локально ограничить пространство воспринимающего.

Но философия и психология воссоздания ситуации по принципу «здесь и сейчас» неоднозначны. Автор современного медиапроизведения пытается доказать, что творит на глазах у аудитории (Р. Барт: «Всякий текст вечно пишется здесь и сейчас»). Имитация спонтанности в печатном материале достигается через использование методики диалога — разговора с читателем в режиме обращения к его здравомыслию, чувству юмора, сострадательности, воображению. В электронных СМИ монологический диалог возможен в жанре комментария (например, программа «Однако»), но наиболее ярко он проявляется в псевдо-прямых эфирах (от передачи «Доброе утро» до реалити-шоу, например, в формате «Дом-2»).

Казалось бы, на первый взгляд, пространство информационного текста всегда различно и обусловлено местом события, легшего в основу медиасюжета. Но в журналистике есть такое понятие, как масштабность происходящего, работник массовой коммуникации не может себе позволить «тонуть в мелкотемье». Если он предпочитает быть востребованным многочисленной аудиторией, то, оттолкнувшись от конкретного малого факта, конкретно-указанного пространства, он формулирует проблему, актуальную в целом для аудитории данного СМИ. Возможно (и мы это часто наблюдаем в средствах информации) апеллировать к низшим потребностям, обоснованным в психологии З. Фрейдом, — сексуальному и агрессивному инстинктам, и достаточно однознач-

но представлять тематику сексуально-дружеских отношений, жизненного комфорта, природных катаклизмов, агрессивного поведения политиков. Но, с точки зрения формирующего воздействия, универсальным инструментарием конструирования насыщенной проблемы являются концепты российского менталитета.

Идеальные духовные ценности или обобщенные представления людей легче всего артикулировать, как совокупность образов, воссоздающих национальную Модель Мира. Каждый образ (концепт) аккумулирует устойчивые представления о важных категориях человеческого бытия (родина, семья, государство и т. д.). Концепты — своеобразные смысловые схемы, комплекс, сочетание устойчивых понятий, чувств, эмоций. Будучи «смысловыми ячейками» в ментальном мире российского человека, они находят свое выражение в реальной жизни (в слове, образе, чувстве, действии). Основными концептуальными категориями российской духовности являются: добротолюбие, соборность, нестяжательство, патриотизм, семья, искренность и др. Через концепты национальная культура входит в ментальный мир человека, посредством концептов человек сам приобщается к культуре.

Продукт любого творчества сосуществует в двух планах — реальном и ирреальном. При введении концептуальных смыслов в медиатекст, пространство публицистического произведения становится многомерным: оно обретает способность сжиматься и расширяться. При формулировании концептуальной (масштабной) проблемы исчезает пространство, связанное непосредственно с фактурой, появляется пространство России, региона, какого-либо другого государства или даже, в целом, мира и Вселенной. Логично констатировать, что пространство факта выступает тем метонимическим компонентом, который отсылает к другому, оставаясь при этом там, где он есть.

Следует подчеркнуть, что ментальные пространственно-временные отношения, преобладающая символика России подчеркивают акцентирование духовного аспекта бытия. Так ценным для нашего российского сознания, по наблюдениям философа и литературоведа Г. Д. Гачева, является пространство (страна), а не время (согласно англосаксонскому уравнению, время — деньги, которое ради прибыли нужно до минимума сжать, придумывая банки, кредиты, рассрочки) [8. С. 17]. Перед российской душой, существующей в безграничной свободе пространства, открываются дали, и «нет очерченного горизонта перед духовными ее очами» (Н. Бердяев). Знаковые фигуры России — бесконечная дорога и русская тройка, несущая человека по бескрайним просторам духовных взлетов и душевных падений.

В философских и художественных текстах о Российском пространстве, как правило, сопоставлялись три образа: Мать Божья (мать, которая дала человеку жизнь в муках) — Невеста и жена (которую человек оплодотворяет своим логосом, своим мужественным светоносным и оформляющим началом) — и Мать-Земля (святая, непорочная, живородящая). Но она же, по утверждению Н. Бердяева, есть и образ дитяти, так как требует особой заботы, любви, внимания.

Восприятие пространства на Руси акцентировано-символично. «Государь — батка, земля — матка», — говорит народная пословица. Землей клялись, кладя ее себе на голову. Перед землей винулись за то, что рвут ее грудь сохой. У земли праздновались именины — на Симона Зилота (10 мая). Грехом было оскорблять ее. В романе «Преступление и наказание» Ф. М. Достоевского Соня Мармеладова просит Раскольникова перед покаянием и признанием в убийстве поцеловать землю. Бесконечный простор России никогда не сужался в нашем сознании до уровня географического объекта, предмета или средства.

