

УДК 8

Э. Г. Шестакова

ЖАНР ТЕКСТА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ КАК ПРОБЛЕМА ТЕОРИИ СЛОВЕСНОСТИ

В статье впервые поднимается и обосновывается проблема взаимодействия и роли синхронии и диахронии в подходе к жанру медиатекста. Доказывается, что «современнцентричный» подход к проблеме жанра медиатекста вполне мотивированно обусловлен его субстанциальной сущностью, статусом и функциональным предназначением в общем медиапространстве, процессе социальной коммуникации и культуре в целом. Однако превалирование такого подхода, в свою очередь, приводит к своеобразной жанровой не объемности, а «плоскостности», диахронному «сиротству», что и лишает жанр текста массовой коммуникации глубинного развития, внутренней преемственности, возможности жанрового забвения/возрождения, утверждает якобы естественное для него типологическое и генетическое «беспамятство». Исходя из этих идей следует, что, несмотря на «современнцентричное» как наиболее очевидное и актуальное в определении сущности жанра медиатекста, все же необходимо признать: и у жанра массмедийного текста есть свое прошлое, которое он помнит и которое значимо для понимания и реализации его сущности в любом культурно-временном отрезке.

Ключевые слова: текст, жанр, текст массовой коммуникации, память творчества, массмедийное пространство, социальная коммуникация, словесно-культурное пространство, теория словесности.

E. G. Shestakova

TEXT GENRE OF MASS COMMUNICATION AS A PROBLEM OF THE THEORY OF LITERATURE

This article rises and proves the problem of interaction and role of synchronic and diachronic approach to media text genre for the first time. It is proved that “modern centric” approach to a problem of a genre of the media text is caused by its substantive essence, status and functional mission in general media space, process of social communications and culture as a whole. However a prevalence of such approach, in turn, leads original genre not to dimensions, and „flatness,“ diachronic „orphanage,“ as deprives a genre of the text of mass communication of deep development, internal continuity, possibility of genre oblivion/revival, confirms ostensibly typological for it typological and genetic „unconsciousness.” Proceeding from these ideas, follows that, despite “modern centric” as and actual in definition of essence of genre of media text, nevertheless it is necessary to recognize the most obvious: and genre mass-media the text has a past which it remembers also which is significant for understanding and realization of its essence in any cultural-time piece. In this case, the text genre of mass communication, it is a genre that is internally based on their own principles and objectives of the substantial, wants to acquire their meaning and fullness to perform functional purpose, cannot in principle be thought of without history, memory, and the source of typological continuity. The problem of substantial foundations, sources, specific genres of media text origin is not so much speculative, purely theoretical, showing how the fundamental nature of the genre of media text clarifies the existence of specific and general laws of mass media space and word cultural environment in general. And, more importantly, one of the essential answers to questions about the nature, functions, socio-cultural, verbal, cultural, ideological meaning of the text in the era of mass communication of increasing convergence.

Keywords: text, genre, text, mass communication, memory, creativity, mass media space, social communication, verbal and cultural space, theory of literature.

В последние три-четыре десятилетия текст массовой коммуникации оказался одним из максимально востребованных, активно разрабатываемых мировой практикой и теорией явлений массовой коммуникации. При этом текст массовой коммуникации обнаружил в себе способность активно влиять на устойчивые, традиционные явления словесности, которые, казалось бы, ограничены от него ценностными основаниями и критериями. Речь, прежде всего, идёт о художественной словесности. Причём это влияние массмедийного текста уже проявляется не только в плане практического взаимодействия разнородных и разнокачественных явлений словесности и культуры в целом (что было характерно и для словесности XVIII–XX веков), но и в том, что на рубеже XX–XXI столетий текст массовой коммуникации стал предметом пристальной науч-

ной рефлексии и филологии, и семиотики, и структурализма, и постструктурализма, и культурологии. Об этом, в первую очередь, свидетельствует количество определений, которые исследователи применяют к этому изначально сложному, с точки зрения и содержательной, и формально-композиционной, и функционально-прагматической, и общепозитической организации, явлению. Ведущими, сегодня уже претендующими на роль понятий, обозначениями являются следующие: текст массовой коммуникации, медиатекст, массмедийный текст, текст массовой информации, текст СМИ, массовый текст, публицистический текст, журналистский текст. Такой диапазон определений, которые даже не всегда учитывают полноту, целостность, внутреннюю многоуровневость и многотипность этого относительно молодого и ещё становящегося явления, обусловлен изна-

чально сложной, впечатляющей разнородностью, полифактурностью, полицентричностью природы текста массовой коммуникации. Однако именно он максимально наглядно и сконцентрировано для восприятия и понимания реципиента воплощает и представляет массмедийность, модели и закономерности социальной коммуникации. Это, с одной стороны. С другой – является репрезентантом ведущего в новейшей культуре вида словесности, который одновременно соединяет в себе, порой ризоматическим образом, художественные и нехудожественные начала, интенции, общается со своим реципиентом по относительно новым правилам, актуализирует преимущественно неклассический тип культурного мышления.

Уже со второй половины XX века стала самоочевидной проблема естественного сочетания в действительно едином и целостном по своей субстанциальной сущности явлении (массмедийный текст), на первый взгляд, несовместимых начал: вербального, аудиального, визуального, даже такого, которое рассчитано на тактильные ощущения. Произошло четкое осознание того, что массмедийное пространство создается, поддерживается, сохраняется и развивается, только на первый взгляд, принципиально различными текстовыми образованиями, которые однако создают внутри целостный медиатекст. Вполне понятно, что текст радиointервью с известным политиком, аналитический обзор агрономических проблем в еженедельнике, размышления общественного деятеля в своем блоге, лента новостей, рекламный ролик, комедийное шоу на телевидении, а потом и в концертном зале, билборд с социальной, политической рекламой или даже частным поздравлением, философско-социальное интервью интеллектуала с мировым именем, эссе о проблемах интеллигенции и патриотизма и т. п. – это органичные проявления

