



Языковые трансформации медиатекста как фактор репрезентации реальности

Н.Б. Кириллова

доктор культурологии, профессор

УДК 008

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются теоретические аспекты медиакультуры как знаковой системы в контексте исторического развития. Язык медиа как совокупность знаковых систем (текстов) прошел путь эволюции от «предметного письма» к письменности, от тиражирования текстов (книгопечатания) к электронной медиакультуре — визуальной, аудиальной, аудиовизуальной (экранной). Современная медиакультура, репрезентующая реальность с помощью экрана, связана с эстетикой кадра. Именно в экранной культуре происходит процесс интеграции, синтеза всех предшествующих знаковых систем, обусловленный тем, что новые медиа являются итогом технического прогресса.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

медиакультура,
медиатекст,
репрезентация
реальности,
знак, кадр,
экранная
культура,
язык медиа

Введение в медийную культуру

Исследования социокультурной сферы на рубеже XX–XXI веков доказывают, что современная медийная культура, в особенности аудиовизуальная (экранная), активно воздействует на общественное сознание, являясь важным фактором репрезентации реальности, влияющим на социализацию личности. Последнее особенно очевидно, так как информационно-компьютерные технологии, система мультимедиа, цифровое фото и кино, мобильная связь, сеть Интернет предоставляют человеку возможность индивидуального общения с экраном в интерактивном режиме как с целью реализации своих творческих способностей, используя преимущества «виртуального» мира, так и с целью познания Другого.

Определяя медиакультуру как «совокупность информационно-коммуникационных средств, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития», можно констатировать, что она «включает в себя культуру производства и передачи информации, а также культуру ее восприятия;

¹ Кириллова Н.Б. Медиакультура: теория, история, практика. М.: Академический Проект, 2008. С. 18.

медиакультура может выступать и показателем уровня развития личности, способной “читать”, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиаторством, усваивать новые знания посредством медиа»¹.

Медиакультура — явление полифункциональное, а это значит, что у нее уникальная роль в обществе — быть проводником разных социальных идей, выполняя ряд функций: информационную, коммуникативную, нормативную (идеологическую), релаксационную, интеграционную, креативную и другие. Посредническая функция медиакультуры связана с ее семиотическими (языковыми) особенностями. *Семиотика* (от греческого *semeiotike* — знак, признак) — наука о языке как «знаковой системе, посредством которой осуществляется человеческое общение на самых различных уровнях, включая мышление, хранение и передачу информации»². Начав формироваться на рубеже XIX–XX веков благодаря трудам философов Ч. Пирса и Ф. де Соссюра, семиотика в середине XX века стала представлять собой синтетическую науку, в которой пересекаются структурная лингвистика, кибернетика и теория информации. Не случайно этот период связан с бурным развитием средств массовой коммуникации: печати, радио, кино, телевидения, рекламы.

² Социальная философия: словарь / сост. и ред. В.Е. Кемеров, Т.Х. Керимов. М.: Академический Проект, 2003. С. 548.

Большой вклад в изучение знаковых систем медиакультуры внесли многие зарубежные и отечественные исследователи: Р. Арнхейм, А. Базен, Б. Балаш, Р. Барт, М. Бахтин, В. Библер, Ж. Бодрийяр, Л. Выготский, Ж. Деррида, Ю. Лотман, Ю. Кристева, К. Разлогов, Ю. Тынянов, У. Эко, Р. Якобсон, М. Ямпольский и другие.

Медиатекст как социокультурное явление

С информационно-семиотической точки зрения медиакультура — это триединая система, включающая в себя артефакты (от латинского *arte* — искусственный и *factus* — сделанный), символы и знаки. А «всякая система, служащая целям коммуникации, — утверждал Юрий Лотман, — может быть определена как язык». Занимаясь исследованием языка произведений искусства (литературы, кино, живописи, театра и др.), Лотман доказал, что «любые культурные явления можно рассматривать в качестве *текстов*», так как они «хранят особую художественную информацию» и являются «носителями определенной мысли — идеи»³.

³ Лотман Ю.М. Об искусстве. СПб.: Искусство, 1994. С. 19.

