

Модель научной гуманитарной культуры: язык – тематизация – медиализация

А.Г. Пастухов

кандидат филологических наук, доцент,
зав. кафедрой иностранных языков
Орловского государственного института
искусств и культуры,
г. Орел

E-Mail: alexander.pastukhov@rambler.ru

Das “Medialisierungs-Paradigma“ sieht sich heutzutage einschlägige theoretische Arbeiten zur Wissenschaftsberichterstattung an, und lässt ein recht einheitliches Forschungsparadigma kennzeichnen. Aufgrund seiner weiten Verbreitung wird oftmals über die “Medialisierung der Wissenschaft“ diskutiert. Trotzdem findet dieses Medialisierungs-Paradigma in den theoretischen und empirischen Schriften vieler Autoren den Ausdruck. Begrifflich und konzeptionell wurde es am stärksten von Peter Weingart und seinem systemtheoretisch inspirierten Kopplungsmodell zur Deutung gebracht und entsprechend die Verhältnisse von Wissenschaft und Massenmedien geprägt. Dazu gehören u.a. die zunehmende Thematisierung der Wissenschaft in den Massenmedien, die intensive Öffentlichkeitsarbeit und Rückwirkung der Wissenschaft auf das hier verwendete Model der humanwissenschaftlichen Kultur.

0. Введение. Современный научный ландшафт в большинстве развитых в технологическом отношении стран представляет собой отражение актуальных вызовов, обусловленных взаимным переплетением экономики, науки, культуры, медиа, повышающейся ролью Интернета и мобильной коммуникации. Реальностью в научно-техническом плане становится т.н. *медийная конвергенция*, означающая объединение в себе или на одной платформе персонализированной и массовой коммуникации, т.е. коммуникации, нацеленной на конкретного индивидуума и/или на всех. Следует отметить, что её границы становятся всё более размытыми [Пастухов 2010а: 95].

По мнению лингвистов, язык науки, как исходно самый строгий язык, для своего описания в качестве объекта исследования берёт те лингвистические объекты, в которых в первую очередь рассматриваются лексика, синтаксис, текстовая структура. Но исследование языка науки с точки зрения “онаучивания” текста, где происходит объективное устранение ученого как адресанта и анализируется специфический набор языковых средств, показывают науку, как сферу человеческой

деятельности и показательную корпоративную систему, главной функцией которой является выработка и теоретическая систематизация объективных знаний о действительности [Пастухов 2000а: 239]. Будучи социальным институтом, наука продолжает оставаться специализированной деятельностью по получению нового, целостного знания в какой-либо предметной области.

Изучение языка науки является важной составляющей развития любого социума, поэтому уровень распространения научной информации в нём свидетельствуют об отношении к ней в обществе, позволяет судить об особенностях государственной политики в области информационного продвижения научных достижений. Наблюдаемое сегодня падение интереса к науке в условиях повсеместного распространения массовой культуры и развития общества потребления [Константинова 2009: www] не является исключительно российской проблемой, и в той или иной степени характерно для любой страны мира.

Соответственно опыт, направленный на отражение науки в медиа, может стать весьма показательным моментом и одновременно общественной задачей, т.к. он раскрывает целый спектр возможностей изучения всей гуманитарной парадигмы знания и её влияния на развитие науки. Рассмотрим её на примере научной культуры, которая складывается ныне как широкая сфера взаимодействия самых разных общественных сил.

По мнению Е.Н. Ищенко, в качестве объекта гуманитарного исследования уместно поставить всю сферу культурной, исторической, психологической, языковой, социальной реальности, т.е. именно тот её "срез", который обусловлен целями и задачами исследования. В этом смысле справедливым и не утратившим своего значения является замечание М. Вебера о том, что "не существует совершенно "объективного" научного знания культурной жизни или социальных явлений, не зависящего от особых и "односторонних" точек зрения, *в соответствии с которыми они избраны в качестве исследования и подвергнуты анализу*. Важно также уделить внимание культуре (или отдельным культурно-историческим типам), тексту, субъективной реальности как объектам гуманитарного познания [Ищенко 2003: 50].

1. Что такое научная культура? Ставя задачу изучения научной культуры, мы, прежде всего, обращаемся к анализу языковых реализаций и изучению дискурсивных практик, принятых и оформленных главным образом в виде научных текстов. Специфичность их заключается в том, что общее свойство «универсальности и естественности» может выступать здесь как тип определенной прагматической направленности. Отправным пунктом модели научной культуры служит дидактически и социологически доказанное понятие: наука внутренне не гомогенна, но

высоко дифференцирована, специализированна и гетерогенна [Galison & Sturm 1996] и для её описания и анализа существует целый ряд возможностей, которые мы постараемся раскрыть ниже.

Прежде всего здесь следует упомянуть об «обобществлении науки» и другом, родственном термине П. Вайнгарта – «общество науки», которые тесно увязывают науку как социальный институт с другими общественными частями системы. Ёмко и показательно изображает П. Вайнгарт эту тесную связь науки с политикой, экономикой и массмедиа. В данной теоретической модели речь не идёт, как собственно в парадигме медиализации, об общественно-теоретической макромоделе социальных изменений, которая частично касается социологического изучения. В центре внимания стоит парадигма медиализации, «связи науки и общества», которая понимается как особая форма связей [Weingart 2001: 124]. В отличие от практических приёмов медиализации, имеет смысл рассматривать специфические научные области и развитие в них связей разной степени интенсивности, взаимоотношения на основе и в процессе многообразных общественных и массмедиаальных дискуссий.

