

УДК 81'27:[070:004.032.6+004.738.5+004.451.55]

«MULTIMEDIUM» ИНТЕРНЕТ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И КОММУНИКАЦИИ

А.В. Палкова

Тверской государственной университет, Тверь

В современном информационном обществе происходит процесс слияния средств массовой информации и коммуникации (media merging). Статья посвящена рассмотрению Интернета как гибридного СМИиК (Hybrid-medium, Multimedium), позволяющего осуществлять индивидуализированный, нелинейный подход к получению информации с сильным интерактивным потенциалом, а также используемого для коммуникации, характеризующейся ярко выраженными признаками вторичной устности.

Ключевые слова: Интернет, Веб 2.0, средства массовой информации и коммуникации, электронная коммуникация, письменность, устность, вторичная устность, гипертекст, гипермедиа.

В современном обществе Интернет представляет собой неотъемлемую технологию получения информации и коммуникации. В 2005 г. эксперты из Массачусетского технологического института (англ. аббр.: MIT) составили топ-список 25 важнейших изобретений человечества за последние два десятилетия: среди них Интернет занял первое место, а такое его приложение, как электронная почта – пятое (цит. по [5]). Если вспомнить, что Интернет начинался в 1969 г. с двух связанных в сеть компьютеров, то его развитие во «всемирную сеть» впечатляет. На современном этапе развития Сети происходит становление так называемого «Веб 2.0», под которым понимают комплексный подход к организации, реализации и поддержке Web-ресурсов. Особенностью Веб 2.0 является принцип привлечения пользователей к наполнению и многократной выверке содержания / контента [1; 6]. Сервисы Веб 2.0, называемые также социальными сервисами (social software), – это сетевое программное обеспечение, поддерживающее групповое взаимодействие: социальные сети, блоги, ресурсы на основе технологии вики и т.п.

Как отмечает Е.И. Горошко [5], в связи с новым восприятием и применением Интернета Веб 2.0 знаменует собой смещение трёх границ: *пользователь – автор, местный – удаленный, частное – публичное*. Таким образом, если в «первом вебе» пользователь мог только потреблять информацию, выставленную автором на сайт, то благодаря технологиям «второго веба» пользователь может стать соавтором, а следовательно, может вносить изменения, исправления, давать оценку содержанию, задавать вопросы и получать ответы от профессионалов. Тем самым получается, что этот создаваемый пользователями контент ста-

новится важным каналом социальной коммуникации, постепенно приобретающим всё большее значение.

Несомненно, Интернет представляет собой новую ступень в развитии средств массовой информации и коммуникации (СМИиК).

Немецкий лингвист У. Шмитц (U. Schmitz), рассматривая проблему информационных связей с точки зрения их исторического развития, различает три вида или типа коммуникативно-информационных связей, которые располагаются друг за другом в исторической последовательности (цит. по [3]).

I. «Первичная коммуникация», основанная на устном контакте между людьми (речь, жестикуляция, мимика).

II. «Вторичная коммуникация», базирующаяся на технике письма и печати, без применения специальных технических средств со стороны адресата (письмо, книга, газета).

III. «Третичная коммуникация», связанная с обязательным применением технических средств не только для производства и передачи, но также и для приёма соответствующих знаков (телефон, телетайп, кино, пластинка, радио, телевидение и т.д.) [3; 21].

По классификации Г. Шанце (H. Schanze), «эпоха Гутенберга» простирается до начала XX века, «эпоха образа» начинается в середине XIX века, а «период преобладания образа и звука» относится к «золотым» 20-м годам прошлого столетия. Г. Шанце считает, что «эпоха буквенно-цифровых информационных средств», начавшаяся уже в 40-х годах, доминирует с 80-х годов XX века (цит. по [3]).