Текст медиакультуры — это не только письменное сообщение (книга, газетная или журнальная статья), но и любой

носитель информации: кинофильм, теле- или видеофильм, телепрограмма или клип, интернет-сайт и т. д. А язык медиа — это знаки и совокупности знаков («тексты»), в которых «зашифрована» социокультурная информация, то есть вложенные в них содержание, значение, смысл. Из этого следует, что только осмысленный текст становится фактом культуры.

Медиатекст, как и вся система массовых коммуникаций, прошел длительный путь развития, обогащая свой язык и реализуя важнейшую потребность человека — взаимодействовать с окружающим миром. Эволюционируя от эпохи фонетического письма к «галактике Гутенберга» (М. Маклюэн) и электронной цивилизации, медиатекст вновь трансформируется в условиях современной «галактики Интернет» (М. Кастельс).

Потребность в репрезентации реальности рождает все новые медиатексты массовой (тиражированной) культуры. Поскольку медиатекст транслирует разные идеи, мысли, представления, то интересно рассмотреть связь медиа как коммуникативной системы с идеологией. Традиционно в этом вопросе можно сослаться на работы Михаила Бахтина, который воспринимал текст широко — «как связный знаковый комплекс» и как «основу гуманитарного мышления»⁴. Тем самым, как констатирует Юлия Кристева — последовательница М. Бахтина в области лингвистики и семиотики, «Бахтин намечает важнейшую границу между идеологией и текстом». Правда, она при этом заявляет, что текст, будучи полифоничным, есть «особое устройство — площадка, на которую выходят разные идеологии, чтобы обескровить друг друга в противоборстве»⁵.

Восхищаясь образным языком Ю. Кристевой, нельзя все же забывать, что там, где кончается идеология (идея, смысл), начинается миф, который, как и медиакультура, является коммуникативной системой, связывающей человека с окружающим миром. Не случайно, как отмечает французский структуралист Ролан Барт, мифология входит в состав семиотики «как науки о формах и идеологии как исторической науки; ее предмет — оформленность идей»⁶. А отсюда любая репрезентация реальности неизбежно приводит к ее мифологизации. По Барту, «определяющим для мифа является не предмет сообщения, а способ высказывания; у мифа имеются формальные границы, но нет субстанциальных». Это значит что миф, как и язык, «является формой, способом обозначения»⁷.

Кристева, безусловно, далека от проблем мифологизации. Для соотношения текста и реальности она предлагает такой

⁴ Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. С. 281.

⁵ Кристева Ю. Разрушение поэтики. М.: РОССПЭН, 2004. С. 21–22.

⁶ Барт Р. Мифологии. М.: Академический проект, 2008. С. 269.

⁷ Там же. С. 264.

императив: «Высказываемый и коммуницируемый смысл текста (она его называет “структурированный фенотекст”) проговаривает и репрезентирует то революционное действие, которое производится посредством означивания при условии его эквивалента на сцене социальной действительности. Таким образом, текст обретает двоякое место в порождающей его реальности — в материи языка и в социальной истории...». Иными словами, текст — это не коммуникативная речь, он, по логике Ю. Кристевой, «не ограничивается тем, что просто репрезентует, обозначает реальную действительность. Он сам участвует в движении и преобразовании реальности»⁸.

⁸ Кристева Ю. Разрушение поэтики. М.: РОССПЭН, 2004. С. 35.

Труды Ю. Кристевой стали в свое время сенсационными еще и потому, что она ввела в семиотику не только термин «гипертекст», но и «интертекстуальность» — ключевой для постмодернистской эстетики, означающий особые диалогические и даже полилогические отношения текстов, которые строятся как мозаика цитат, мозаика знаков.

Знаковая система медиатекста

Знаковая система у разных видов медиа своя, общим является само определение знака. Вот как его трактует современная социальная философия: «Знак — предмет, служащий замещению и представлению другого предмета (свойства или отношения), используемый для хранения, переработки и передачи сообщения. Знак — это интересубъективный посредник, структур-медиатор в обществе». Но для того, чтобы знаковая система функционировала, необходим код — «обозначение совокупности правил или ограничений, обеспечивающих деятельность. Код должен быть понятным для всех участников коммуникативного процесса и поэтому носит конвенционный характер»⁹.