единого и целостного по своей сути текста массовой коммуникации. Он создает не только, во-первых, массмедийное, но и социальное пространство; во-вторых, собственное текстовое пространство, но и стойкие, жизнеспособные «промежуточные территории» (Я. Мукаржовский) со всем массивом новоевропейской словесности. Таким образом, текст массовой коммуникации изначально рассматривается как неустранимо сложный по сфере своего бытования, когда проблема внутренней системности и цельности печатных (традиционная пресса) и электронных (радио, телевидение, Интернет, мобильная связь) средств массовой коммуникации оказывается и уже его, текста, глубинной содержательной проблемой дифференциации и единства одновременно. Исходя из такого видения проблемы в начале XXI века сложилась следующая традиция общего понимания текста массовой коммуникации. К нему специалисты относят наряду с традиционным, берущим истоки в собственно словесном процессе, журналистским текстом, в котором не происходит существенной дифференциации между газетно-журнальным текстом и текстом индивидуально-авторской, чисто писательской публицистики, также рекламный текст, PR-текст, а в последние годы и тексты, которые продуцируют Интернет и мобильная связь (Р. Барт, У. Эко, Д. Белл, Г. Рейнгольд, ван Дейк, Я. Засурский, Г. Солганик, В. Славкин, Р. Гиляровский, М. Шишкина, В. Богуславская, С. Сметанина, Т. Добросклонская, О. Кривоносов, А. Акопов, О. Дедова, Л. Дускаева, Н. Мансурова, Л. Коханова, А. Калмыков, Н. Кузьмина, И. Рогозина, Н. Чичерина, И. Анненкова, О. Потсар, Е. Щелкунова, К. Куиру, М. Казак, Л. Лисицкая, М. Деминова). Например: [1; 4; 6; 7–20; 21, 23].

Несмотря на целенаправленное внимание исследователей к массмедийному тексту, в начале второго десятилетия XXI века всё еще остается актуальной идея Я. Засурского

о том, что в нашей науке анализ текста как универсального метода массовой коммуникации в условиях конвергенции только начинается. При приближении к тексту массовой коммуникации, который сейчас всё более глубоко и агрессивно проникает в различные культурные практики, интерпеллирует их, даже заполняет их собой, эта идея приобретает качественно новый смысл, поэтому медиатекст всё больше и четче проявляет качества проблемной ситуации, о сущности которой размышлял академик Ю. Степанов. Именно проблемная ситуация, по его убеждению, предполагает, во-первых, мыслить любое явление или проблемы на пересечении разных наук, подходов, методов, принципиально и всегда на грани; во-вторых, выявлять, четко видеть центр проблемной ситуации и придерживаться его [20]. С этими идеями, в которых отражается стремление уловить и обозначить сложные состояния и процессы современной гуманитарной науки, трудно не согласиться. Как трудно не признать и того, что современная теория литературы, шире – гуманитаристика, – предполагает своеобразную «ревизию», упорядочение научного языка, ведущих методов, конечно, не с точки зрения формально-механистических подходов, а именно с позиции понимания внутренней трансформации гуманитаристики, её потребностей, запросов, умения видеть, выделять, исследовать именно проблемные ситуации, их аксиологические и содержательные центры. В этом смысле медиатекст оказывается наиболее проблематизированным, в положительном смысле, явлением.

В исследовании текста массовой коммуникации обозначилась следующая интересная коллизия. Начиная со второй половины XX века довольно-таки активно изучались общие формально-содержательные, прагматические, аксиологические аспекты существования текста массовой коммуникации, обусловленные, прежде всего,

его современным, модерным, как бы сказал Ю. Хабермас, состоянием, структурными признаками, качествами, дискурсивными особенностями и функциями воздействия на аудиторию, социокультурную ситуацию в целом. Именно эти аспекты теории текста массовой коммуникации оказались наиболее исследованными, в противовес тому, что его жанровая природа и сущность как фундаментальные явления медиапространства, социальной коммуникации и теории словесности по сути не рассматривались. И это несмотря на то, что жанр в гуманитарной науке, начиная с 70–80-х годов и по сей день, остается одним из востребованных явлений. Как уместно по этому поводу пишет А. Большакова, делая обзор современных теорий жанра в англо-американском литературоведении: «...ни одна из литературоведческих категорий не вызывала и не вызывает столь оживленной полемики, как жанр. Но так же очевидно, что ни одна иная категория не оказалась и на столько продуктивной» [5, с. 99].

Понятно, что и жанр текста массовой коммуникации не является исключением из этого общего процесса развития гуманитарной науки, которая все более активно и продуктивно привлекает его, долгое время находившегося на маргиналиях академических научных интересов, в круг серьезных теоретических исследований. Особенно это становится очевидным на фоне того, что жанр, начиная с работ М. Бахтина, осмысливается в качестве одной из фундаментальных основ текста, речевого произведения, в том числе таких, которые принадлежат новейшей культуре и в которых художественное и не-художественное начала переплетены самым сложным, зачастую парадоксальным образом. Жанр как таковой оказывается напряженным сосредоточием и проявлением мирозидательных стратегий, ценностным основанием конструирования взаимоотношений человека и мира, когда