Другой немецкий исследователь В. Фаульштих (W. Faulstich) в 1994 г. говорил о том, что мы стоим на пороге «четвертичного периода субституционной коммуникации», когда многие традиционные функции «печатной коммуникации» будут заменены новыми, например, с помощью мультимедийных интерактивных буквенно-цифровых технических средств массовой информации (interaktive multimediale Digitalmedien) (цит. по [3]).

В современном информационном обществе все глобальные коммуникации, связанные с телеграфом, телефоном, радио, телевидением и компьютерной техникой, интегрируются в единое целое – Интернет.

Известный теоретик литературы и культуры В.М. Шкловский относил к важнейшим особенностям современности изобретение «приборов общности восприятия», к которым он причислял кино, радио и телевидение. В ещё большей степени общность восприятия создаётся через Интернет, образующий сетевое пространство, внутри которого разворачивается процесс *не линейной, а пространственной и многомерной* коммуникации (цит. по [9]).

По сравнению с другими СМИиК Интернет даёт несоизмеримо большие возможности для реализации дифференцированного подхода к

получению информации. В отличие от телевидения или радио, предлагающих готовый информационный поток, пользователи Интернета, критически оценивая доступный материал, могут сами выбирать нужную информацию.

Так называемому «цифровому расколу» (*digital divide*), т.е. расколу населения по степени включённости в телекоммуникационные процессы в зависимости от уровня образования, дохода, возраста, места проживания и этнического происхождения, противостоит интеграция информационных и коммуникационных потоков в единое пространство, символизируя слияние «старых» и «новых» средств массовой информации и коммуникации (*media merging / Transmedialisierung / Verschmelzung der Kommunikationsmedien* [10; 17]).

Под термином *media merging* понимают, с одной стороны, слияние различных организаций, занятых в сфере СМИиК, например, издательств книг и периодических изданий, радиостанций и телеканалов и т.п., возникновение влиятельных медиа-концернов и холдингов, а с другой стороны – комбинацию или слияние различных видов массовой коммуникации и средств массовой информации [10]. Речь идёт о стремительной «дигитализации» повседневных типов коммуникации. В этой связи стоит упомянуть прогрессирующий переход от аналогового к цифровому телевидению, развитие теле- и радиовещания онлайн, а также Интернет-телефонии. Таким образом, акцент смещается с материальных предметов на цифровые технологии (компьютерные программы обработки текстов вместо печатных машинок, текстовые файлы и e-мейлы вместо книг, журналов и писем, аудиопрограммы вместо устройств для звукозаписи и т.п.), что влечёт за собой *виртуализацию* коммуникации. В этом контексте футурологи не исключают дальнейший процесс *man-media-merging* – функциональное слияние человека с универсальным «коммуникационным протезом» вплоть до физической интеграции [10, с. 39].

Таким образом, Интернет выступает в роли гибридного СМИиК («*Hybridmedium*», «*Multimedium*» [16, с. 30]). В этом ракурсе скорее стоит рассматривать Интернет не как новое СМИиК, а как технологию интеграции традиционных СМИиК в интерактивную сеть, гибридации письменного, устного и аудио-визуального компонентов, чему способствует именно переход от аналогового к цифровому формату создания, обработки и передачи данных.

Важным аспектом гипертекстов в комбинации с мультимедийными элементами является нелинейная организация информации с сильным интерактивным потенциалом. С развитием Интернета в *Multimedium* стала доступна мультимедийная коммуникация и информация «по требованию» (*on demand*), т.е. пользователь может выбирать и контролировать время, процесс и способ получения и создания информа-

ции, а также индивидуальной и массовой коммуникации, т.е. речь идет о персонализации СМИиК. А. Тоффлер говорит о своеобразной «демассификации масс-медиа», имея в виду возможность индивидуализированного подхода к выбору информации в СМИиК [8].