Данные аспекты параметризации отражают различные социально-научные традиции. Исследовательские подходы научной культуры, однако, кажутся выходящими за рамки такой систематизации. Они различаются в первую очередь научными областями, на основе автономии или взаимопереплетения научной работы и её результатов, по отношению к внешнему миру, опосредуют дополнительные дифференциации. Следуя предложению К. Кнопп-Цеттины, имеет смысл различать «модели научной культуры» [Knorr Zettina 2002] в рамках отдельной науки. Это, прежде всего, культуры "контекстов научных знаний" (Kultur von Wissenskontexten), которые, в свою очередь, являются «структурным признаком общества знаний» [Knorr Zettina 2002: 19]. Это определение страдает некоторой неопределённостью [см.: Weingart 2003: 130] и даже вызывает критику. (Ш. Бёшен, например, путём введения «двойного измерения», пытается добиться ясности в описании «культуры знания» как типичного сочетания специфических «форм теории» и «форм практики» [Böschen 2004: 135, Böschen 2005]).

Кроме того, и об этом много написано, главная идея заключается в продвижении науки как культурной среды и парадигмы, которая определяет особую культурную компетентность, когда в межкультурных отношениях ранее обособленные т.н. "системы значения" вступают в контакт друг с другом. В таких межкультурных контактах восприимчивость и способность интерпретировать значение, заключенное в поведении, символикe и вещах другого человека, становится решающим для установления и сохранения значимых отношений [Титц и др. 2008: 174]. Значения в таком случае меняются в соответствии с культурным фоном и сами

обеспечивают основной контекст для изменения соответствующих систем.

При этом следует помнить, что когда мы, хотя бы частично, познали какое-либо явление, то оно становится «вещью для нас», но не прекращает оставаться «вещью в себе». Это – уже новая, а не прежняя «вещь в себе», представляющая нам иную, значительно продвинутую стартовую площадку для дальнейших изысканий. Эта новая «вещь в себе» является в не меньшей мере результатом нашего воздействия, чем результатом собственных внутренних трансформаций [Соломоник 2002: 186-187]. Как нам кажется, этот тезис вполне реалистично перенести на язык науки.

Понятие “язык науки” включает в себя те средства языка, которые детерминированы не только научным стилем или его функционально-стилевыми разновидностями. Термин “научный стиль речи” входит в качестве составляющей в понятие – «язык науки». Стоящий за ним научный дискурс, как универсальная форма отражения, имеет своей целью не просто просвещать, популяризировать и пропагандировать научные знания и образовательные ценности среди специалистов и непрофессионалов, а скорее, оформить формат специального знания в рамках профессиональной коммуникации. Последняя в значительной мере ограничена общественными, культурными рамочными условиями, фиксирующими взаимосвязи между языками и культурами. Профессиональная коммуникация, как понятие, охватывает все профессиональные средства, в роли которых могут выступать языковые или другие семиотические знаки, а также «любое профессионально-коммуникативное действие» [Picht 1996: 44]. Рассматриваемая в лингвистике или теории коммуникации, профессиональная коммуникация, предполагает также «мотивированное и/или стимулированное действие, направленное на экстерииоризацию или интериоризацию предметных событий или когнитивных процессов» [Hoffmann 1993: 614]. Вполне очевидно поэтому, что центральное значение отраслевого знания как когнитивно закодированного и обработанного, есть совокупность понятий, отношений, методов решения проблем в пределах отдельной области, находящихся в непосредственной взаимосвязи с самими носителями специального знания [Пастухов 2005: 331].

Большое значение, наряду с рациональным, в наше время имеет также аспект интересубъективного «прочувствования» фактического знания, доступного читателю, как известно, в форме текста. Конкретизированное и интересубъективное, возникающее на основе документов и высказываний, оно манифестируется в понятиях и дефинициях соответствующей отрасли, в отношениях систематизации (структурирования), расположения понятия внутри одной понятийной системы, в пропо-

зициях (простых логических высказываниях), текстах, или больших коммуникативных единицах, которые Г. Пихт не без основания называет «профессиональными коммуникатами» [там же: 44].

С представлением о языке как сфере научной и социальной коммуникации связано функционирование специфического для гуманитарной сферы языка – метаязыка науки, отражающего функционирование большого количества абстрактных понятий за счёт терминологической и общенаучной лексики и используемого для описания различных аспектов той или иной дисциплины.

2. Метаязык науки и терминология гуманитарных наук. Языки гуманитарных наук обслуживают широкий круг получателей информации и, поэтому, с учётом их функциональных особенностей, могут быть названы метаязыками, что подтверждает их вторичный характер по отношению к языку обычному. Будучи способом описания естественного языка, метаязык выступает одновременно и как его часть. Сложность изучения метаязыка науки заключается в том, что отдельные категории гуманитарного знания не поддаются уточнению значений, без чего невозможна передача информации без раскрытия содержания в ситуациях повседневной жизни, отчего анализ связей между языком и метаязыком остается одним из центральных вопросов в лингвистике.