⁹ Социальная философия: словарь / сост. и ред. В.Е. Кемеров, Т.Х. Керимов. М.: Академический Проект, 2003. С. 147.

Существует определенное различие между *письменными, аудиальными, визуальными и аудиовизуальными знаковыми системами*. И все же первоосновой является письмо, система записи знаков естественного языка, устной речи. Их изобретение — одно из величайших достижений человеческой мысли. Особую роль в истории культуры сыграло появление и развитие *письменности*. Именно этот факт дал человечеству возможность выйти из примитивного состояния, подготовив почву для дальнейшего развития культуры, искусства, науки.

Появление и развитие письменности породило новые возможности культурного прогресса. В узкоклассическом смысле письменность предполагает расчленение потока речи на слова,

звуки, буквы. Причем, буква является базисным знаком письма. Алфавит дает возможность постоянно увеличивать словарный состав языка. Становятся возможными качественно новые способы обработки, восприятия и передачи информации. Письменность позволила обществу транслировать информацию, количество которой намного превосходит объем памяти отдельного человека. Возникают библиотеки, выполняющие функцию хранилищ знания и делающие его доступным для грядущих поколений. Снимаются временные и пространственные границы общения: становится возможной коммуникация между людьми, живущими на больших расстояниях друг от друга и в разное историческое время. Письменность открыла путь к тиражированию текстов — книгопечатанию, а оно в свою очередь стало условием сохранения языковых традиций и непрерывности развития культуры.

В философских рассуждениях мэтра постструктурализма Жака Дерриды, прозвучавших в его работах «Голос и явление», «Письмо и различие», «Позиции» и других, письмо, буква, чувственное начертание расцениваются в соответствии с западной традицией как тело и материя, внешне по отношению к духу, дыханию, логосу. Суть концепции Дерриды сводится к следующему: между человеком и истиной существует весьма значимая череда посредников, располагающаяся в основном в сфере языка. А отсюда «концепт знака (означающее/означаемое) несет в себе необходимость дать привилегию этой фонетической субстанции и возвысить лингвистику до патрона семиологии. Это есть по сути означающая субстанция <...>, связанная с мыслью означаемого концепта»¹⁰. И далее: «Если понимать знак в его наиболее жесткой классической закрытости, то придется сказать: означивание есть выражение; текст, который ничего не выражает, незначащ»¹¹.

Еще более оригинальную и парадоксальную концепцию знака дал французский социолог Жан Бодрийяр, определив его как «функциональный симулякр», как «дискриминант, структурирующий самого себя путем исключения», в результате чего «все потенции смысла оказываются заперты в его структуре»¹².

Текст в языкознании выступает как последовательность словесных знаков, образующих сообщение. В художественном тексте, как отмечал Юрий Лотман, можно выделить пять функций: 1) сообщение, направленное от носителя информации к субъекту; 2) коллективная память, способная к непрерывному пополнению; 3) общение читателя (слушателя, зрителя) с самим

¹⁰ Деррида Ж. Позиции. М.: Академический проект, 2007. С. 29.

¹¹ Там же. С. 40.

¹² Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. М.: Академический проект, 2007. С. 207.

¹³ Лотман, Ю.М. Об искусстве. СПб.: Искусство, 1994.

собой, тем самым текст актуализирует какие-то личные стороны; 4) текст становится собеседником; 5) общение между текстом и культурным контекстом¹³.

Письменный язык имеет тенденцию к развитию собственных структурных свойств. Это и дало возможность Ю. Кристевой заглянуть «по ту сторону языка», выявить «довербальный» уровень существования субъекта, где безраздельно господствует бессознательное, и перейти к разрушению монолитных институтов знака. По мнению Кристевой, текст следует «динамизировать», дифференцировать, обозначить границу между «генотекстом» и «фенотекстом», которые соотносятся друг с другом как поверхность и глубина, как символика и формула. Другими словами, «генотекст — это процесс означивания, структурирования, а фенотекст — это структура, подчиняющаяся правилам коммуникации и предполагающая как субъект высказывания, так и его адресат»¹⁴.

¹⁴ Кристева, Ю. Разрушение поэтики. М.: РОССПЭН, 2004. С. 35.