«игнорирование природы высказывания и безразличное отношение к особенностям жанровых разновидностей <...> приводят к формализму и чрезмерной абстрактности, искажают историчность исследования, ослабляют связи языка с жизнью. Ведь язык входит в жизнь через конкретные высказывания (реализующие его), через конкретные же высказывания и жизнь входит в язык» [2, с. 240]. При этом не стоит выпускать из виду тот значимый факт, что для М. Бахтина принципиально не существовало проблемы границы внутри таких вторичных (идеологических) сложных культурных жанров, как художественные, публицистические, политические, научные, исторические, официальные, бытовые жанры. Определяющим, тем, на чём он специально, настойчиво и многократно акцентирует внимание, является «общелингвистическая проблема высказывания и его типов» [2, с. 238] и исследовательская задача: «...разобраться в сложной исторической динамике этих систем (литературного и нелитературного языка – Э. Ш.), чтобы от простого (и в большинстве случаев поверхностного) описания наличествующих и сменяющих друг друга стилей перейти к историческому объяснению этих изменений, необходима специальная разработка истории речевых жанров (притом не только вторичных, но и первичных), которые более непосредственно, чутко и гибко отражают все происходящие в общественной жизни изменения» [2, с. 243]. В этом плане именно текст массовой коммуникации оказывается одновременно тем интересным образованием, которое одновременно и наиболее близко и родственно художественным вторичным речевым жанрам, но близко и родственно и первичным речевым жанрам, непосредственно вбирающим, питающимся и питающим живую стихию общественной, народной жизни. Медиа-текст – это то, что наиболее чутко и демон-

стративно позволяет проследить действительность идеи М. Бахтина: «...речевые жанры – это приводные ремни от истории общества к истории языка» [2, с. 243].

Новейшие теории современного литературоведения всё чаще, активнее и целенаправленнее «работают» с текстом массовой коммуникации как с признанным и давно принятым в круг серьёзных научных интересов видом текста. При этом жанр исследуется на максимально разнородном и разномасштабном, ценностно неоднородном материале. Об этом свидетельствуют разработки, например, Ж. Полана, Р. Барта, М. Бланшо, П. де Мана, Ц. Тодорова. Кстати, последний, привлекая для размышлений широкий и разнородный материал, утверждает: «Итак, жанры – это единицы, которые можно описать с двух разных точек зрения – с точки зрения эмпирического наблюдения и с точки зрения абстрактного анализа. В обществе повторяемость определенных дискурсивных свойств становится институциональностью, а индивидуальные тексты продуцируются и воспринимаются относительно нормы, которую представляет такая кодификация. Жанр – литературный или нет – является ни чем иным как этой кодификацией дискурсивных свойств» [22, с. 27]. Не случайно и американская исследовательница А. Розмарин назвала свою книгу довольно риторично и провокационно, но очень метко – «Власть жанра». А если вернуться к идеям М. Бахтина, которые являются основополагающими для современной гуманитаристики, то следует вспомнить неоднократно утверждаемую им идею: «...жанр – представитель творческой памяти в процессе литературного развития», который одновременно является «сложной системой средств и способов понимающего овладения и завершения действительности» [3, с. 179, 181]. Проблема памяти творчества, информационно-смысловых свойств

и понимающего, и ответственного овладения историей, современностью, действительностью и жизнью в общем словесно-культурном пространстве, а также онтологическая категория понимания является основополагающим для толкования жанра на современном этапе развития гуманитаристики и, прежде всего, теории словесности (см., например: [7]). Отметим еще раз, что жанр текста массовой коммуникации в этом смысле не является исключением. Напротив, он занимает сегодня одну из ведущих позиций, всё больше проявляется в своей полноте, силе, целостности и оказывается одним из доминирующих явлений не только массмедийной словесности, медиaprостранства, но и социальной коммуникации и словесности в целом. Главное, медиатекст всё больше и очевиднее проявляет определенную внутреннюю тягу к собственной системности, цельности, активно и уже вполне сознательно, по сравнению даже с первой третью прошлого века, и на равноправных началах вступает в отношения и взаимосвязи с жанрами других типов и видов текстов.

Более того, уверенное утверждение и развитие медиатекста, именно как самостоятельной выразительной смысловой целостности, требует и аналогичного подхода к его жанрам, который бы доказал, что между жанрами печатных и электронных СМК есть не только общее содержательное, формально-структурное, прагматически-функциональное единство, являющееся преимущественно показателем, знаком массмедийности, но и субстанциональное. Ведь жанр интервью и его жанровые модификации (интервью-портрет, проблемное интервью, философско-социальное интервью и т. д.) в газете, на радио, телевидении, интернет-издании объединяют не только общие и, на первый взгляд, само собой разумеющиеся представления о структурных, функциональных, поэтических особенностях массмедийных жанров вроде общепонятно-

го восприятия жанров художественной литературы или живописи. Кроме того, жанры новостные, аналитические и художественно-публицистические объединяет не только направленность на современность, актуальность проблем текущего момента, социума, идеологии и дифференциация по целевой аудитории и форматам, концепции массмедиа. Проблема здесь заключается несколько в ином. Прежде всего в том, чтобы понять сам жанр, и именно текста массовой коммуникации, как ценностно значимое самостоятельное, самобытное явление, к которому, как к жанрам художественных практик, мы имеем право и исследовательскую обязанность поставить фундаментальные вопросы о субстанциональном происхождении именно этих – текста массовой коммуникации – жанров, непосредственно об их субстанциальных истоках, корнях, первопричинах появления, а также о том, что «определяет рождение жанра в любой момент» [22, с. 26].

Конечно, проблеме жанра и печатных, и электронных, включая новейшие, Интернет и мобильные, средства существования медиатекста посвящено немало исследований, которые во многом продуктивны и перспективны. Однако подходы, которые преобладают в мировой и постсоветской науке, «работают» с жанром текста массовой коммуникации преимущественно как с готовым, данным вот-здесь-и-сейчас явлением, актуализируя его исключительно современностью. Хотя теоретики, специалисты по жанрологии текста массовой коммуникации постоянно настаивают на том, что журналистские жанры – это не застывшее, а довольно-таки подвижное явление. Они, как и жанр вообще, возникают, развиваются и утверждаются в процессе исторического развития. Однако это не значит, что жанр медиатекста рассматривается ими именно с позиции глубинного, имманентного им (жанру и тексту массовой коммуникации) внутреннего дви-

жения, с точки зрения памяти творчества, понимающего овладения действительностью, по М. Бахтину. А это всё непосредственно отражается на понимании сути и природы жанра медиатекста, его бытии, что невозможно не учитывать. Однако в современной теории словесности превалируют формально-исторические подходы к пониманию истоков, исторической, типологической сущности, генезиса жанра как такового и даже отдельных жанров, иногда специально анализируемых под историческим углом зрения, текста массовой коммуникации.