Далее. Что касается метаязыка науки, (сравн.: англ. *metalanguage*), то очевидно он, как язык "второго порядка", т.е. такой язык, на котором говорят о языке же (языке-объекте) и который отражает содержание и выражение другого языка [Ахманова 1966] на каком-то этапе своего развития требует большей формализации. Подобно любым другим орудиям упорядочения систем, метаязык науки изменяет приводимый им в порядок код, отчего необходимы определенные усилия для того, чтобы согласовать принципы метаязыков с уже существующей системой, чтобы они соединились и дополняли друг друга. Этот процесс практически бесконечен и именно он выступает в роли двигателя, обуславливающего постоянное совершенствование языковой системы.

Соответственно смысл анализа единиц языка науки и, в особенности, гуманитарных наук заключается в выявлении имплицитных значений, формируемых в процессе intersubjectивного понимания. Целесообразно поэтому ввести обобщение на уровне прагматики, т.е. на уровне анализа т.н. «философии эгоцентрических слов», соотносящих язык с субъектом, его использующим. Отмечено, что сама философская терминология весьма подвержена внешнему влиянию и она, в зависимости от взглядов учёного, может нести в себе отпечаток авторского видения вещей и своеобразного толкования. Материальное наполнение философски значимых концептов становится предметом анализа не только в философии, но и в языке. Ср. такие понятия: «предложение», «значение», «символ» [Пастухов 1993: 19].

Однако признание родства гуманитарных и философских исследований языка вовсе не означает того, что реальное проблемное и содержательное единство в анализе общего предмета достигнуто. "Рискованная разобщенность" между философией и занимающимися анализом языка и его отдельных феноменов связана с целым рядом обстоятельств [Ищенко 2003: 96-97], соответственно, реализация проекций философских категорий отражает системные отношения в лексике, изменения в семантике, показывает роль социальных факторов в развитии языка. Так, существовавшие почти сорок лет два варианта немецкого языка, как известно, обслуживали интересы двух принципиально разных идеологических и научных систем. Образовавшиеся на этой почве «разнотечения» носили не только концептуальный, но и языковой характер.

Если смотреть на этот вопрос шире, то сфера гуманитарного знания всё чаще обнаруживает проблемы в их определении, причём поле «гуманитарное знание» существенно зависит не только от своего содержательного контекста. «Гуманитарное знание», как сумма самых разнородных вещей, несет в себе в равной степени подобные отражения. Истинное значение «гуманитарного знания» в настоящее время утрачено, но, несмотря на это, гуманитарные исследования ведутся с беспрецедентным политическим накалом [Сёрл 2002: 78].

Выбирая в качестве материала для нашего анализа немецкие научные философские тексты, мы видим, что всё их многообразие (распределение тем, работа с отдельными типами и жанрами научного текста и т.п.) позволяет исследовать их с точки зрения научного трансфера. Здесь мы имеем в виду прежде всего трактовку научного знания, разнообразие и специфику стилей текста, грамматическую систематику философских текстов как платформу для сближения их на основе стратегии, направленной на поиск онтологических референциальных взаимоотношений человека и мира, на борьбу с абсолютной детерминированностью системой языка, его конвенциональными и когнитивными структурами и т.д., на максимальное выявление потенций языковой системы и актуализацию творческого начала и авторского замысла текста.

Изучение философских текстов, даже на ограниченном временном отрезке, помогает постичь дух нации, узнать, как функционирует данный язык в письменной форме. Имея в нашем распоряжении репрезентативный аутентичный языковой материал, хотя и ограниченный сферой научной коммуникации, находим в нём отражение различных сторон жизни философского сообщества. Стремление дать адекватное словесное выражение той или иной категории ведёт к осознанию недостаточности существующих в языке форм и к созданию новых

средств, компенсирующих отсутствие конвенциональных форм. Осознание такой недостаточности и переосмысление форм выражения, выработанных предыдущими философскими текстами, в т.ч. собственными, – пишет Н.М. Азарова, является основанием для сближения философских текстов с текстами литературы. Это выражается в том, что тексты философии и литературы объединяют семантическая мотивированность грамматических, словообразовательных, фонетических, текстовых и др. ресурсов, признание эстетической функции слова и текста, значения эвристического момента называния «живым» словом, свойства автореферентности и авторефлексивности, антиавтоматизма восприятия, предопределяющего критерий длительности и многократности и др. [Азарова 2010: 11].

Творческий, креативный характер в отражении гуманитарного знания связан также с «равнообъемностью объекта и субъекта познания». Человеческий дух и культура, ими созданные, познаются человеческим же духом и культурой; и сам акт такого познания есть новый акт творчества в человеческом космосе, строительстве духа и культуры [Гачев 1981: 123].

Как уже было отмечено, научное изложение в философии нередко достигает качества литературы и представляет собой особого рода описание. Его главный признак – предметность. Некоторые “нетипичные” предметы описания отражают понимание соотношения философских категорий и терминологии [Пастухов 2000b: 11]; он также даёт возможность рассмотреть сложившуюся терминологическую систему сквозь призму философских категорий, которая объективно функционирует в рамках терминологического поля и соответствующей понятийно-логической области.

Взятые для анализа научные статьи – на примере немецкого языка – позволяют проследить ситуацию с выбором формальных лексических средств, в т.ч. в философской терминологии. В большинстве текстов основной лексический слой стилистически нейтрален: *Dilemma, Differenz, Flexibilität, Originalität, Ressource*. Эта т.н. науковедческая лексика и связанная с ней терминология носят ярко выраженный учебно-исследовательский и организационно-образовательный характер, включая многокомпонентные терминологические единства, отражающие современные императивы в науке: *Ausbildungsverbund, Reformansatz, Schlüsselqualifikation*, имеющие значительный удельный вес в структуре научного дискурса. Глаголы, по преимуществу, стилистически нейтральны (*fundieren, skizzieren, konfrontieren*), хотя в текстах научных дискуссий были отмечены и стилистически маркированные, типа: *marginalisieren, diffamieren, purgieren* и др.