Подобную интеграцию СМИиК в единое информационно-коммуникационное пространство П. Шлобински (P. Schlobinski) [17, с. 5] называет «дигитальной революцией» или «второй революцией Гутенберга», её отдалённые предпосылки – это развитие письменности (скриптографическая революция), изобретение книгопечатания (типографическая революция), появление носителей звуковой и видеоинформации (фонографическая и кинематографическая революция)

Помимо распространения информации Интернет выполняет также роль средства коммуникации, объёмы и качество которой сильно изменились на рубеже XX–XXI вв. Процесс коммуникации становится всё более независимым от пространственных, временных и социальных контекстов. Интернет объединяет существующие формы общения, стирает границу между индивидуальной и массовой коммуникацией [7].

Следует заметить, что электронная коммуникация представляет сложную комбинацию дискурсов: передача личной почты (бытовой дискурс), официальный обмен и запрос информации (деловой дискурс), обсуждение научных вопросов в группах новостей или конференций (научный дискурс), рекламные баннеры и сайты (рекламный дискурс) и т.д. [4]. В этой связи П. Шлобински говорит о том, что не существует как такового языка Сети («Netzsprache»), более правильно говорить о многогранном пространстве различных языковых разновидностей («virtuelle Multiversum an sprachlichen Formen und Kommunikationsinhalten») [16, с. 32].

Особенностью (квази)синхронной электронной коммуникации (например, чаты, системы мгновенного обмена сообщениями) является тесная взаимосвязь письменности и устности. Несмотря на то, что коммуникация в Интернете осуществляется в письменной форме, она имеет много общего с устной речью, т.е. по модели Коха / Остеррайхера [13; 14] является письменной по форме реализации и устной по концепции / концептуальным признакам (konzeptionell mündlich). В. Онг отмечает, что современные электронные средства коммуникации (телефон, радио, телевидение, а затем компьютеры и Интернет) открыли новую эру «вторичной устности» (secondary orality). Вторичность новой устности объясняется тем, что она базируется на письменности и технических средствах [12; 15]. Как и первичная устность, вторичная устность формирует сильное групповое чувство, в отличие от письменных и печатных текстов, обращающих внимание индивида на самого себя. Общение в Интернете отличается спонтанностью. Как отмечает А.Е. Войскунский, киберпространство – это стихия порождённых спонтанно сообщений,

которые противопоставляются хорошо организованным, «составленным» (термин А. Тоффлера) текстам, превалирующим в электронных и печатных СМИиК [2]. Таким образом, для Интернет-коммуникации характерна незапланированность, непредсказуемость, «живость» устной речи. П. Шлобински даёт такой письменности название «*vermündlichte Schriftlichkeit*» [16, с. 34]. У. Шмитц говорит о «полуспонтанной» вторичной письменности («*sekundäre Schriftlichkeit*») [18, с. 89], где в процессе письма используются или имитируются некоторые элементы, типичные для устной коммуникации. При этом стандартный письменный язык используется в новой, изменённой форме в соответствии с условиями общения (медиаальная и коммуникативная оптимизация). Письменная форма применяется для квазисинхронной коммуникации, что позволяет говорить о так называемой «письменности в реальном времени» («*Echtzeitschriftlichkeit*» – термин Г.С. Фрейермут (G.S. Freyermuth) [11, с. 96]).

Хотелось бы обратить внимание на то, что часто обсуждаемые особенности мобильной и чат-коммуникации (упрощение языка, использование большого количества сокращений, опускание знаков препинания, небрежность в обращении с формой и содержанием текстов и т.п.), по мнению многих лингвистов, являются скорее не признаком «дефицитного» письменного языка, а адекватным функциональным выражением практики письменного общения в условиях использования компьютерной или мобильной техники, с одной стороны, и концептуально устной прагматики, с другой стороны [12; 16; 17]. На современный письменный язык всё большее влияние оказывает устная форма: разговорный язык, диалекты и т.п.