Один из современных героев портретного интервью на страницах газеты «Аргумент-

ты Недели» задается вопросом: «Чем всегда была сильна Россия?» и отвечает в русле традиционных представлений: «Своими корнями, своей землей и любовью к ней. Вся история духовного развития России идет через райский сад на своей земле» (АН. 2008. 10 июля.). Архетип «райский сад» является одним из главных архисимволов в мета-тексте отечественной (и мировой) журналистики. Земля есть сосредоточие богатства, благополучия, здоровой гармонии и процветания. В медиапроизведении земля это живая субстанция, она предупреждает, обижается, мстит, процветает, дышит, умирает и т. д. Олицетворение сопутствует повествованию о природе: «природа сама воздвигла памятник, увековечивший то, какими были сообщества растений и животных миллионы лет назад» (Будут ли сохранены черновские древности? Эффект. 2009. 20 мая.); «У каждого своя память о малой родине. Свои удобряющие сердце подробности, которые становятся во сто крат милей, когда ты взрослым услышишь ее, родины, зов» (Позови меня, тихая Родина. КП. 2007. 8 декабря).

Пространство в СМИ всегда абстрактно, что не мешает ему быть актуальным и оперировать в своем конструировании к схемам, клише и стандартам в восприятии различных аспектов жизни своей или чужой страны. Физические пространственные характеристики обретают в журналистском тексте символическое бытие, становятся знаками соответствующих социальных, политических, религиозных, национальных явлений. Пространство СМИ — непрерывно творящая себя реальность.

Столь же неоднозначна в интерпретации и другая категория медиатекста СМИ — время. Время есть форма бытия материи, количественная мера движения, характеристика продолжительности бытия данного объекта, характеризующаяся такими свойствами изменения и развития систем, как длительность, последовательность смены состояний [8. С. 18]. Такое обязательное составляющее журналистского творчества как актуальность определяет общую черту времени в любом медиапроизведении. Время СМИ — открыто, включено в широкий контекст конкретной исторической эпохи.

Успешность, как важная жизненная категория, в информационном обществе во многом зависит от скоростной адекватности в получении информации. Мозаичная (клиповая) картина мира определяет все возрастающую быстроту восприятия. Психология современного человека ориентирована на динамизм жизни во всех ее проявлениях. Внимание потребителя СМИ устремляется к тому, что подвижно. Идея длинного и долгого пути не выдерживает проверки на прочность. Современный человек желает все сегодня, а лучше вчера (может быть, именно поэтому так легко переписывается философия «долгого» чувства любви). В результате формируется так называемая «культура щелчка», которая стимулирует работников СМИ, спровоцировавших данную проблему, использовать технологии, активизирующие непродолжительное по времени внимание аудитории (яркость красок, быстрая смена картинок, ассиметричный дизайн и т. д.).

Если обратить внимание на явную субъективность современной журналистики, выстраивающую свою деятельность на ярких профессиональных типах и имиджах, то следует констатировать и дискретность времени — прерывистость, обусловленную включением авторской позиции и, соответственно, введением в текст внутреннего, психологического времени автора. Картина мира журналиста, корректирующая реальность, во многом определяет тип преобладающего времени в публицистическом произведении: оно может быть символическим (если автор ищет смыслы бытия), философским (если пытается ответить на смыслообразующие вопросы), экономическим (если реальность измеряется денежным эквивалентом). Следует признать, что журналисты «упорядочивают» прошлое, настоящее и будущее в соответствии с собственным мировоззрением и корпоративными интересами.

Продвижение идеи в рамках текста дает возможность с помощью разнообразных технологических уловок смещать временные рамки. Например, такой прием как «присоединение к будущему» позволяет начальное действие трактовать как результирующее, подменяя настоящее будущим («здесь построят завод, который начнет выпускать продукцию, пользующуюся спросом, это будет самый большой завод в Европе»).

Темпоральные различия также обусловлены использованием ретроспекции и проспекции. Когда мы утверждаем, что любой факт в материале «должен стоять на своих ногах», мы констатируем, что сущность фактуры кроется в ее прошлом (почему это произошло?), а полезность и важность ее для нас — в будущем (какова динамика развития этого?). Прединформация и постинформация необходимы для профессионального видения события, далекого от дилетантского первого впечатления («лицом к лицу»). В психологии творчества предвосхищение и прогноз называются ключевыми моментами креативного процесса. Ведь любое творчество начинается с парадокса, столкновения двух ключевых вопросов: «что я знаю» и «чего я не знаю». Видеть дальнейшие пути разрешения-развития проблемы значит творчески разрешить формулируемую парадоксальную ситуацию.