Среди средств, оппозиционных нейтральным языковым средствам и

примыкающих к терминологии, но не имеющих характерных терминологических свойств, активно функционирующих в философии, можно назвать целые группы слов т.н. «диффузной семантики»: *Ansatz, Denkwang* и т.д., наличие которых свидетельствуют о взаимодействии философской терминологии с терминсистемами других наук и, в частности, истории, социологии: *Diskurs, Prämoderne, Weltdeutung*. Они обуславливают сложные семантические образования: *Gesetzhypothese, Unvollendbarkeit, Mitwissenschaft* и др.

Окказиональная (авторская) терминология, отмеченная в научных публикациях: *Megathema, Null-Bock-Mentalität, Vor-sich-Bringen, Sichwidersprechende* и т.д., определяется степенью важности той или иной обсуждаемой проблемы. В анализируемых текстах отмечены примеры стилистической синонимии, вариантности терминов: *Fragestellung – Problemfeld – Problemstellung – Problemkonstellation* и др. Заимствования из английского и французского языков: *Last-Minute-Initiative, Ranking, Laissez-faire* и т.п. существенно расширяют интернациональный пласт философской терминологии.

Самое время перейти к вопросу о роли терминологии в понимании и интерпретации научного знания, подчинённой сути его логического обоснования. Понимание целого выражения производно от интерпретации частей и от значимости конструкции, в которой эти части расположены. Анализируя значения терминов, необходимо вносить поправку на разницу в их словарном и контекстуальном толковании и основной акцент перенести на текст, ведь именно текстовая актуализация обозначаемых понятий достигается специфическим заполнением позиций, многоаспектностью номинации, хронологической соотнесённостью и рядом других причин.

Весь этот “чувственный” терминологический пласт лексики, находим, например, в текстах посвященных трактовке любви в философии. Явное несовпадение и неоднозначный характер взаимоотношений (социальных, этнических, психологических, культурных, профессиональных) между мужчиной и женщиной, рефлексии во взаимоотношении полов делают их весьма интересными для сравнительного анализа. Читая «Фрагменты речи влюбленного» Р. Барта, построенные в форме словаря, находим здесь такие статьи, как: *истина, краснбайство, магия, непристойность, образ, я-люблю-тебя* и т.п. Эти понятия подчас сложны для описания, но они определённо терминологичны, т.к. имеют в философии более или менее отчетливую дефиницию. Сравн. философское понимание ‘любви’ в немецкоязычных словарях: *Liebe – spezifisch menschliche Einstellung oder Beziehung zu einem bestimmten Menschen, einer Sache oder einer Idee, die sich als Bedürfnis äußert, sich mit ihm bzw. ihr zu identifizieren* (Kulturpolitisches

Wörterbuch 1978: 454) или *Liebe*, allg. *dasjenige Hinstreben zu einem anderen, das in seiner geistigen (vergeistigten) Form im Unterschied zum triebhaft-sinnlichen Begehren nicht auf Aneignung und Einverleibung zielt, sondern auch in der Absicht auf das Gute für den anderen und in der Vereinigung mit ihm den anderen zugleich „sein“ lassen will* (Halder A. Philosophisches Wörterbuch 2003: 190).

3. Тематизация. Роль терминологии в структуре научного текста, а, значит, и всего научного контента, важна, но она не является определяющей, если мы говорим о социальном смысле взаимодействия науки и медиа, суть которого состоит в том, что последние *играют связующую роль между наукой и массовым сознанием*. Именно массмедиа формируют в нашем сознании образ реальности, акцентируя одни её фрагменты и оставляя без внимания другие [Юревич 2001: 66]. ... Влияние науки на общество выражается не только в открытии законов природы и технических изобретениях, но и в *выработке идеологем, которые, вживляясь в массовое сознание, становятся ориентирами социального действия и социальной организации* [там же: 67].

В качестве инструмента вживления этих идеологем выступают медиа в отношении реализации актуальной, с их точки зрения, «повестки дня». Действительно, положенная в основу учения М. Мак Комса и Д. Шоу теория *agenda setting*¹, впоследствии усовершенствованная и дифференцированная в рамках действия трёх моделей понимания [см.: Ueckermann, Weiss 1983: 69-79], отражает в содержательном плане *тематизацию* всего медийного содержания. При формировании «повестки дня» в медиа и изучении потребностей реципиентов происходит, структурирование (ранжирование) тем, направленностей, связей и зависимостей между ними, что является важнейшим показателем и результатом выступают т.н. перемещенных во времени перекрестных связей (Cross-Lagged Correlations), отражающих ожидания медиа и их потребителей.