В частности, известный исследователь А. Акопов настаивает на том, что «Жанры – это естественные формы воплощения журналистского творчества, формы реализации журналистского замысла. При этом следует помнить, что жанры не зависят от времени и пространства, они существуют объективно и зависят от суммы характеристик и свойств окружающей действительности, обстоятельств, явлений, фактов и т. п. Разумеется, все это накладывается на конъюнктурные цели, задачи издания, интересы пишущего журналиста. Но в любом случае знание внутренних пружин, воплощающих данную фактуру в данную форму, необходимо» [1, с. 4]. Для исследователя важно именно современное состояние как отдельного жанра, так и жанровой системы текстов массовой коммуникации в целом, что, по его мнению, обусловлено очень сильной и непреодолимой взаимосвязью этих текстов с современностью, идеологией и фактами окружающей сейчас-и-здесь действительности. Еще жестче об этом говорит О. В. Балясникова в рецензии на книгу И. Рогозиной, непосредственно определяя бытие медиатекста коммуникативным событием, когда «медиакоммуникативное событие понимается как результат когнитивного иерархического процесса реструктурирования реальной информации, прошедшей по каналам СМИ. <...> Комму-

никативное событие связано с интериоризацией медиатекста, а медиатекст как компонент (и предпосылка) медиакоммуникативного события имеет специфические признаки, определяемые и продуцентом и социумом. Вывод, сделанный по результатам эксперимента, фиксирует тенденцию к усилению воздействия СМИ в зависимости от того, как соотносится представленная в медиатексте реальность и индивидуальный опыт» [16, с. 3]. Жанр текста массовой коммуникации оказывается слишком плотно обусловленным медиакоммуникативным событием и настроениями, господствующими в протекающей, почти исторически не-фиксируемой и не-рефлектируемой окружающей действительности, и не предусматривает углубление в субстанциальные проблемы жанра, который оказывается всего лишь удачно выбранным, но не самоценным средством оформления актуального материала.

С этим трудно спорить, если смотреть на медиатекст только с прагматической точки зрения. Однако такое слишком агрессивное и тотальное давление современности, вопросов и потребностей дискурса, момента, который только сейчас-и-здесь длится, в свою очередь, приводит жанр текста массовой коммуникации к его своеобразной жанровой не объёмности, а «плоскостности», диахронному «сиротству». Именно это во многом и лишает жанр медиатекста такого методологического подхода, который нацелен на его глубинное развитие, внутреннюю наследственную возможность жанрового забвения/возрождения. Господствующие современные теории медиатекста и медиажанра утверждают якобы естественное для них типологическое и генетическое «беспмятство» и невозможность осуществить акт понимания, как ««оформляющего» понимания действительности и жизни» (М. Бахтин). Однако для жанра медиатекста, не менее чем для любого чисто литературного, привычного и тради-

ционно освященного жанра, а может быть, и больше, важно именно такое онтологическое, эпистемологическое и даже феноменологическое видение сущности жанра, когда максимально одновременно актуализируется сложная проблема. С одной стороны, это проблема творческой памяти, когда проявляется важность тезиса М. Бахтина о том, что «жанр живет настоящим, но всегда помнит свое прошлое, свое начало. Жанр – представитель творческой памяти в процессе литературного развития. Именно поэтому жанр и способен обеспечить единство и непрерывность этого развития» [3, с. 179]. С другой стороны, приходит не менее значимое осознание: «процесс поиска “понимания” – не только “способ познания”, но и “способ бытия” жанра» [7]. При этом жанр медиатекста, если к нему внимательно присмотреться именно с точки зрения непрерывного единства движения, развития медиaprостранства и социальной коммуникации, которые проявляются, даются человеку прежде всего в текстуальной форме, естественно откликается на следующую идею. Её довольно чётко обозначил В. Головкин, размышляя над проблемой жанра в концепции М. Бахтина: история или «“архаика” жанра – это не просто устойчивая форма, традиционная структура, а “знак”, информационный код той “духовности”, которая связана с его специфической познавательной сущностью, определяющей формы именно такого, а никакого иного “понимания” действительности. Оно (понимание, доступное именно данному жанру) воспринимается как “культурная традиция”, которая обеспечивает единство текста и объекта, о котором говорится в тексте» [7]. Именно под таким углом зрения, который одновременно и изначально сочетает несколько уровней жанрового бытия и не делает диахронный подход, память жанра и память творчества падчерницами понимания жанра, жанр медиатекста не исследовался.

Однако именно такое видение и обозначение проблемы составляет одну из основных жанровых коллизий текста массовой коммуникации, который несправедливо, относительно его сущности, статуса и функций, обречен на «современностноцентричный» подход, что делает невозможным активизацию и решение фундаментальных по своей природе вопросов к жанру медиатекста. Теория словесности, к сожалению, обошла стороной этот значимый аспект и зарождения, и существования, и развития жанра медиатекста, исключая его таким образом из общих и фундаментально значимых проблем словесно-культурного пространства, процесса, а также процесса творчества как процесса, обусловленного памятью творчества, её принципами, закономерностями и моделями. Теория словесности, оставаясь преимущественно теорией хорошо исследованной художественной словесности, не учитывает в полной мере те процессы и образования, которые характеризуют «промежуточные территории», во-первых. Во-вторых, «не слышит» идей М. Бахтина о принципиальном единстве всех речевых жанров в исторической динамике и пространстве словесности. В-третьих, недооценивает силу и потенциальные возможности текста массовой коммуникации, одновременно и закрепляющего за собой лидирующие позиции в общем пространстве словесности, и обнаруживающего прочные исторические, словесно-культурные основания, стабильный генезис.

