

Е. В. Олешко

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПАРАДИГМА XXI в.

Рец на кн.: *Шилина М. Г. Интернет-коммуникация в связях с общественностью: прагматический аспект.* — М. : ООО «РИЦ Северо-Восток», НИУ ВШЭ, 2011. — 464 с.; *Шилина М. Г. Текстогенные трансформации инфосферы: методологический эскиз становления Интернета.* — М. : ООО «РИЦ Северо-Восток», НИУ ВШЭ, 2012. — 736 с.

Научно-исследовательские интересы М. Г. Шилиной характеризуются пристальным вниманием не только к процессам, обусловленным перманентными изменениями информационно-коммуникационных технологий, но и к тому, что автор обозначила как «гуманитарную филологическую парадигму общественного развития». Рецензируемые монографии подтверждают это. В первой из них, являющейся системным обобщением в том числе и многолетнего практического опыта автора, впервые предпринята попытка комплексного научно-практического исследования интернет-коммуникаций в системе связей с общественностью. Во второй представлен транспективный анализ изменений информационной сферы, обусловленных появлением дигитализации, перманентным развитием информационно-коммуникационных технологий. Причем именно в контексте филологической константы автор в своих монографиях убедительно доказывает, что Интернет благодаря гипертекстуальности становится априорно текстогенной средой, а определяющей является не технологическая, а гуманитарная парадигма общественного развития.

На основе системного теоретического анализа и убедительной интерпретации эмпирического материала автор, в частности, полагает, что в настоящее время принципиально изменяется значение связей с общественностью как формы интеллектуальной деятельности, особенно с расширением использования возможностей Глобальной сети. А это, в свою очередь, создает предпосылки для системного изучения корпоративного сегмента по принципиально иным основаниям. Ведь, как справедливо в первой из монографий отмечает автор, «корпорации второго десятилетия XXI века являются сложными образованиями, которые постоянно трансформируются; суть изменений затрагивает организационную структуру и иерархию взаимодействия, которые формируются во многом под влиянием новых коммуникационных технологий» (с. 11).

И далее обращаясь к Интернету как коммуникативному феномену, М. Г. Шилина прослеживает его эволюцию — превращение текстов в гипертексты, коммуникационная составляющая которых априорно определяет синергию коммуникативных характеристики Сети. Обобщив различные

теоретико-методологические подходы к определению понятия и классификации интернет-гипертекстов, а также описав языковые особенности, исследователь далее представляет систему моделей коммуникации в Интернете: мультисубъектную и субъект-субъектную. Причем убедительно доказывается, что описанные модели принципиально отличаются от всех классических моделей офлайн-коммуникации.

Для ученого очевидно, что гармонизация социального дискурса предусматривает сегодня принципиально иные (даже по сравнению с недавним прошлым — так называемыми «нулевыми» годами) модели связей с общественностью. В частности, даже классическое их понимание как управления (менеджмента) социальной коммуникацией определяется в условиях перманентного совершенствования информационных технологий, подчеркивает она, не манипулятивной вертикальной, а гетерархической коллаборативной парадигмой, включением в состав субъектов активной аудитории.

В главах 3 и 4 данной монографии эти выводы конкретизируются на примере связей с общественностью в Интернете как формирующегося направления институциональной деятельности. Парадоксально, но до сего дня, несмотря на достаточно частое употребление авторами сходных понятий в литературе прагматической направленности («PR в Интернете», «интернет-PR», «цифровой PR», «связи с общественностью в Интернете»), данный феномен не был дефиницирован. В качестве примеров исследователь приводит и то, как Интернет может выполнять... функции специалиста по связям с общественностью, отбирая и суммируя имеющуюся в Глобальной сети информацию о значимых персонах в отдельные персональные разделы в рубриках тех или иных порталов. Допустим, в «Яндексе» это «Пресс-портреты» или справочная информация о людях, упоминаемых в сообщениях СМИ.

Автор в целом системно прослеживает эволюцию Интернета и трансформации связей с общественностью, определяя при этом текстопорождение как априорную метафункцию связей с общественностью, наряду с коммуникативной и стратегической функциями. Доказывая на конкретных примерах, что корпорации в XXI в. становятся активными социальными акторами, М. Г. Шилина делает вывод, что в деятельности современной креативной и социально ответственной производственной компании все больший вес должна приобретать коммуникативная составляющая. Более того, трендом становится стратегический уровень коммуникативного обеспечения, что подтвердил проведенный автором анализ особенностей коммуникации четырех классических структурно-функциональных моделей производственной корпорации, в результате которого была зафиксирована смена парадигмы информационного обеспечения корпоративной деятельности: от информирования, манипуляции к взаимодействию с аудиторией для выработки общих ценностей.

Заметим, что данный вывод совпадает с выводами исследователей, представляющих уральскую школу журналистики. К примеру, Б. Н. Лозовский [1] и В. Ф. Олешко [2], разделяя такие виды массовой коммуникации, как публицистика и связи с общественностью, вместе с тем отмечают, что уровень организации диалоговых отношений с аудиторией определяет эффективность

медиадеятельности в том числе и в секторе корпоративных СМИ. А реализуя лишь информационную или сугубо представительскую функцию, специалисты, работающие в данной сфере, нарушают принципы профессиональной культуры журналистов.