Теория установления повестки дня, основная идея которой заключается в направленном влиянии медиа, показывает, что медийные сообщения вызывают изменения на информационном уровне или на уровне восприятия индивидуальных реципиентов. Медиа, в свою очередь, предоставляют темы для общественной коммуникации, структурируют и оценивают их. Не случайно поэтому, под *тематизацией* понимают параллельный процесс, при котором в

¹ Подр. см.: Пастухов А.Г. *Agenda setting*, или установление повестки дня в медиатексте // Медиатекст: стратегии – функции – стиль: коллективная монография / Л.И. Гришаева, А.Г. Пастухов, Т.В. Чернышова (отв. ред.) – Орёл: Орл. гос. ин-т искусств и культуры, ООО «Горизонт», 2010b. – С.171-185.

«медийном обществе» акцентируется внимание. Н. Луман писал по этому поводу: «Если внимание не постоянно, то формируются некоторые правила по его привлечению» [Luhmann 1979: 37]. По этим правилам функционирует и то, что мы называем «общественным мнением». Ныне этого внимания становится всё меньше, хотя сами правила используются более строго.

Табл. 1

Название модели	Содержание модели
Модель понимания	Тематизация обстоятельства события в медиа ведёт к тому, что реципиенты обращают внимание именно на эту тему.
Модель выделения	Различные особенности темы обуславливают отношение реципиентов к этим темам с бóльшим или меньшим значением.
Модель приоритета	Значимость темы в сообщениях влияет не только на её общую оценку для реципиента, но и на её фиксацию в сознании аудитории как особо значимой.

Из табл. 1 видно, что перенос исследовательского интереса от индивидуальных опросов, призванных отражать действительные настроения аудитории, не обязательно соответствует мажоритарному тематическому распределению при установлении повестки дня. При этом мы исходим из того, что медиа, с небольшими поправками, имеют более сильный интерес, в т.ч. и к науке. В целом, постоянное расширение «полномочий» медиа и монополизация ими сферы конструирования общественного мнения привели к размыванию границ между объективно-политической реальностью и реальностью виртуальной, или массмедийной. По сути, вне медиаконтекста событий, явлений просто не существует. Медиареальность, подменяя собой объективную реальность, формирует социально-психологические парадигмы, а значит – конструирует общественное сознание и моделирует конъюнктуру, в т.ч. научную.

Превратив науку в медиапроцесс и простимулировав соответствующие трансформации в процессе научных коммуникаций, медиа «деформируют» её как важную систему представительства гражданских интересов и существенно детерминируют собственный контент. В результате журналисты чаще всего имеют дело учёными, показатели *научной* продуктивности которых ниже, чем у их менее "видимых" коллег, но преуспевших в саморекламе и установлении полезных связей (А.В. Юревич). Несмотря на многочисленные провалы, отечественные

СМИ не просто благоволят к такому типу науки, но и сами его создают. В итоге вместо научной культуры у нас получают развитие псевдонаучные суррогаты – заказные социологические опросы и т.п., использующиеся в медиа «не столько для зондирования общественного мнения, сколько для его "зомбирования"» [Юревич 2001: 66]. Такая «антрепренерская наука прекрасно справляется с социальным заказом, и потому ей отдается предпочтение перед "настоящей" наукой, от которой порой бывает невозможно получить то, что требуется заказчику» [там же: 66].

В лингвистическом плане учёт подобных эффектов требует найти также ключи к пониманию трансфера специальных знаний, возможностей проникновения специальных языков в стандартный язык. Два основных следствия и эффекта, которые позволяют очертить данную тему с точки зрения языковых вариантов – это понятия "специальный язык" и "стандартный язык журналистики". Они заключаются в большей потребности в информации, тематизации и устойчивом спросе на профессиональные материалы в СМИ и «включении» личного интереса в общую профессиональную тематику, позволяющую ожидать, что неспециалист действительно будет в состоянии понять предметное содержание публикации [Пастухов 2008: 148-149].

Действительно, соотношение между «реальностью», медийной и «читательской» повесткой дня объективирует воздействия окружающей действительности в практической журналистике, чтобы затем обратить потенциальный эффект самого медиапродукта на существующую (научную) реальность. Отсутствие унифицированной системы описания признаков, функций и норм в определении роли конкретного медиа, ещё раз доказывает, что сам феномен '*медиа*' требует в этом случае соизмерения его со свойствами других социальных систем. Данное предположение может выступать операциональной базой не только для выяснения типичных черт интермедиальности, но и для определения их реляционных связей, порядок и ориентация на которые, а также их интерпретация, регулируют условия восприятия и дистрибуции [Пастухов 2010с: 48-49] научной продукции, обладают эстетическим потенциалом и социальными последствиями для любого медиа.

Как мы определили выше, общественная медийная коммуникация в случае, если она придерживается определенной повестки дня, воздействует на публичную агенду. При этом можно сказать, что процесс изменения баланса сил в науке и самих медиа является мощным фактором манипулирования общественным мнением, регулятором поведения акторов. Медийная среда вырабатывает тщательно отрежиссированный сценарий, который в свою очередь является неотъемлемой чертой всех современных общественных событий,

отражением характера функционирования политических субъектов: от массового влияния до «точечной» работы в политическом поле прессы, телевидения и Интернета [Пастухов 2010b: 180].

3. Медиализация. В теоретической модели медиализации речь не идёт, как в парадигме медиализации, об общественно-теоретической макромодели социальных изменений, о концепте «средней зоны досягаемости», которая лишь отчасти касается общей «связи науки и общественности». В отличие от приёмов медиализации, мы рассматриваем различные научные сферы разной степени интенсивности. Несмотря на различные и даже радикально противоположные интерпретации процесса массовой коммуникации, эта модель до сих пор остается базовой для всей современной коммуникативистики – от функционального анализа эффектов массовой коммуникации до структурной лингвистики и теории речевых актов.