Ещё одной особенностью коммуникации в Интернете является активное обращение к графическим знаковым системам. Затруднённость эмоционального компонента коммуникации и в то же время стремление к эмоциональному наполнению текста выражается в особом графическом оформлении текстов, в использовании иконографических изображений, а также в создании эмограмм / «смайликов» – специальных знаков для обозначения эмоций. Мультимедийные тексты в Интернете влекут за собой новое понимание функций текста / шрифта и графических элементов. В этой связи У. Шмитц вводит понятия «*Schriftbildlichkeit*» (слияние понятий *Schriftlichkeit*, *Mündlichkeit*, *Bildlichkeit*) и «*tertiäre Schriftlichkeit*» (третичная письменность) [18, с. 90]. В одну «мета-языковую систему» интегрируются устность и письменность, текст, графика и звук, автор и читатель. Под третичной письменностью У. Шмитц понимает такой вид письменности, где шрифт больше не является автономным элементом в мультимодальных контекстах, прежде всего в текстово-графической структуре [18, с. 90]. При написании Интернет-текстов и оформлении Интернет-страниц стирается

прежняя условная граница между наглядной, визуально оформленной графикой и абстрактным, структурированным текстом, эти сферы взаимно дополняют друг друга в компьютерном контексте.

Электронные гипертексты, а также гипермедиа (гипермедийные тексты), объединяющие в себе разнообразные элементы, не являются закрытой структурой, как, например, печатный текст. Они не требуют линейного восприятия. Наоборот, гипертекст отличается возможностью непоследовательного, индивидуального прочтения в соответствии с интертекстуальными «подсказками» (ссылками). При этом читатель становится активным участником и даже соавтором гипертекста.

Итак, на современную письменную форму языка оказывается влияние как со стороны концептуальной устности, так и со стороны различных техник визуализации, в результате чего возникают новые виды текстов и медиа-жанры в эпоху «второй революции Гутенберга».

Как и ранее в истории развития СМИиК, новые средства, с одной стороны, закрывают лакуны и устраняют недостатки старых средств, а с другой стороны – новые решения влекут за собой появление новых проблем (например, переизбыток информации, спам, Интернет-зависимость и т.п.). На наш взгляд, вопреки распространённой дискуссии о «вымирании» традиционных способов и каналов распространения информации «новые» СМИиК не вытесняют «старые», а расширяют и дополняют их, увеличивая коммуникативные возможности.

Список литературы

1. Википедия. Свободная энциклопедия [Электронный ресурс] / Электрон. дан. – 2012 / URL: <http://ru.wikipedia.org> – Дата обращения : 25.03.2012.
2. Войскунский А.Е. Развитие речевого общения как результат применения Интернета [Электронный ресурс] / А.Е. Войскунский // Материалы конференции «Социальные и психологические последствия применения информационных технологий». – 2001 / URL: <http://psynet.carfax.ru/texts/voysk6.htm> – Дата обращения : 25.03.2012. – Загл. с экрана.
3. Володина М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание [Электронный ресурс] // EvArtist [сайт] / Е. Алеева – 2012 / URL: <http://evartist.narod.ru/text12/03.htm> – Дата обращения: 25.03.2012. – Загл. с экрана.
4. Галичкина Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций) [Текст] : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Е.Н. Галичкина ; Астрахан. гос. пед. ун-т. – Астрахань, 2001. – 19 с. – На правах рукоп.