При этом, конечно, необходимо учитывать и то, что жанру медиатекста, как ни какому иному проявлению различных практик культуры, для которых значима идея жанра, жанрового мышления, наиболее приемлем следующий тезис Ц. Тодорова. Имеется в виду идея, ставшая почти хрестоматийной и берущая свои истоки в бахтинской теории жанров, но так до конца и не осмысленная в её перспективах и ловушках. Её суть заклю-

чается в том, что жанр как таковой исчезнуть не может, жанры прошлого просто замещаются другими, более востребованными современностью, национальными, ментальными, идеологическими условиями и традициями. И сущность, и непосредственно многовековая практика массмедиа эту идею, казалось бы, полностью и исчерпывающе подтверждают, направляя исследования исключительно в сторону здесь-и-сейчас существующей жанровой массмедийной системы, актуализируя её жанровыми законами, структурой, образцом и перспективой малого времени (М. Бахтин). Однако не следует забывать, что чрезмерно доминирующий, слишком самоочевидный, упрощенный подход с позиции самодовлеющего настоящего времени как отпавного скрывает определенные угрозы для понимания сущности и закономерностей существования, развития жанра текста массовой коммуникации. При таком подходе, когда бахтинское малое время сводится к простому поступательному движению времени, точнее, текущему моменту и локально понимаемой современности, обусловленных ими культурно-общественным настроением, ориентациям, жанр медиатекста упрощается и даже выхолащивается. Он, именно как явление, которое непосредственно обращено к современности и повседневности, предопределенно ими, оказывается значимым лишь как своеобразный аксиологический, идеологический существенный репрезентант социальной коммуникации современников, которые якобы живут без всякой видимой в пространстве текста внутренней связи с прошлым, природной наследственности.

В этом смысле жанр медиатекста, казалось бы, полностью отделяется от аналогичных ему законов и закономерностей жанровой жизни, например, художественной и нехудожественной словесности, живописи, драматургии, что в принципе ошибочно. Кроме того, под таким «современностноцентрич-

ным» углом зрения культурная традиция, зафиксированная в жанре, о чем неоднократно размышляли жанрологи, не сможет осуществить себя в полной мере. Например, жанр непосредственного и обширного программного обращения к Читателям, который был распространен в прессе XVII–XIX веков, почти исчез в СМК XX столетия или существенно трансформировался под давлением идеологических факторов, не говоря уже о СМК начала XXI века. Однако чтобы установить и проследить истинные истоки, основы и типологическое развитие этого жанра, нужно окунуться в диахронные глубины, архаику, по М. Бахтину, и уже на их основе проследить сложные, иногда до ризоматичности, культурные пути и судьбы жанра. Аналогичные процессы происходят и с жанром «Письмо в редакцию», когда ловушки типологичности и изоморфности могут привести к жанру «Форум» или «Переписка на форуме», распространенным в Интернете и активно влияющим на ход радио- и телепрограмм и событий самой живой жизни. Именно поэтому без разработанной теории и методологии выявления и исследования первоисточников, первичных, исконных, так сказать, основ и принципов появления и развития жанра текста массовой коммуникации это тоже во многом оказывается ошибочным путем для размышления над сущностью жанра медиатекста, активизирующим сугубо формальный подход и вульгаризирующим бахтинскую традицию понимания жанров.

Естественно, что преобладающий «современностноцентричный» подход к проблеме жанра текста массовой коммуникации обусловлен его субстанциальной сущностью, статусом и функциональным призванием в общем медиaprостранстве, процессе социальной коммуникации и культуре в целом. И этого подхода ни в коем случае нельзя избегать или нивелировать его. Он важен и для жанрового бытия текста массовой ком-

муникации, и для его реализации в естественной для него среде – медиaprостранстве и пространстве социальной коммуникации, которые он активно и целенаправленно репрезентирует. Однако «современнoцентричный» подход не может быть исключительно определяющим при общем подходе и стремлении понять субстанциональную природу, истоки и основы жанра медиатекста, особенно с позиции теории словесности. Этот подход нужно целенаправленно актуализировать и не менее значимым, даже ведущим, существенно определяющим вопросом: как, на каких основаниях и принципах возможен жанр текста массовой коммуникации, откуда происходят и из чего состоят и в какую культурную глубину уходят его ядро, корни, в конце концов, в чем собственно заключается его субстанциальная сущность?

В пределах малого времени, которое, акцентируем, понимается именно в бахтинской традиции, для медиатекста особенно значимо и даже очевидно, что «жанры сложного культурного общения в большинстве случаев рассчитаны именно на такое активное ответное понимание замедленного действия», когда «рано или поздно услышанное и активно понятое откликнется в последующих речах, словах или поведении слышавшего» [2, с. 247]. И это ответное понимание происходит в пространстве жанра, на основе осознания значимости его медленного, непрерывного, ценностного, смыслообразующего движения. Для всей жанровой системы текста массовой коммуникации характерно постоянное, целенаправленное и деятельное формирование у реципиентов такого активного, не только социального, но и эпистемологически, феноменологически ответственного ответного понимания-действия, которое образует, поддерживает, дает основы для существования, многовекторного развития и осуществления современности и её веду-