Термин «массовый» означает большой объем, область или степень распространения (людей или, например, производства), а понятие «коммуникация» относится к созданию и восприятию смыслового сообщения, к передаче и получению сообщений. Правда, обычное использование понятия «коммуникации» для обозначения процесса передачи (информации), как правило, предполагает отправителя сообщения, т.е. сужает реальное содержание явления, тогда как более полное понимание включает представления об отклике, участии и взаимодействии [Черных 2007: 14].

Принципиальное различие между различными медиа состоит в том, что они отражают их коммуникативные возможности как посредника в передаче специальных знаний. Будучи преимущественно монологическими, печатные медиатексты характеризуются тем, что их адресатами во внешней коммуникации становятся изначально «неспециалисты». Авторы экстранаправленных текстов (в большинстве случаев эксперты или профессиональные журналисты) пишут на специальные темы и тогда решающим обстоятельством является не то, кто на самом деле является дилетантом или экспертом, а в рамках какого конкретного СМИ и как распределяются роли дилетанта и эксперта. Налицо конституирование функциональной модели (с учётом трех важнейших ролей): *дилетант – эксперт – журналист*.

Современные медиа по-разному учитывают и по-разному распределяют темы научного и социального обихода. Так, массовая пресса хочет найти быстрый резонанс и использует соответствующие формы журналистики: краткие крупные заголовки, бросающиеся в глаза темы, размытость информации и элементов читательской аудитории и т.д. Такое смешение, следуя этой логике, свидетельствует о тенденции к бульваризации. Имевшее ранее отрицательную коннотацию понятие

‘бульваризация’ является ныне неперенным носителем массовой культуры и означает «занимательное, информационное и информативное обращение к читателю» [Biere 2000: 26-27]. В выделении самой тенденции к бульваризации на передний план выходит эмфатическое понятие ‘*infotainment*’. Возникает закономерный вопрос, какую обратную связь (feed-back) информация обнаруживает в своих «потребителях» и как можно наиболее выгодно реализовать убедительный «*инфотэймент*»?² Соответственно содержание информации, её специальная часть, по идее, должны быть подготовлена так, чтобы заинтересовать большинство читателей и ответить на их вопросы. Образовательная и информационная функция медиа в части презентации научного или специального знания с каждым годом приобретает все большее значение. Общество в своих интересах стремится обеспечить доступ к информации из различных отраслей, важной с точки зрения потенциальных реципиентов.

Внутри процесса коммуникации между специалистом и неспециалистом представители массмедиа – профессиональные журналисты – выполняют посредническую функцию. Массовая коммуникация в профессиональной сфере, использующая различные денотаты и отношения как внешнюю, предметную коммуникативную ситуацию, ставят для журналиста задачу способствовать преодолению информационных барьеров в отношении адресата сообщения и «упаковки» её в наиболее привлекательную оболочку.

Новые медиа, ассоциируемые прежде всего с электронной прессой, радио и телевидением, кино и видео, традиционно объединялись под заголовком «массмедиа». Их изучение развивалось как составная часть социологии массовых коммуникаций³. Однако в научном плане «хождение» этого понятия оправдано, скорее, в силу привычки, как удобный способ для обозначения области исследования, но отнюдь не как средство определения того, как эта область должна изучаться, или установления предположений, из которых должно исходить исследование [там же: 15]. По мнению Т. Беннета, и это не просто проблема терминологии, развитие «новых подходов к изучению медиа, в рамках которых осуществляется связь между медиапроцессами и более широкими социальными и политическими отношениями, существенно

² инфотэймент (от англ.: *infotainment* = *information* + *entertainment*) – жанр, объединяющий информацию и развлечение.

³ Процесс массовой коммуникации не есть синоним «массмедиа» и в этом мы солидарны с А. Черных. В обыденном языке распространено именно такое употребление понятий. Термин *массмедиа* как калька от англ. *mass media* в последнее время требует своего переосмысления и уточнения, т.к. он уже не может удовлетворить быстро изменяющимся условиям медийной среды. – А.П.

отличается от языка, который воплощается в подходах традиционной социологии массовых коммуникаций» [Bennett 1982: 32]: от конвенционального текста – до гипертекста.

Методологическое осмысление гипертекста требует своего логического продолжения и в лингвистическом описании. Одной из продуктивных областей исследования гипертекста является его изучение на примере реализационных образцов, в частности, медиареализаций. Эта методология, или вернее, комплекс методов, позволяет лингвистам лучше понять гипертекст как специфический феномен, трансформирующий современные информационные пространства, как естественное продолжение исследования принципов организации и понимания обычного текста. Сложность и многоаспектность представления научной информации вообще, а в электронном гипертексте (сравн.: *нелинейность, фрагментарность, незаконченность, наличие обратной связи* и т.д.), в частности, выявляет в междисциплинарном поле возможные недостатки самого текстуального подхода и намечает предпосылки понимания сути структур реально функционирующих медиатекстов.

Гипертекст как форма представления научной информации обладает рядом структурных и функциональных особенностей. Человек становится не просто получателем информации, как при работе с обычным текстом; он самостоятельно создаёт, руководствуясь своими потребностями, неповторимый, уникальный текст. В условиях роста количества научной и медийной информации именно гипертекст становится наиболее адекватной формой хранения и передачи данных для учёных: воспринимать информацию в линейной форме стало задачей практически невыполнимой, равно как и осознанно выбирать ту информацию, которая ему действительно нужна [Федосеева 2007: 284].

