УДК 347.781.52

Е. В. Васина

Компания «Альтком»
ул. Артема, 51а, Донецк, 83000, Украина

E-mail: Alena-vasina@yandex.ru

ФИЛОСОФСКОЦЕНТРИЧНЫЕ ПОДХОДЫ КАК ОСНОВА МЕТОДОЛОГИИ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИАТЕКСТА

Поднимается проблема поиска эффективных методов исследования массмедийных текстов. Доказывается необходимость объединения различных подходов для изучения этого типа текстов. Обосновывается необходимость целенаправленного, последовательного, системного использования философскоцентричных подходов для анализа текстов массмедиа, интерпретация которых требует обращения к широкому социальному контексту.

Ключевые слова: массмедийный текст, метод, языковая игра.

Тексты массовой коммуникации стали предметом пристального внимания исследователей, начиная со второй половины XX в. Изначально подчеркивалась междисциплинарность этого явления, необходимость привлечения различных методов и подходов, которые позволяли бы проанализировать все уровни организации медиатекста с учетом его сложной целостности. Тем не менее хотя исследователи и отмечают сложную природу медиатекста, обязательную связь с фоновыми знаниями и наличие невербальных элементов, наибольшее распространение получили методы изучения его вербальной составляющей. Они эффективны в исследовании «застывшей» формально-смысловой представленности медиатекста, отдельных его фрагментов. Однако развитие технологий привело к появлению принципиально новых каналов коммуникации, которые уже стали неотъемлемой частью социальной реальности. Специфика этих новых каналов сделала электронный массмедийный текст доминирующим в информационном пространстве. В отличие от текстов традиционных СМИ он представляет собой крайне сложное для анализа явление, поскольку постоянно открыт для трансформаций: различного рода и способов дополнений, комментариев, расширений смысла, размещений в новых контекстах. Причем внесение изменений осуществляется как автором (авторами), так и реципиентами. Электронный массмедийный текст уже не вписывается в традиционную систему жанров, стилей, концепций композиции, вступает в сложные связи с постоянно изменяющимся контекстом, принципиально дискурсивен по своей природе. Его анализ требует пересмотра существующей методологии и применения интегрированных подходов, которые были бы способны охватить различные аспекты существования массмедийного текста.

На примере (рис. 1) можно увидеть основные тенденции трансформации медиатекста. Сообщения о событиях, произошедших в 13.40, опубликовано в 14.47. В качестве источника информации выступает социальная сеть «Facebook». В цитате политолога есть слова «повідомляє власкор», которые значат, что текст в «Facebook» уже представлял собой копию новости, дополненную комментарием политолога. В заголовке можно увидеть пометку о том, что в текст вносились изменения. Использование комментария из «Facebook», написанного неформальным языком, размывает границы новостного жанра, употребляется сниженная разговорная лексика. Подчеркнем, что за текстом новости следуют комментарии. В результате этого медиатекст активен: он

ISSN 1818-7919
Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2013. Том 12, выпуск 10: Журналистика
© В. Е. Васина, 2013

дополняется и постоянно, несистемно, прежде всего, эмоционально комментируется, копируется и тиражируется снова-таки с комментариями пользователями социальных сетей, трансформируясь таким образом за счет новых смысловых наслоений, которые не всегда социально и даже личностно ответственны. Все это фактически делает невозможным исследование медиатекста в рамках уже выработанных традиционных методологий и подходов.

Необходимость объединения различных подходов для изучения текстов массмедиа, учитывающих его изначальную междисциплинарность, была осознана многими исследователями еще в середине прошлого столетия. Т. Ван Дейк, ведущий специалист по медиатекстам и медиалингвистике, отмечал: «Анализ дискурса не следует ограничивать структурами текстов или диалогов. Когда дискурсы получают определение как единицы вербального общения или как коммуникативные явления, к их реальной обработке или использованию в социальных или коммуникативных аспектах следует обращаться с позиций целостного, интегрированного подхода» [Ван Дейк, 2000. С. 136]. Рассмотрение массмедийного текста как единицы вербального общения или коммуникативного явления позволяет более точно интерпретировать смысл сообщения, понять интенции автора и реакцию реципиента.