5. Горошко Е.И. Интернет-технологии в образовательном процессе в вузе [Электронный ресурс]: [презентация] / Е.И. Горошко // Slideshare [сайт] – 2009 / URL: <http://www.slideshare.net/annamolodykh/internet-tekhnologii-vobrazovatelnomprocessevвуze> – Дата обращения : 25.03.2012. – Загл. с экрана.
6. О'Рейли Т. Что такое Веб 2.0. Использование коллективного разума [Электронный ресурс] / Т. О'Рейли // Компьютерра Online. – Электронный журнал. – 30.09.2005 / URL: <http://www.computerra.ru/think/234344/> – Дата обращения : 25.10.2011. – Загл. с экрана.
7. Палкова А.В. Интернет как фактор, стимулирующий изменения в современном обществе и языке [Текст] / А.В. Палкова // Вестник Тверского государственного университета. – Сер. «Филология». – 2006. – 2 (19). – Вып. 5 «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – С. 184–192.
8. Тоффлер А. Футурошок [Текст] / А. Тоффлер. – СПб. : Лань, 1997. – 464 с.
9. Юдина Т.В. Универсальные и специфические характеристики Интернета как формы коммуникации [Текст] / Т.В. Юдина // Язык средств массовой информации : учеб. пособие для вузов / под ред. М.Н. Володиной. – М. : Академический Проект; Альма Матер, 2008. – С. 654–659.
10. Freyermuth, G.S. Der große Kommunikator [Текст] / G.S. Freyermuth // Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet / Hrsg. von T. Siever, P.Schlobinski, J. Runkehl. – Berlin ; New York : Walter de Gruyter. – 2006. – S. 15–46.
11. Freyermuth, G.S. Kommunikette 2.0: E-Mail, Handy & Co. [Текст] / G.S. Freyermuth. – Hannover, 2002.
12. Holly, W. Secondary Orality in the Electronic Media [Текст] / W. Holly // Aspects of Oral Communication. – Berlin ; New York, 1995. – Pp. 340–363.
13. Koch, P., Oesterreicher, W. Sprache der Nähe – Sprache der Distanz. Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Theorie und Sprachgeschichte [Текст] / P. Koch, W. Oesterreicher // Romanisches Jahrbuch 36. – 1985. – S. 15–43.
14. Koch, P., Oesterreicher, W. Schriftlichkeit und Sprache [Текст] / P. Koch, W. Oesterreicher // Schrift und Schriftlichkeit. Ein interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung. / Hrsg. von H. Günther u. O. Lüdwig. – Berlin ; New York, 1994. – S. 587–604.
15. Ong, W.J. Orality and Literacy: The Technologizing of the Word [Текст] / W. J. Ong. – London, 1987. – 201 p.
16. Schlobinski, P. Die Bedeutung digitalisierter Kommunikation für Sprach- und Kommunikationsgemeinschaften [Текст] / P. Schlobinski //

- Thema Deutsch. Band 7: Von *hdl* bis *cul8r*. Sprache und Kommunikation in den neuen Medien. – Mannheim ; Leipzig ; Wien ; Zürich, 2006. – S. 26–37.
17. Schlobinski, P. Sprache und internetbasierte Kommunikation [Текст] / P. Schlobinski // Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet / Hrsg. von T. Siever, P. Schlobinski, J. Runkehl. – Berlin ; New York : Walter de Gruyter, 2006. – S. 1–15.
18. Schmitz, U. Tertiäre Schriftlichkeit. Text-Bild-Beziehung im World Wide Web [Текст] / U. Schmitz // Thema Deutsch. Band 7: Von *hdl* bis *cul8r*. Sprache und Kommunikation in den neuen Medien. – Mannheim ; Leipzig ; Wien ; Zürich, 2006. – S. 89–103.

«MULTIMEDIUM» INTERNET IN CONTEXT OF MASS MEDIA DEVELOPMENT

A.V. Palkova

Tver State University, Tver

This paper focuses on the process of media merging that takes place in a modern information society. The Internet is considered as a hybrid medium – “Multimedium”, because all traditional mass media are now present on the web. It enables a personalized approach to obtaining and sharing information and communication, which has the conceptually spoken character and strongly marked features of secondary orality in many cases. An important aspect of hypertext in combination with multimedia elements is the non-linear organization of information with a significant interactive potential.

Keywords: *Internet, Web 2.0, mass media, electronic communication, literacy, orality, secondary orality, hypertext, hypermedia.*

Об авторе:

ПАЛКОВА Анна Викторовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкого языка Тверского государственного университета, e-mail: anna_sap@rambler.ru