Отметим при этом, что существует резкое различие между аудиальными (слуховыми) и визуальными (зрительными) коммуникационными системами. К первым относятся радио, граммофон, магнитофон, CD-ROM и другие медиа, где в качестве структурного фактора на первый план выходят звук, речь, музыка, вокал; здесь важным фактором является время, выступающее в двух измерениях — последовательности и одновременности. Структурирование вторых систем (визуальных) связано с пространством, причем *в традиционных визуальных искусствах (живопись, графика, плакат) доминируют иконические знаковые системы.*

Универсальность кадра как основа экранной культуры

Экранная культура, репродуцирующая реальность, связана с «фотогенией» (термин Л. Деллюка) — эстетикой кадра. Это свойство не только фотографии, но и самых действенных сегодня аудиовизуальных средств коммуникации: кино, телевидения, систем мультимедиа, анимации, компьютерной графики, интернета и других. Здесь происходит процесс интеграции всех предшествующих знаковых систем, обусловленный и тем, что экранные медиа являются синтетическими видами творчества. На их знаковую систему влияют общие закономерности развития технической культуры, технического прогресса. На этой базе формируется новое видение — новый тип образного мышления, интегрирующий аудиальные и визуальные формы. Если в письменной культуре основой знаковой системы выступает буква, слово, то в аудиовизуальной(экранной) культуре «перво-

кирпичиком» является *кадр*. И в зависимости от того, каким образом осуществляется «включение» зрителя в «поток событий», можно различать фотографическую, кинематографическую и телевизионную формы культуры кадра.

Фотографическая культура кадра связана с использованием кадра, передающего непосредственное впечатление от реального события.

Кинематографическая культура кадра, опираясь на фотокадр, использует его как «ячейку монтажа»¹⁵, что позволяет не только передать непосредственное впечатление от события, но и выявить его смысл, более того — создать художественный образ действительности. Не случайно классики отечественного кинематографа Сергей Эйзенштейн и Всеволод Пудовкин видели в фотографическом способе воспроизведения действительности тот технический «первофеномен», на базе которого возникла поэтика кино, обращенная лицом ко времени, к истории, способная помочь зрителям научиться «диалектически мыслить», то есть воспринимать, по словам А. Тарковского, экран как «запечатленное время».

Нет необходимости подробно говорить о том, что использование образного потенциала кинокадра и развитие представлений о монтаже как способе мышления кинохудожника повысило социально-эстетическую эффективность кинематографа. Это хорошо известно. Важно подчеркнуть, что все это вело к открытию фундаментальных закономерностей создания кинопроизведения, позволяющим не только понять достаточно глубоко природу нового экранного искусства, но и его неразрывную связь с традициями мировой художественной классики, что нашло конкретное выражение в гениальной характеристике С. Эйзенштейном монтажа как «...точного сколка с языка взволнованной эмоциональной речи»¹⁶.

Что касается телевидения, то *телевизионная культура кадра с его «установкой» на реальность* создает условия, при которых зритель как бы непосредственно включается в «поток событий» и видит его «изнутри». Этому немало способствует такое свойство телевидения как «репортажность». Именно репортаж наиболее полно воплощает возможности и особенности телевидения и в этом смысле является наиболее общей закономерностью развития и телевизионного творчества. Вместе с тем в репортаже как особой форме эстетического повествования с наибольшей полнотой реализуется и своеобразие фотографического видения и своеобразие монтажного мышления.

¹⁵ Эйзенштейн, С.М. Избранные статьи. М.: Искусство, 1956. С. 199.

¹⁶ Там же.

¹⁷ Пондопуло, Г.К. Кино и фотография в системе культуры. М.: ВГИК, 1979. С. 95.

Так на основе новых технологий (моментальная съемка в фотографии, монтаж в кино, репортаж на телевидении), пишет Г. Пондопуло, возникает новая эстетика фото-, кино- и телевизионного творчества и получила развитие новая форма культуры — «культура кадра»¹⁷.

¹⁸ См.: Экранная культура. Теоретические проблемы: сб. статей / под ред. К.Э. Разлогова. СПб.: ДМИТРИЙ БУЛАНИН, 2012.