Именно поэтому постинформация — неотъемлемая часть аналитических жанров: от комментария до глубокой аналитики. Метод публицистического прогнозирования позволяет создать целостное представление о времени, где присутствует прошлое, настоящее и будущее. С помощью данной методики дается динамика развития события, проблемы. Прогнозирование имманентно присуще журналистике. Среди черт, характеризующих творческую личность журналиста, полноправно обосновалось предикаторность — способность коммуникатора предвидеть следующие состояния описываемого объекта. Также прогноз является эффективным аттрактором. Восприятию аудитории характерна мистическая привлекательность будущего, которого еще нет. И, несмотря на то, что роль Кассандры неблагоприятна и опасна, жанры «прогноз» и «версия» становятся востребованными типами текста современного информационного пространства.

Успешно структурировали поле времени в СМИ принципы постмодерна, включенные в современную журналистскую деятельность. В своей объяснительной концепции постмодерн содержит понимание мира как хаоса. В рамках этой философии фрагментарность, нелинейность изложения, нарушение причинно-следственных связей — логичные черты современной постмодерной журналистики. СМИ создают нескончаемую череду выборочных сообщений, которая плывет по кругу от одной фактуры к другой (террористический акт, отдых президента, новое ожерелье поп-звезды, заседание Госдумы). Современная ассиметричная (неожиданная), но по-прежнему функционально-оперативная журналистика — калейдоскоп крутящихся фактов, некий «хаосмос». Лавина раздробленной информации способна разорвать цепь времен, превратив ее в «вечное настоящее» (Г. Шиллер), — неидеальное и статичное.

Подобное утверждение исключает материалы-эссе на историческую тему, в которых профессиональный журналист искусно соединяет прошлое и будущее, восстанавливая связь времен. В иконическом тексте способом удержать прошлое служит фотография и изображение на экране. Введение в динамически развивающийся временной континуум прошлого создает благоприятные условия для обращения в медиатексте, независимо от жанра, к тематике национального единства, государственной национальной политики, сохранения духовной культуры и самобытности России (эта технология является основной для каналов «Культура» и «Звезда»).

Несмотря на искусственное разделение в работе категорий пространства и времени, необходимо отметить, что и то, и другое является частными проявлениями и разными

ми сторонами одного и того же неделимого целого — континуума. Все, что отражается в пространстве, отражается так или иначе во времени. Журналист, претендующий на воспроизведение данных категорий, берет на себя большую ответственность. В. И. Вернадский, развивая свою концепцию реального времени-дления, утверждал, что пространство и время связано с необратимым развитием материи, а не только с ее механическим движением [9]. В журналистском тексте пространственно-временные отношения превращаются из беспристрастного фона реальности в объект познания и изучения. Осознает это журналист или нет, но он обречен на измерение данных категорий. И это не может быть проявлением элементарного механического акта, это есть исследование, неизбежно приводящее к углублению в свойство того явления, которое подлежит измерению. Учитывая мощную воздействующую функцию СМИ, подобное творчество должно быть созидающим и плодотворным для будущего времени и пространства России.

Литература

1. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981.
2. Меньчиков Г. П. Виртуальная реальность: понятие, новации, применение // Философские науки. 1998. № 3–4. С. 170.
3. Тонких В. А., Ярецкий Ю. Л. Российская цивилизация: общество и личность. Воронеж: Истоки, 1999.
4. Крамник В. В. Власть и мы: ментальность российской власти — традиции и новации // Общество и политика: Современные исследования, поиск концепций: Сб. науч. тр. / Под ред. В. Ю. Большакова. СПб.: СПбГУ, 2000. С. 16.
5. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века): научное издание. СПб.: Издательство Михайлова В. А., 2002.
6. Канке В. А. Философия. Исторический и систематический курс. М.: Логос, 1996.
7. Спиркин А. Г. Основы философии. М.: Политиздат, 1988.
8. Гачев Г. Д. Национальные образы мира. Курс лекций. М.: АCADEMIA, 1998.
9. Симаков К. В. Концепция реального времени — дления В. И. Вернадского // Вопросы философии. 2003. № 4. С. 97.

Статья поступила в редакцию 2009 г.