щих идеологем, моделей социальной коммуникации. В этом смысле теория речевых жанров М. Бахтина более репрезентативно проявляется в медиатексте, для которого, как ни для какого другого текста культуры новейшего времени, существенно, что «...всякое реальное целостное понимание активно ответно и является ни чем иным, как начальной подготовительной стадией ответа (в какой бы форме он не осуществлялся). И сам говорящий установлен именно на такое активно ответное понимание...» [2, с. 247]. Текст массовой коммуникации безусловно зависит от настроений, ценностных способов артикуляции мира теми запросами, потребностями, предпочтениями, которые преобладают в современности и непосредственно представляются и отдельными, как правило, её жанрами-фаворитами, и жанровой системой в целом. Однако это совершенно не означает упрощенного, плоского понимания взаимосвязи жанра медиатекста и реакции реципиентов вроде форумов под интернет-статьями или реплик, поздравлений в прямом радиоэфире. Как не означает и сведения этой проблемы к достаточно прозрачной и форматизированной причинно-следственной связи между жанром и идеологическим запросом времени. При таком подходе, например, недостаточно констатировать, что эпоха социальных потрясений и катастрофических ожиданий для интеллигенции Российской империи на рубеже XIX–XX веков выдвинула в центр жанровой системы очерки, памфлеты, критические статьи, обзоры, а эпоха бурного научно-технического процесса – группу новых жанров: «ленту» новостей или «горячую» новость часа в Сети или смс-новости. Как это и не значит, что между жанровыми системами и судьбой отдельных жанров, жанровых типов медиатекста нет внутренней связи и памяти, при которых несущественно «...активно ответное понимание замедлен-

ного действия» [2, с. 247] и специфическое «сгущение целого жизни» [2, с. 227] и не происходит, как и в других речевых жанрах, «утраты непосредственного отношения к реальной действительности» [2, с. 239].

При всем том, что жанр текста массовой коммуникации, казалось бы, во-первых, является значимым в своём исключительно синхронном существовании, в удобных и приемлемых для него пределах малого времени без всякой наглядной и существенной актуализации диахронного плана. И тем самым, во-вторых, предопределяет превалирующие современные тактики и стратегии его исследования, которые к тому же часто упрощают и даже вульгаризируют понимание малого времени, проблема определения его субстанциальной сущности предусматривает качественное изменение позиции исследования. Другими словами: вряд ли среднестатистический реципиент 2013 года воспримет и примет в свой горизонт ожидания в качестве определенной нормы, например, жанр очерка, выполненный в традиции натуралистической школы середины XIX века; жанр литературно-критической статьи, осуществленной в духе русской модернистской традиции Серебряного века; жанр телевизионного выпуска новостей, реализованный на принципах советского телевидения 60-х годов; жанр радиоконцерта по заявкам, реализованного по канонам советской эпохи. Аналогична и позиция создателя медиатекста. Так, автор текста массовой коммуникации, вряд ли, будет активно привлекать в свой творческий и информационно-коммуникативный опыт и практику жанры даже недавно ушедшей современности, не говоря уже об исторически, культурно отдалённых жанрах и жанровых системах, с которыми внутренняя связь оказывается, на первый взгляд, не просто слабой, а даже проблематичной и ненужной. Большинство традиционных жанров медиа-

текста во втором десятилетии XXI века, даже по сравнению с серединой прошлого века, или отошли на маргиналии, или претерпели существенные трансформации, появились, как представляется при первичном приближении, и качественно новые жанры. Уже очевидно, что жанровая массмедийная система начала XXI века существенно, и в количественном, и в качественном аспектах, отличается от жанровой массмедийной системы даже 80–90-х годов XX века, что является показательным для всех, по крайней мере, европоцентричных национальных массмедийных систем.

Кажется, что абсолютно верен тезис: каждая современность создает свою жанровую систему текста массовой коммуникации, не очень прочными, а иногда и не обязательными отношениями связанную с предыдущими жанровыми системами, в чём и заключается её коренное отличие от жанровой системы художественной словесности. Понятно, что текст массовой коммуникации – это не текст драм, повестей, романов Достоевского, Золя, Кафки, Франко или Леси Украинки. Именно поэтому для жанров медиатекста, казалось бы, не нужно устанавливать истоки, корни, как это делал М. Бахтин для жара романа, а Ц. Тодоров – для жанра молитвы или приглашения. Главным оказываются собственно формально-функциональные жанровые признаки, которые позволяют просто идентифицировать тот или иной жанр как, например, жанр репортажа, заметки, аналитической статьи и т. п. Хотя такое, функционально-прагматическое и функционально-содержательное, понимание проблемы подвижности жанра и его обусловленности настоящим не имеет отношения к истории, генезису (архаики по М. Бахтину) и ценностному бытию жанра, но при этом вполне удовлетворяет потребности и объясняет принципы существования текста массовой коммуникации в любой современ-

ности. Например, значимая для медиатекста бахтинская проблема активного ответного понимания-действия в таком случае может достаточно успешно реализоваться исключительно в пределах малого времени. Особенно если это понятие еще и сводить только к плоскому толкованию временных границ, когда стилистическая трансформация и уход на маргиналии, например, жанра очерка, литературно-критической статьи или фельетона объясняется чисто политическими, экономическими, социально-историческими, техническими, общими риторическими и стилистическими причинами, сменой, прежде всего, идеологических моделей и ориентиров социальной коммуникации. Однако это почти ничего не объясняет и не проясняет в субстанциональной сущности жанра, принципах существования единства текстуального потока медиaprостранства и вообще социальной коммуникации, не говоря уже о едином словесно-культурном пространстве и процессе.

Жанр медиатекста обусловлен современностью, актуальным историческим и культурно-общественным моментом, действительно напряженным идеологическим, социальным, исторически ответственным явлением социальной коммуникации, для которого действительно крайне значимо следующее: «Именно потому, что жанры существуют как институт, они функционируют как “горизонты ожидания” для читателя, как “модели писания” для авторов» [22, с. 29]. Прежде всего, на основе этого и происходит институализация жанров как таковых именно в эту и для этой современности. Если при этом учесть, что жанр медиатекста – это особый и довольно-таки своеобразный тип информационно-дискурсивного целого, как любой жанр, специфическая «общественная структура» (Ц. Тодоров), «не столько отражает мир, сколько предлагает и моделирует его» (Г. Тиханов), то «современнoцентричный» подход кажется

наиболее перспективным и обоснованным. Диахронный план существования жанра текста массовой коммуникации, с ценностной позиции которого и можно поставить вопрос об истоках и происхождении жанра, оказывается якобы не существенным или значимым в некоей идеальной перспективе, как определенная интересная исследовательская задача.