Что касается специфики языка экранной культуры, то он дан в работах ряда современных исследователей — отечественных и зарубежных¹⁸. Суть многих размышлений сводится к следующему. Поскольку эстетика экранных медиа развивается на единой основе, которой служит культура кадра, так же точно и язык фотографии, кино и телевидения (при всем формальном различии каждой из трех форм) имеет общие черты. В отличие от тех языковых форм, которые используются в классическом искусстве и не имеют единой основы, язык кадра универсален. Кадр способен выполнять функции иконолического, символического и речевого знака, не будучи тождествен ни одному из них. Взятый сам по себе кадр формален, то есть не обладает никаким определенным образным содержанием.

Знаковая универсальность кадра широко используется в фото-, кино- и телевизионном творчестве, где ему придаются черты художественного изображения, драматической сцены, элемента образного повествования, и все же при всех указанных трансформациях в нем сохраняется наличие того момента, которого нет и не может быть в художественной картине, созданной с помощью языка традиционных искусств. Это то, что называется событийностью, визуальностью, «реабилитацией физической реальности» (З. Кракауэр), что способно создать иллюзию реальности. Именно это отличает экранную культуру, основанную на синтезе техники и творчества, от культуры классической.

Сегодня мы живем в условиях оцифровки медиатворчества, создания цифрового образа. Как пишет французский исследователь Жан-Жак Вуненбургер, «...цифровая картинка воспроизводит реальность во все более полном виде, делая возможными феноменальные, совершенно фантастические манипуляции, которые практически невозможно распознать как таковые. Образы все в большей степени замещают реальность (реальность и репрезентация смешиваются), ставя все под контроль творца. Эта образность позволяет одновременно возрастать и количеству объективной информации, и степени возможного вмешательства субъекта. Она обеспечивает и большую истинность, и более ловкое трюкачество»¹⁹.

¹⁹ Там же. С. 253.

По мере распространения цифрового фото, кино и телевидения цифровые сети все больше становятся гибридной технологической системой, что имеет серьезные последствия для экранной культуры в целом. Экран, по меткому определению Кирилла Разлогова, становится своеобразной «мясорубкой культурного дискурса», а это приводит к тому, что эффект реальности аудиовизуального образа превращается в механизм глобальной фальсификации, который в свою очередь приобретает «облик стопроцентной достоверности»²⁰. А это значит, что экран, феноменология его языка становятся формообразующим принципом современной культуры.

Более того, экранная культура, репрезентирующая реальность, стала конструктом «виртуальной реальности», что способствовало новому типу общения, основанному на возможностях свободного выхода личности в «информационное пространство». Приоритетность экранной культуры возросла во всем мире. А интернет стал «зеркалом-экраном» жизни всей планеты. В начале третьего тысячелетия появилась особая порода людей, живущих более в виртуальном мире, нежели в реальном.

Вот почему изучение языка новых медиа (особенно экранных), его специфика репрезентации реальности и влияние на процессы социализации личности — одна из главных задач не только семиотики, но и искусствоведения и культурологии. ■

²⁰ Экранная культура. Теоретические проблемы: сб. статей / под ред. К.Э. Разлогова. СПб.: ДМИТРИЙ БУЛАНИН, 2012. С. 37.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М.М. *Эстетика словесного творчества*. — М.: Искусство, 1979. — 423 с.
2. Барт Р. *Мифологии*. — М.: Академический проект, 2008. — 351 с.
3. Бодрийяр Ж. *К критике политической экономии знака*. — М.: Академический проект, 2007. — 335 с.
4. Деррида Ж. *Позиции*. — М.: Академический проект, 2007. — 160 с.
5. Кириллова, Н.Б. *Медиакультура: теория, история, практика*. — М.: Академический проект, 2008. — 496 с.
6. Кристева Ю. *Разрушение поэтики. Избранные труды*. — М.: РОССПЭН, 2004. — 656 с.
7. Лотман Ю.М. *Об искусстве*. — СПб.: Искусство, 1994. — 704 с.
8. Пондопуло Г.К. *Кино и фотография в системе культуры*. — М.: ВГИК, 1979. — 172 с.
9. *Социальная философия: словарь / сост. и ред. В.Е. Кемеров, Т.Х. Керимов*. — М.: Академический Проект, 2003. — 560 с.
10. *Экранная культура. Теоретические проблемы: сб. статей / под ред. К.Э. Разлогова*. — СПб.: ДМИТРИЙ БУЛАНИН, 2012. — С. 177–205.
11. Эйзенштейн С.М. *Избранные статьи*. — М.: Искусство, 1956. — 456 с.