Специфическая форма репрезентации медиатекста в Интернете приводит к тому, что он во время каждого прочтения изменяет не только свою форму, но и свой смысл. Например, это могут быть как незначительные трансформации (исправление грамматических ошибок, счетчик просмотров текста, отличия формы отображения в различных программах), так и более существенные (изменение контекста благодаря постоянному обновлению гиперссылок, добавление изображений, комментарии пользователей). В принципе уже можно говорить о том, что выбор информации, формирование контекста и восприятие смысла напрямую зависит от пользователя, хотя и он не является абсолютно определяющим медиатекст фактором. Однако активная и постоянно возрастающая роль реципиента требует большего внимания исследователей к дискурсивным и культурным аспектам, которые важно учитывать для того, чтобы профессионально исследовать фоновые знания, социолект в создании и реализации смысла медиатекста, его влияния на сознание, информационное пространство, модели и прин-

Новини: Політика

← Повернутися до списку RSS Архів

Неділя, 14 липня 2013, 14:47 • Дзвіна Карплюк

Версія для друку

У Луцьку у Б.Коморовського кинули яйцем (доповнено)

КИЇВ. 14 липня. УНН. Політолог Кость Бондаренко на своїй сторінці в мережі Facebook написав, що у Луцьку опісля молебню за душі загиблих під час Волинскої трагедії у Президента Польщі Броніслава Коморовського влучили яйцем, передає УНН.

"Інцидент стався приблизно о 13.40-13.45, коли глава Польщі вийшов з костелу та прямував замковою площею — повідомляє власкор В цей час із юрби юнак на вигляд 15-17 років влучив у Президента Польщі яйцем. Винуватця інциденту затримали миттєво. Наразі правоохоронці не коментують цієї події.

Зараз знайдуться ті, хто із цього юного дебіла (інші слова важко підібрати) будуть робити нового героя", — написав політолог.

Джерело: УНН

Теги: *Луцьк, Броніслав Коморовський*

В +1 Нравится 0 Tweet 0 +1 0

← Повернутися до списку

Коментарі 19

Рис. 1. Скриншот страницы интернет-издания «УНН»
с новостью об инциденте с Президентом Польши, в которой использовано сообщение из социальной сети
(http://www.unn.com.ua/uk/news/1231151-u-lutsku-v-komorovskogo-kinuli-yaytsem-dopovneno)

ципы социальной коммуникации. Все это предполагает модификацию взглядов на доминирующие подходы к исследованию медиатекста.

Так, медиалингвисты подчеркивают, что целостный подход требует интеграции лингвистических, психологических, социологических и других методов. «Тексты массовой информации изучаются сегодня с точки зрения самых разных дисциплин – лингвистики, социологии, психологии, стилистики, культурологии, политологии, межкультурной коммуникации. Интеграция различных методов анализа текстов массовой информации в рамках медиалингвистики позволяет получить объемное комплексное представление о реальных свойствах медиаречи, ее стилистике, особенностях воздействия на индивидуальное и массовое сознание, о способах взаимодействия вербального и медийного уровней, об идеологической модальности, о роли культурозначимых компонентов», – пишет Т. Добросклонская [2008. С. 51]. Однако медиалингвистика, будучи одним из направлений лингвистики, в качестве базовых использует преимущественно лингвистические методы, хотя и трансформированные под такой внутренне сложный объект анализа, как медиатекст. К тому же это обусловливает тяготение медиалингвистики к «застывшей» вербальной формально-содержательной организации медиатекста. В этом плане показательно, что Т. Добросклонская говорит о целой группе методов лингвистического анализа, «позволяющих выявить базовые свойства и характеристики текста на различных языковых уровнях: лексическом, синтагматическом (сочетаемость), стилистическом (использование тропов, сравнений, метафор и прочих стилистических приемов), социолингвистическом» [Там же]. Но среди них наиболее важен, по мнению исследовательницы, метод сплошного текстологического анализа, позволяющий выявить закономерности построения текстов массовой информации на синтагматическом и стилистическом уровнях [Там же].