Вторая монография М. Г. Шилиной в контексте представления информационной парадигмы XXI в. развивает в том числе тему полицентричности современной информационной картины мира. К привычному уже в научной литературе термину «клиповое мышление» автор добавляет определение «блиповое» (от англ. *blip* — «щелк», щелчок при переключении, к примеру, каналов на пульте телевизора). Современный человек окружен «картинками», предполагающими эмоциональные реакции, и «блипами», т. е. не поддающимися классификации краткими сообщениями. «При постоянной клипово-блиповой смене впечатлений, представлений, идей, отсутствии устойчивости базовых понятий в любых сферах, — отмечает автор, — индивидуумы в массе легко идентифицируют себя со стоящими над ними сущностями: нацией, корпорацией, в результате чего индивидуальность может быть подменена “довлеющей универсальной реальностью”» (с. 33–34). Не нужно лишний раз говорить о том, что информационную картину мира конкретной личности сегодня во многом определяет возможность доступа к новым информационным технологиям, в частности, к Глобальной сети с ее кладезем полезной информации и тем, что можно назвать информационными шумами и спамом.

Доступ к Интернету, как известно, в 2011 г. был приравнен Организацией Объединенных Наций к основным правам человека. Но действительно ли Интернет революционно меняет мир человека? М. Г. Шилина предприняла, на наш взгляд, удачную попытку транспективно исследовать становление Интернета как особой текстогенной среды. Иначе говоря, попыталась понять соотношение гуманитарного и технического в современной коммуникации. Вопросы в связи с этим исследователем формулировались, скажем так, на деонтологической основе. Возможно ли в глобальной инфосфере с помощью Сети формировать социально ответственные стратегии? Какова при этом роль массмедиа и субъектов профессиональной деятельности из сферы связей с общественностью? Можно ли выстраивать однозначно позитивные «прогностические матрицы» (термин М. Г. Шилиной) и как это сделать наиболее эффективно?

Как видно даже из этого неполного перечня проблематики, анализируемой в данной монографии, исследователь, с одной стороны, предприняла попытку формулирования задач глобального масштаба, а с другой — попыталась наметить направления системного изучения и анализа тех или иных тенденций, экономических стратегий, реже — тех или иных красноречивых фактов действительности. Не случайно в предисловии, озаглавленном «Слово от автора *ad vice versa*», Марина Григорьевна пишет: «Читая монографию, учитывайте прогностический ракурс исследования и изменения, которые происходят с Интернетом в режиме 24/7/365, а также с нами как независимыми наблюдателями — и участниками — обозначенных процессов».

Рассмотрев сущность, прагматический аспект и тенденции исследований интернет-коммуникации, автор приходит к системному выводу, что на

мезоуровне реализация социоэкономических стратегий XXI в. определяет создание адекватной системы текстов, которые являются основными единицами коммуникационного обмена; на микроуровне необходимо создавать новые единицы текста (субтексты, текстоиды и т. д.). То есть условием функционирования и развития социума в XXI в. становится постоянное текстопорождение.

Полностью разделяя данное ключевое умозаключение М. Г. Шилиной, доказательно подтверждаемое всем текстом монографии, хочется предположить, что текстопорождение даже при посредстве Глобальной сети все же не станет только стихийно развивающимся процессом. Журналисты, пиармены, рекламисты, пропагандисты всех типов и политтехнологи — словом, все те, кто профессионально (хочется на это надеяться!) выполняют свои обязанности, должны быть включены в систему корпоративной ответственности за слово, изреченное и транслируемое с помощью новейших технологий. Но будут ли выработаны и в ближайшем будущем успешно реализованы обществом меры, кроме, разумеется, ограничительных (по законам и нормативным актам), способствующие формированию и развитию информационной культуры отдельной личности и различных социумов в целом? Вопрос, на наш взгляд, остается открытым.

Мы полагаем, что в российском обществе, пережившем опыт социальных трансформаций последних трех десятилетий, сформировался запрос на формирование технологически подкованной личности, умеющей без труда находить любую информацию, и в то же время креативной, нацеленной не только на индивидуальную успешность в своей деятельности. Исследования новых общественных явлений, как свидетельствуют данные монографии М. Г. Шилиной, предполагают отказ от некоторых ставших уже схематичными представлений. В частности, о том, что форматы текстов Интернета можно анализировать с помощью все тех же «гуттенберговских лекал». Текстцентричность как выявленная и описанная исследователем на примере связей с общественностью метафункция интернет-коммуникаций свидетельствует: Всемирная паутина все больше приобретает гуманитарное, филологическое измерение. Но не противоречит ли это прогнозам тех пессимистов, кто «хоронит» в ближайшем будущем традиционные СМИ? Вопрос, что называется, открытый, поскольку предполагает столь же масштабное исследование и системный прогноз уже на примере анализа журналистского контента.

1. Лозовский Б. Н. Кто и как манипулирует журналистами. Екатеринбург, 2011.

2. Олешко В. Ф. Мобильные возможности гражданской журналистики // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2012. № 2 (101).