Такие рассуждения, казалось бы, в очередной раз в полной мере подтверждает и бахтинская традиция понимания жанров, которая именно под таким углом зрения получила активную разработку в гуманитарной науке рубежа наших веков, сознательно и целенаправленно включивши в горизонт своих интересов, в том числе и текст массовой коммуникации. Жанр медиатекста естественно, а главное, перспективно вписывается в рецептивно-коммуникативный подход. Для этого подхода, наиболее имманентного жанрам медиатекста, присуща, по мнению А. Большаковой, активизация прагматической тенденции изучения жанра, а также его рецептивно-нормативной функции и внимания к системе жанровых сигналов, в результате чего на первый план перемещается проблема взаимодействия автора-реципиента в сфере коммуникации [5, с. 99–130].

Однако при этом необходимо всё же учитывать, что активное ответное понимание-действие включает в себя не только современное состояние жанровой системы медиатекста и её постоянную ценностную обусловленность дискурсивными, идеологическими, историко-культурными, общественными умонастроениями *малого времени*. Идея ответного понимания-действия, когда услышанное и активно понятое обязательно откликнется, изначально содержится в жанре медиатекста и непосредственно подразумевает выход в *большое время*. Только в нем любой жанр, в том числе и текста массовой коммуникации, «обретает полноту своего *смысла*»

(курсив автора – Э. Ш.) [2, с. 262]. При этом жанр текста массовой коммуникации, именно как жанр, который внутренне, естественно, исходя из собственных субстанциональных основ и задач, желает приобрести свою смысловую полноту и выполнить функциональное предназначение, принципиально не может быть помысленным без истории, памяти, истоков и типологической преемственности. Это становится очевидным даже при приближении к новостной группе жанров, тележанрам, особенно досуговым, реалити-шоу, блогов, форумов, которые активно находят в себе внутренние возможности воскрешения памяти жанровой системы текста массовой коммуникации XVIII–XX столетий, а также различных культурных практик. Хотя и вполне понятно, что современность, повседневность, факты действительности тех эпох кардинально отличались от нашей.

Исходя из таких идей, следует, что, несмотря на «современноцентричность» как наиболее очевидное и актуальное относительно понимания сущности жанра медиатекста, все же необходимо признать: и у жанра текста массовой коммуникации есть своё прошлое, истоки, которые он помнит и которые значимы для понимания и реализации его сущности в любом культурно-временном промежутке. Однако для того чтобы их увидеть и актуализировать, необходимо вновь обратиться к бахтинской традиции понимания жанра, а также к её развитию в современной гуманитаристике. При этом и для самого М. Бахтина, и для его последователей (Ц. Тодоров, П. Хернади, Е. Хирш, Р. Барт, Г. Тиханов, А. Розмарин), которые активно разрабатывают идею происхождения жанров,

важен диахронный план, так называемая архаика. Эта идея стала одной из определяющих и, главное, общих идей, объединяющих различные методы и подходы. Её почти безусловной основой является утверждение значимости памяти жанра, жанровой модели, жанровой устойчивости даже в модификации его структур, смысловых кодов и сигналов, актуализированных не столько малым, сколько большим временем и фундаментальным вопросом: откуда происходят жанры. При этом истоки жанров определяются в диапазоне от ритуально-мифологических, сакральных, дискурсивно-бытовых действий к утверждению того, что сложные, вторичные жанры «возникают в условиях более сложного и относительно высокоразвитого и организованного культурного общения (преимущественно письменного)...» [2, с. 239]. Жанр текста массовой коммуникации в этом смысле оказывается не менее перспективным и глубоким явлением, чем жанр, например, художественных практик, хотя и наименее разработанным, чем их жанры. Проблема субстанциональных основ, истоков, специфики происхождения жанров медиатекста оказывается не столько умозрительной, чисто теоретической, сколько проявляет фундаментальный характер жанра медиатекста, проясняет специфику существования и общие закономерности массмедийного пространства и словесно-культурного пространства в целом. И, главное, является одним из существенных ответов на вопросы о природе, функции, социально-культурном, словесно-культурном, идеологическом значении текста массовой коммуникации в эпоху усиливающейся конвергенции.

Литература

1. Акопов А. И. Аналитические жанры публицистики. Письмо. Корреспонденция. Статья: учебно-метод. пособие для студентов-журналистов. – Ростов н/Д., 1996. – 51 с.
2. Бахтин М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – 424 с.

3. Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского. – М.: Худ. лит., 1972. – 193 с.
4. Богуславская В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. – М., 2008. – 280 с.
5. Большакова А. Ю. Современные теории жанра в англо-американском литературоведении // Теория литературы. – М.: ИМЛИ РАН, 2003. – Т. III: Роды и жанры (основные проблемы в историческом освещении). – 592 с.
6. Вакурова В. Л., Московкин Л. И. Типология жанров современной экранной продукции. – М., 1997. – 48 с.
7. Головкин В. М. Понимание как способ бытия и познания литературного жанра [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://conf.stavsu.ru/conf.asp?ReportId=528>
8. Григорьева Л. М. Биографический очерк в современной российской журнальной периодике: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М.: МГУ, 2010. – 21 с.
9. Дедова О. В. Изменение отношений «автор – читатель» в пространстве электронного гипертекста // Вестник Московского университета. – Сер. 9, Филология. – 2005. – № 6. – С. 30–45.
10. Деминова М. А. Онтология современного медиатекста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://journ.usu.ru/index.php/component/content/article/418>
11. Дмитриева Т. Жанр интервью в диахроническом аспекте: «раскрепощение языка» или «вандализация»? [Электронный ресурс] // Медиаскоп: портал научных исследований СМИ и методик журналистского образования. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru>. (дата обращения: 24.09.2006).
12. Засурский Я. Н. Медиатекст в контексте конвергенции // Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г. Я. Солганик. – 2-е изд., испр. – М.: Флинта: Наука, 2007. – С. 7–12.
13. Киуру К. В. Имиджевый медиатекст в политической коммуникации: дис. ... канд. филол. наук. – СПб., 2008. – 397 с.
14. Кривонос А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2002.
15. Медиалингвистика XXI [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rus.jf.spbu.ru/medialingvistika/2812/2833-gr10.html>
16. Рогозина И. В. Медиакартина мира: когнитивно-семиотический аспект. – М.; Барнаул, 2003. – 289 с.
17. Стилистика сегодня и завтра: медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах: сб. статей Международной научной конференции. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2010. – 353 с.
18. Сметанина С. И. Медиатекст в системе культуры: динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002.
19. Солганик Г. Я. К определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестник Московского университета. – Серия 10, Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 7–15.
20. Степанов Ю. Париж – Москва, весной и утром... // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. – М.: Прогресс, 2002. – С. 3–11.
21. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие. – М.: Аспект-Пресс, 2000. – 312 с.
22. Тодоров Ц. Поняття літератури та інші есе. – Киев: Видав. дім «Києво-Могилянська академія», 2006. – 162 с.
23. Щелкунова Е. С. Публицистический текст в системе массовой коммуникации. Специфика и функционирование: учеб. пособие. – Воронеж: Родная речь, 2004. – 194 с.

