

МЕДИАДИСКУРС СОВРЕМЕННОСТИ: НОВЫЕ ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТИРЫ И КАРТИНА МИРА

Мир становится медиационным. Особенно это касается таких сфер, как культура, образование, коммуникация. Просветительская роль, некогда принадлежавшая литературе, являвшейся на протяжении веков мощным инструментом формирования мировоззрения личности и ценностной ориентации общества, постепенно переходит к СМИ. И если раньше к журналистскому материалу можно было быть снисходительным, представляя в нем (вслед за Г. Винокуром) «грамматический каркас», заполнить который мог мало-мальски образованный человек, то сегодня можем говорить не столько об информационном продукте, сколько о произведении конкретной пишущей личности. Это не означает, что современный журналист стал писателем, а журналистика сама превратилась в писательство. Журналистика стала не просто транслировать уже давно сложившиеся предпочтения общества, а предлагать (и довольно успешно) новые ценностно значимые ориентиры.

Современные СМИ представляют собой стратифицированное явление и доминируют на всех уровнях структуры социума, формируя таким образом медиадискурс, в котором представлена картина мира – специфический способ восприятия, интерпретации событий и явлений; фундамент, опираясь на который, человек действует в мире.

Построение журналистского текста и протекание информационного процесса приобрели ярко выраженный технологичный характер, диктующий свои нормы, свою перцептику и многообразие новостных потоков. Это происходит на фоне расширения платформы социальных сетей, ведущих к разного рода потрясениям в мировом сообществе: от «революций через социальные сети» и «болотных революций» до кровопролитий незатухающей «арабской весны». Интернет способен взорвать мир, как это случилось в сентябре сего года с «исламским миром». Газеты пестрили заголовками вроде «Исламские страны сотрясает антиамериканская лихорадка», суть которых выражалась в перлюкуциях: «Главное, чем запомнится уходящая неделя – антиамериканскими выступлениями, которые прокатились по всему мусульманскому миру. Все началось во вторник, со штурма диппредставительств США в Ливии и Египте. В Каире акция прошла с размахом, но без человеческих жертв, а вот в Бенгази от рук беснующейся толпы погибли 4 американских гражданина, в том числе и сам посол. Вашингтон на эту новость отреагировал молниеносно – к берегам Ливии были отправлены два эсминца, а американские дипмиссии по всему миру взяты под особый контроль. Но на разъяренных исламистов все эти меры особого впечатления не произвели, пятница была объявлена днем гнева – и новые акции и погромы вспыхнули в десятках стран ближнего востока и северной Африки» (Телеканал РБК, 17:29 16 сентября 2012 г.).

Мир, кажется, впал в эйфорию призрака-симулякра, дающего человеку прекрасную возможность самовыражения, которое также имеет феноменальные свойства – быть правдивым или ложным, эксплицированным или представленным имплицитно. Справедливо мнение о том, что социальные сети работают по типу воронки: попавшие в нее идеи могут интерпретировать-

ся и разрастаться до банальной диффамации, и, как результат, воплощение идеи уже не зависит от своей сути... Следует признать тот факт, что в истории вербалистики еще никогда человек не был так востребован в общении, как сегодня: мы действительно стали, «всемирной глобальной деревней» (М. Маклюэн), в которой люди волей или неволей рождаются в ней и умирая, все чаще и основательнее вторгаются в жизнь друг друга, рассуждая обо всем увиденном и услышанном, любя и ненавидя, радуясь и огорчаясь, создавая тем самым новую социологическую структуру. И частые сегодня призывы к молодежи «меньше сидите в социальных сетях» обречены на неудачу. Это равносильно запрету думать, высказываться, жить.

Влияние журналистских коммуникаций по сути своей стало настолько велико, что развитие стратегий и целей функционирования средств массовой информации, поведение и ценностные установки изданий, телерадиоканалов и отдельных журналистов сегодня оказывают воздействие на развитие всего общества больше, чем циркуляры и указы, активнее, чем художественная литература, формируют речевое поведение общества.

Очевидно, что моблогинг является самым продуктивным, а иногда и единственным, источником информации о топ-событиях. Таковыми, например, стали моблоги из воюющей Сирии. Мобильная журналистика выступает как подвид гражданской (народной, массовой) журналистики. Все чаще и чаще появляются профессиональные мобильные репортажи.

Названные обстоятельства не могут не менять журналистику. Природа, характер, особенности функционирующих в сетевом пространстве СМИ определяют важным для развития языка фактором действия теории экономии речевых усилий. Речь становится мобильной, ей присущи черты эллиптичности, синтаксического свертывания, диалогичности, доминирования устного элемента, сленгированности и проч., что влияет на коммуникативное поведение человека.

В сетевой журналистике меняется образ автора. Журналистский текст зависит от совокупности способностей и характеристик автора и выражает, скорее, не редакционную точку зрения,

а мнение одного конкретного автора. Так проявляется характер языковой личности в сети и стремление к максимальному самовыражению (эмоциональное выражение в материале собственных переживаний, чувств; усиление этой тенденции в речевой ситуации форумов, дискуссий, авторская оценка в цепочке «автор – текст – адресат – социальная оценка»). Эти факторы проецируются и на традиционные СМИ.

В современной журналистике под давлением технологичности меняются речевые характеристики жанров. Наблюдается трансформация традиционных жанров, что выражается в видовой контаминации: «интервью – комментарий», «заметка – анонс», «блог – мнение» и др. Устойчивыми становятся такие понятия, как медиалингвистика, медиариторика, медиакритика и др.

Возрастает популярность авторских колонок, которая прямо пропорционально зависит от языковой личности автора. Расширяется ранее синтагматически ограниченный тезаурус журналиста, выйти из поля действия которого для творческой личности было непростой задачей. Если это и удавалось, то необходимо было соблюдение соразмерности и последовательной соотнесенности синтагматически обусловленного публицистическим стилем компонента и произвольного словоупотребления. Журналист как создатель профессионального текста очень зависим от кодифицированных в синтагматике выражений, которые «проложили» себе семантический путь и «зафиксировали» его частотным употреблением. В этом может наглядно просматриваться речевой вкус эпохи, т. к. именно в публицистической речи зачастую зарождаются новые явления в языке, возникают новые или реализуются генетически природные закономерности развития речи. Например, особым свойством публицистической речи прошлого столетия является эволюционирование субстантивных форм, особенно отглагольных существительных, которые семантически компактны и аспектно коммуникативны. Именно им принадлежит роль сдерживающего фактора в восприятии журналистского текста. Их высокочастотное употребление – свидетельство специфики развития языка XX века. Современная окказиональная лексика в IT-сфере нивелирует

Лінгвастылістыка і літаратурнае рэдагаванне

такую особенность (например, *форумить, чатить, спамить* и проч.). Иногда в системном проявлении речевого факта угадывается складывающаяся закономерность в развитии языка. Журналист в своем творчестве аккумулирует знания о происхождении, реализует их в навыках построения текста как проекции картины мира. В таком русле весьма актуализируется когнитивная обработка медиадискурса современности.