

# Электронная текстовая культура: вызовы и тенденции<sup>1</sup>

**Шапиро О. А.**

*Кандидат философских наук  
Таврическая академия КФУ им. В. И. Вернадского  
(г. Симферополь, Российская Федерация)*

УДК 316.7

*В докладе рассматривается современный этап трансформации текстовой культуры, представляющий собой переход от печатной к электронной текстовой культуре. Сопоставляются различные типы текстов печатной текстовой культуры с их электронными аналогами. Выявляется причина «смыслового сдвига» при трансформации традиционного эпистолярного текстового формата в его электронный аналог.*

**Ключевые слова:** *текст, текстовая культура, смысл, Интернет, виртуальная коммуникация*

## Electronic textual culture: challenges and trends

**Shapiro O. A.**

*Candidate of Philosophical Sciences  
Taurida Academy of V. I. Vernadsky CFU  
(Simferopol, Russian Federation)*

*Contemporary sage of textual culture transformation is considered in the theses. It is a transition from the printed textual culture to the electronic one. Different types of texts of the printed textual culture are compared with their electronic analogues. The cause of “sense shift” in the transformation of the traditional epistolary text format into its electronic analogue is revealed.*

**Keywords:** *text, textual culture, sense, the Internet, virtual communication.*

Сегодня мы являемся свидетелями сложного процесса перехода от печатной текстовой культуры к электронной, который по своим масштабам сопоставим с серьезными сдвигами в рациональности, вызванными эпохой возникновения книгопечатания. По-видимому, наше время будет отмечено не менее значимыми изменениями: многие ученые уже тревожатся и говорят о формировании так называемого клипового мышления, о феномене информационного пресыщения и о многом другом. Я же полагаю, что прежде чем давать катастрофические прогнозы и негативные оценки, мы должны выяснить специфику и определить основные направления трансформации текстовой культуры. Каким образом изменяются традиционные для эпохи печатного слова текстовые форматы? Ответ на этот вопрос позволит нам найти эффективные стратегии приспособления к новым технологиям.

Глобальным хранилищем всего массива виртуальных текстов является Интернет; на индивидуальных носителях сохраняется лишь ничтожно малая доля информации, которую при общем исследовании мы можем не брать в расчет. Все виртуальные ресурсы мы можем разделить на несколько групп, характеризующих типы хранения текстов; все они имеют свои аналоги в печатной текстовой культуре:

<i>Тип Интернет-ресурса</i>	<i>Аналог печатной текстовой культуры</i>
поисковые системы	Справочники, словари, энциклопедии, библиотечные каталоги
информационные сайты	Библиотеки (включая все многообразие книг,

<sup>1</sup>Исследование выполнено при поддержке РФФИ-ОГОН, грант № 16-03-00120 «Влияние форматирования на смысл: изменения в текстовой культуре и трансформация коммуникации»

	журналов и пр.)
	Листовки, брошюры предприятий, визитные карточки
	Традиционные СМИ: газеты, журналы
интернет-магазины	Все типы магазинов и рынков. Не являются текстовым форматом, но могут рассматриваться как частный случай формата коммуникативного
коммуникативно-ориентированные ресурсы (включая сервисы для личной переписки, соц. сети, блоги и пр.)	Письма
	Публичная переписка на страницах периодических изданий

Наибольший интерес у нас вызывает последний тип Интернет-ресурсов – коммуникативно-ориентированные; именно они сегодня наиболее востребованы и вызывают опасения в связи с влиянием на личность пользователя. При этом наш интерес направлен на изменение *смысла*, транслируемого в подобных текстах. В личной переписке смысловой сдвиг происходит от глубоко личностной, художественно оформленной переписки к коротким деловым сообщениям; в публичной переписке происходит смена приоритетов: если в печатной текстовой культуре публичность была для автора сообщения способом апробации и защиты его идей, то в электронной культуре наличие идей (или *тем* для сообщения) является средством для выхода автора в публичное коммуникативное пространство. Именно публичность как цель «для всех и каждого», на мой взгляд, является ключом к пониманию смысла текстового наполнения социальных сетей и блогов.