REFERENCES

1. Bahtin M.M. *Jestetika slovesnogo tvorchestva [Aesthetics of verbal creativity]*. — M.: Iskusstvo, 1979. — 423 p.
2. Bart R. *Mifologii [Mythology]*. — M.: Akademicheskij proekt, 2008. — 351 p.
3. Bodrijjar Zh. *K kritike politicheskoj jekonomii znaka [To criticism of the political economy of the mark]*. — M.: Akademicheskij proekt, 2007. — 335 p.
4. Derrida Zh. *Pozicii [Positions]*. — M.: Akademicheskij proekt, 2007. — 160 p.
5. Kirillova N.B. *Mediakul'tura: teorija, istorija, praktika [Media culture: theory, history, practice]*. — M.: Akademicheskij proekt, 2008. — 496 p.
6. Kristeva Ju. *Razrushenie pojetiki [Destruction of poetics]*. — M.: ROSSPEN, 2004. — 656 p.
7. Lotman Ju. M. *Ob iskusstve [About art]*. — SPb.: Iskusstvo, 1994. — 704 p.
8. Pondopulo G.K. *Kino i fotografija v sisteme kul'tury [Cinema and photography in the cultural system]*. — M.: VGIK, 1979. — 172 p.
9. *Social'naja filosofija: slovar' [Social Philosophy: Dictionary] / sost. i red. V.E. Kemerov, T.H. Kerimov*. — M.: Akademicheskij Proekt, 2003. — 560 p.
10. *Jekrannaja kul'tura. Teoreticheskie problemy: sb. Statej [Screen culture. Theoretical problems] / pod red. K. Je. Razlogova*. — SPb.: DMITRIJ BULANIN, 2012. — P. 177–205.
11. *Jezenshtejn S.M. Izbrannye stat'i [Featured articles]*. — M.: Iskusstvo, 1956. — 456 p.

Mediatext Language Practices as a Factor in Representation of Reality

Natalia B. Kirillova

Doctor of Cultural Studies, Professor

UDC 008

ABSTRACT: The paper explores the theoretical aspects of mediaculture as a system of signs within the evolutionary context. This highly relevant problem is being researched in different fields of knowledge: cultural studies, art history, semiotics. After defining phenomenology of mediaculture as a body of information and communication tools developed by humanity throughout its historical evolution, the author identifies the following components of the contemporary mediaculture: the culture of information production and transmission, as well as the culture of information perception. Mediaculture serves as an indicator of personal development — it shows the person's ability to “read”, analyse and evaluate mediatexts, to express themselves through media and to enhance their knowledge using media.

Based on this, the goal of this article is to analyse language transformations within the mediatext as a factor in representation of reality. The author bases her argument on the premise that mediacultural text cannot be reduced to written communications (books, newspaper or magazine articles), but rather can be presented as any medium: film, TV movie, video, TV show, music video, Internet web-site, etc. Media language consists of signs and sign assemblages (“texts”), which “encode” socio-cultural information — i.e. and embedded into them content and meaning. This means that only a meaningful text becomes a fact of culture.

The author argues that mediatext, just like the entire system of mass communication, has passed a long way, enriching its language and actualising humans' most important need to interact with the world around us. After having developed from the era of phonetic writing to the “Gutenberg Galaxy” (M. McLuhan) and electronic civilization, mediatext it transformed again within the “Internet Galaxy” (M. Castells).

Exploring the language of contemporary media, the author proceeds from the premise of the fundamental difference between written, audio, visual and audio-visual (screen) sign systems. The language of screen culture plays bigger and bigger role in late twentieth and early twenty-first centuries. This language is based on the aesthetics of the frame; it shapes a new type of visual thinking, and integrates social and visual forms.

KEY WORDS: mediaculture, mediatext, representation of reality, sign, frame, screen culture, media language