Literatura

1. Akopov A. I. Analiticheskie zhanry publitsistiki. Pis'mo. Korrespondentsiia. Stat'ia: uchebno-metod. posobie dlia studentov-zhurnalistov. – Rostov n/D., 1996. – 51 s.
2. Bakhtin M. Estetika slovesnogo tvorchestva. – M.: Iskusstvo, 1979. – 424 s.
3. Bakhtin M. M. Problemy poetiki Dostoevskogo. – M.: Khud. lit., 1972. – 193 s.
4. Boguslavskaja V. V. Modelirovanie teksta: lingvosotsiokul'turnaia kontseptsii. Analiz zhurnalisticheskikh tekstov. – M., 2008. – 280 s.
5. Bol'shakova A. Iu. Sovremennye teorii zhanra v anglo-amerikanskom literaturovedenii // Teoriia literatury. – M.: IMLI RAN, 2003. – T. III: Rody i zhanry (osnovnye problemy v istoricheskom osveshchenii). – 592 s.
6. Vakurova V. L., Moskovkin L. I. Tipologija zhanrov sovremennoi ekrannoi produktsii. – M., 1997. – 48 s.
7. Golovko V. M. Ponimanie kak sposob bytiia i poznaniia literaturnogo zhanra [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <http://conf.stavsu.ru/conf.asp?ReportId=528>
8. Grigor'eva L. M. Biograficheskii ocherk v sovremennoi rossiiskoi zhurnal'noi periodike: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. – M.: MGU, 2010. – 21 s.
9. Dedova O. V. Izmenenie otnoshenii «avtor – chitatel'» v prostranstve elektronnoho giperteksta // Vestnik Moskovskogo universiteta. – Seriya 9, Filologija. – 2005. – № 6. – S. 30–45.
10. Deminova M. A. Ontologija sovremennogo mediateksta [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <http://journ.usu.ru/index.php/component/content/article/418>
11. Dmitrieva T. Zhanr interv'iu v diakhronicheskom aspekte: «raskreposhchenie iazyka» ili «vandalizatsiia»? [Elektronnyi resurs] // Mediaskop: portal nauchnykh issledovanii SMI i metodik zhurnalisticheskogo obrazovaniia. – Rezhim dostupa: <http://www.mediascope.ru> (data obrashcheniia: 24.09.2006).
12. Zasurskii Ia. N. Mediatekst v kontekste konvergentsii // Iazyk sovremennoi publitsistiki: sb. statei / sost. G. Ia. Solganik. – 2-e izd., ispr. – M.: Flinta: Nauka, 2007. – S. 7–12.
13. Kiuru K. V. Imidzhevyy mediatekst v politicheskoi kommunikatsii: dis. ... d-ra filol. nauk. – SPb., 2008. – 397 s.
14. Krivososov A. D. PR-tekst v sisteme publicnykh kommunikatsii. – SPb.: Peterburgskoe Vostokovedenie, 2002.
15. Medialingvistika XXI [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <http://rus.jf.spbu.ru/medialingvistika/2812/2833-gr10.html>
16. Rogozina I. V. Mediartina mira: kognitivno-semioticheskii aspekt. – M.; Barnaul, 2003. – 289 s.
17. Stilistika segodnia i zavtra: Mediatekst v pragmaticheskom, ritoricheskom i lingvokul'turologicheskom aspektakh: sb. statei. Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii. – M.: Fakul'tet zhurnalistiki MGU, 2010. – 353 s.
18. Smetanina S. I. Mediatekst v sisteme kul'tury: dinamicheskie protsessy v iazyke i stile zhurnalisticheskoi kontsa KhKh veka. – SPb.: Izd-vo Mikhailova V. A., 2002.
19. Solganik G. Ia. K opredeleniiu poniatii «tekst» i «mediatekst» // Vestnik Moskovskogo universiteta. – Seriya 10, Zhurnalistika. – 2005. – № 2. – S. 7–15.
20. Stepanov Iu. Parizh – Moskva, vesnoi i utrom... // Kvadratura smysla: Frantsuzskaia shkola analiza diskursa. – M.: Progress, 2002. – S. 3–11.
21. Tertychnyi A. A. Zhanry periodicheskoi pechati: ucheb. posobie. – M.: Aspekt-Press, 2000. – 312 s.
22. Todorov Ts. Poniattia literatury ta inshi ese. – Kiev: Vidav. dim «Kievo-Mogilians'ka akademiia», 2006. – 162 s.
23. Shchelkunova E. S. Publitsisticheskii tekst v sisteme massovoi kommunikatsii. Spetsifika i funktsionirovanie: ucheb. posobie. – Voronezh: Rodnaia rech', 2004. – 194 s.