Знание качеств медиаинформации, а также особенностей её презентации проявляется в эффективном комбинировании, кооперации различных медиа. Редакторы, журналисты, реализуя свои индивидуальные предпочтения, в медийной практике используют такую текстуру информации, позволяющую рационализировать и трансформировать её в производство по созданию серийных адекватных медиапредложений [Пастухов 2010с: 53], а также таких форм медиапрактики, которые на этапе формирования производства медиапрограмм и/или совершенствования медиатехник способствуют систематизации контента и самого материала. Конституирование новых научных медийных жанров (форматов) способствует, в свою очередь, рационализации дистрибуции информации, выработке стратегий её восприятия и ожидания.

Заключение. Подводя итоги, заметим, что выведение на передний план не собственно проблем научного контента, а вопросов исследовательского свойства и эвристического потенциала науки связано с

задачей поиска способов представления комплексного, мультимедийного научного гуманитарного знания. Кроме того, для систематизации методологических подходов к его изучению как семиотико-лингвистической парадигмы, необходимо создать целостное представление относительно многих практических аспектов данной проблемы, помочь создателям и потребителям научного контента, реализуемого в медиа, в решении множества сугубо утилитарных задач.

И это не только технологические задачи. Извечный спор физиков и лириков, хотя уже и не имеет прежней остроты, но он с новой силой подтверждает: сугубо технический артефакт – компьютер – становится инструментом накопления гуманитарных знаний, а его продукт (текст) всё чаще рассматривается не как род литературы, а как класс информационных систем. Сюда необходимо добавить понимание того, что нам необходимо попытаться предсказать, к каким именно социальным, экономическим и культурным последствиям приведёт в ближайшем будущем стремительное проникновение механизмов медиализации во все сферы жизнедеятельности и, прежде всего, в образование и науку.

Вероятными, хотя и весьма противоречивыми, остаются сценарии и направления дальнейшего хода событий, когда развитие информационных и медийных технологий в науке приведёт к тому, что бурное развитие информационно-коммуникационной сферы вызовет некие новые, основополагающие изменения в общем коммуникативном опыте современного человека [Пастухов 2012].

В заключение отметим, что многие «старые» понятия уже оказываются недостаточными, чтобы описать и объяснить «новые» изменения современного миропорядка. Сейчас мы находимся в ситуации, когда эти связи должны быть *re*-систематизированы вследствие набирающего силу технического прогресса и развития медиа, быстрого пополнения запасов знаний, актуальных понятий и связанных с ними отношений. Даже во времена кризиса происходят кардинальные структурные изменения, приводящие к изменению социальных подсистем. С появлением новых технологий и новых медиа происходит изменение всей «социальной семантики» [Selke/ Dittler 2009: 4]. И это показательный факт: развитие не идёт поступательно, шаг за шагом, а протекает одновременно или параллельно в многочисленных, невидимых глазу диффузных процессах с установлением абсолютно новой традиции.

Библиографический список:

- Азарова Н.М. *Язык философии и язык поэзии – движение навстречу (грамматика, лексика, текст): моногр.* – М.: Логос/Гнозис, 2010. – 496 с.
- Ахманова О.С. *Словарь лингвистических терминов.* – М.: Советская энциклопедия, 1966.
- Гачев Г.Д. *О возможном содействии гуманитарных наук развитию естественных // Методологические проблемы взаимодействия общественных, естественных и технических наук.* – М., 1981.
- Ищенко, Е.Н. *Современная эпистемология и гуманитарное познание: Монография.* – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2003. – 144 с.
- Константинова Е.Г. *Популяризация науки на современном российском экране: кризис направления и пути преодоления // Медиаскоп.* – Вып. №1. – 2009. – Эл. ресурс. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/290>
- Пастухов А.Г. *Метаязык науки и лингвистическая философия // Язык и культура: Тез. II Межд. конф.* – Киев, 1993. – С. 19-21.
- Пастухов А.Г. *Терминология науковедения как лексика языка отдельной социальной группы // Язык образования и образование языка: Материалы междунар. науч. конф.* – Великий Новгород, 2000а. – С.238–239.
- Пастухов А.Г. *«Чувственная» терминология как отражение категорий философии // Отраслевая терминология: Лингвопрагматические аспекты.* – Цикл 5. – Воронеж, 2000b. – С.11-13.
- Пастухов А. *Гуманитарное знание и «культурный ландшафт» // Language, Society and Problems of Intercultural Communication.* – K. Bogacki, H. Miatulik, L. Serada (eds.) – Bialostok, 2005. – pp.330-335.
- Пастухов А.Г. *Некоторые аспекты «бульваризации» специального знания в СМИ // Язык для специальных целей: система, функции, среда: сб. мат-лов II науч.-практ. конф. /Е.Г. Баянкина (отв. ред.).* – Курск: Курск. гос. техн. ун-т, 2008. – С. 146-149.
- Пастухов А.Г. *Медиатекст в гипертекстовом представлении (о некоторых способах выражения отношения к действительности) // Гипертекст как объект лингвистического исследования: Мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. 15 марта 2010 г. / отв.ред. С.А. Стройков.* – Самара: Поволжск. гос. соц.-пед. акад., 2010а. – С. 95-102.
- Пастухов А.Г. *Agenda setting или установление повестки дня в медиатексте // Медиатекст: стратегии – функции – стиль : коллективная монография / Л.И. Гришаева, А.Г. Пастухов, Т.В. Чернышова (отв. ред.)* – Орёл: Орл. гос. ин-т искусств и культуры, ООО «Горизонт», 2010b. – С.171-185.
- Пастухов А.Г. *Интермедиальное цитирование в системе рационализированной медиапрактики // Медиафилософия V. Способы анализа медиареальности / Под ред. В.В. Савчука, М.А. Степанова.* – СПб: Изд-во Санкт-Петербургского философского общества, 2010с. – С. 43-57.
- Пастухов А.Г. *Инфотейнмент и эдутейнмент: цифровые медиа против бумажных? // Филология и человек.* – 2012. – №4 (в печати).
- Сёрл Дж. *Политика и гуманитарное образование // Отеч. записки.* – 2002. – №1.
- Соломоник А. *Философия знаковых систем и язык.* – Мн.: МЕТ, 2002. – 408 с.

- Титц С. Коэн Л., Массон Д. Язык организаций. Интерпретация событий и создание значений / Пер. с англ. – Харьков: Гуманитарный Центр, 2008. – 324 с.
- Федосеева О.В. Проблемы когнитивного моделирования электронного сайта как гипертекста // Дискурсивный континуум: текст – интертекст – гипертекст / Мат-лы Всерос. науч. конф. (май 2006 г.) – Самара: Изд-во СГПУ, 2007. – С. 283-288.
- Черных А.А. Мир современных медиа. – М.: ИД «Территория будущего», 2007. – 312 с.
- Юревич А.В. Наука и СМИ // Полис. – №3. – 2001. – С. 63-71.
- Bennett T. *Theories of the Media, Theories of Society // Culture, Society and the Media*. Ed. by Gurevitch M. et al. – London: Methuen, 1982.
- Biere, B.U. «Infotainment» – Boulevardisierungstendenzen im Wissenschaftsjournalismus? In: *AbraKadabra der Fachsprache: Wissenschaft und Medienöffentlichkeit*. – (Hrsg.) Dieter Erlach, Bernd Schurf. – Berlin: Cornelsen Verlag, 2000. – 80 S.
- Bösch, St. Reflexive Wissenspolitik. Formierung und Strukturierung von Gestaltungsöffentlichkeiten. In: *Alexander Bogner & Helge Torgersen (Hg.): Wozu Experten?* – Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2005. – S. 241-263.
- Bösch, St. Science Assessment: Eine Perspektive der Demokratisierung von Wissenschaft. In: *Stefan Bösch & Peter Wehling (Hg.): Wissenschaft zwischen Folgenverantwortung und Nichtwissen*. – Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 2004. – S. 107-182.
- Galison P. & Sturm D.J. *The Disunity of Science: Boundaries, Contexts and Power*. – Stanford: Stanford University Press, 1996.
- Hoffmann, L. Fachwissen und Fachkommunikation. Zur Dialektik von Systematik und Linearität in den Fachsprachen. In: *Bungarten, T. (Hrsg.): Fachsprachentheorie*. Bd. 2. – Tostedt: Attikon, 1993. – S. 595-617.
- Knorr Cetina, K. *Wissenskulturen. Ein Vergleich naturwissenschaftlicher Wissensformen*. – Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 2002. – 384 S.
- Picht, H. *Fachkommunikation - Fachsprache*. In: *Budin, Gerhard (Hg.): Mehrsprachigkeit in der Fachkommunikation*. Bd. I. – Wien: TermNet, 1996. – S.27-45.
- Schäfer M. S. *Wissenschaft in den Medien. Die Medialisierung naturwissenschaftlicher Themen*. – Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007. – 232 S.
- Selke S. / Dittler U. Tabbert Thomas T. *Entwicklungspotentiale virtueller Stars in einer Erlebnisgesellschaft // Postmediale Wirklichkeiten. Wie Zukunftsmedien die Gesellschaft verändern*. – Stefan Selke Ullrich Dittler (Hrsg.) – Hannover: Heise Zeitschriften Verlag, 2009. – S. 93-114
- Ueckermann H., Weiss H.-J. *Agenda-Setting: Zurück zu einem medienzentrierten Wirkungskonzept? // Politik und Kommunikation / U. Saxer (Hrsg.)* – München, 1983 – S. 69-79.
- Weingart P. *Die Stunde der Wahrheit? Vom Verhältnis der Wissenschaft zu Politik, Wirtschaft und Medien in der Wissensgesellschaft*. – Weilerswist: Velbrück Wissenschaft 2001. – 397 S.
- Weingart, P. *Wissenschaftssoziologie*. – Bielefeld: transcript, 2003. – 172 S.

Список источников иллюстративного материала:

Барт, Р. Фрагменты речи влюбленного / Пер. с фр. В. Лапицкого. – М.: Ad Marginem, 1999. – 431 с.

Kulturpolitisches Wörterbuch / Hrsg. M. Berger u. a. – 2. Aufl. – Berlin: Dietz, 1978. – S. 454.

Philosophisches Wörterbuch / Hrsg. v. A. Halder / Mitbegründet v. Max Müller. – 2., völlig überarb. Neuauflage. – Freiburg – Basel – Wien: Herder Spektrum, 2003. – 448 S. (Band 4752)