По нашему мнению, лингвоцентричные методы исследования эффективны в анализе медиатекстов, однако не дают полного представления о взаимодействии текста с широким социальным контекстом, фоновыми знаниями реципиентов, особенно невербальными элементами, которые изначально динамичны и процессуальны, как в случае с электронным медиатекстом. Лингвоцентричные методы сосредоточены, прежде всего, на элементах, единицах языка и связях между ними, выявлении их лексических значений, семантики, стиля, прагматических функций. Вырывая фрагменты из текста и контекста, лингвистические методы работают с завершенным, устойчивым текстом, помогают исследовать его фонетическую, морфологическую, синтаксическую организацию, хотя и обусловленную социально-культурным контекстом. Однако этого недостаточно для комплексного, а главное целостного анализа медиатекста. Об этом говорит, описывая методы исследования медиатекста, сама Т. Добросклонская: «Огромное значение для теории медиалингвистики имеет также положение о том, что “правильность восприятия текста обеспечивается не только языковыми единицами и их соединением, но и необходимым общим фоном знаний, коммуникативным фоном”» [Там же. С. 35]. Именно поэтому исследовательница также в числе наиболее значимых и распространенных выделяет методы дискурсивного и контент-анализа, а также комплекс методов историко-культурологического и культуро-сопоставительного характера. «И теория, и методы изучения медиатекстов носят комбинаторный интегративный характер, что отражает саму сущность текстов массовой информации, представляющих собой сложное, многоуровневое и многомерное явление» [Там же. С. 44].

Т. Добросклонская отмечает, что базовое формирующее значение для современного типологического описания медиатекстов имеют такие параметры, как способ создания (авторский – корпоративный, устный – письменный), способ воспроизведения (устный – письменный), канал распространения, функционально-жанровый тип текста и тематическая доминанта. По ее мнению, в рамках медиалингвистики наиболее существенное значение имеет выделение функционально-жанровых типов медиатекстов, к которым относятся новости, информационная аналитика и комментарий, публицистика и реклама [Там же. С. 49–50]. В то же время автор подчеркивает, что «сегодня в сфере массовой коммуникации динамика речеупотребления настолько активна, что происходит постоянное жанровое движение,

лишающее данную единицу необходимого признака устойчивости» [Добросклонская, 2008.С. 42].

Существование медиатекста в интернет-пространстве, где все принципиально неустойчиво, изначально процессуально, привело к дальнейшему активному и быстрому размыванию жанровых границ. На первое место вышла задача оперативно сообщить информацию, форма сообщения при этом вторична – текстом сообщения, новостью может быть фотография, копия документа, видеоролик. Структура новостного сообщения в большинстве случаев сохраняется, поскольку оправдана с точки зрения особенностей восприятия информации, а вот выделение функциональных стилей медиаречи в соответствии с жанрами и тематикой уже достаточно условно.

В то же время специфическая стилистика медиаречи в Интернете дает большее представление о социолекте, фоне и фонде знаний автора и реципиента, точнее об их возросшей роли для современной социальной коммуникации и, следовательно, для существования медиатекста. Эти аспекты поможет исследовать группа семиотических методов. Они необходимы для анализа смысла массмедийных текстов, выявления социокультурной информации, закодированной в сообщении СМК. Одно из наиболее значимых понятий семиотических исследований – понятие культурного кода. «Код – это модель, являющаяся результатом ряда условных упрощений, производимых ради того, чтобы обеспечить возможность передачи тех или иных сообщений» [Эко, 1998. С. 66]. Согласно У. Эко, код может быть сильным или слабым, представлять собой структуру, лексикод (вторичный код, присущий определенной части носителей языка – У. Эко), идиолект (авторский код). Семиотический подход предполагает исследование текста как системы знаков, определение «языка» сообщения, его денотативного и коннотативного содержания. «Знаки отсылают к идеологии и идеология к знакам, и семиотика как наука об отношениях между кодами и сообщениями занимается непрестанным выявлением идеологий, скрывающихся за риторическими приемами (за риториками). В мире знаков, упорядоченных в коды и лексикоды, семиология выявляет идеологии, которые так или иначе отражаются в устоявшихся формах и способах общения» [Там же. С. 109]. Медиатексты в Интернете разворачиваются в несколько этапов – сначала реципиент видит заголовок или изображение с гиперссылкой, а затем раскрывает сообщение, если заинтересовался. Таким образом, наиболее важная, интерпеллирующая информация содержится в заголовке, лиде и изображении – такая форма сообщения предполагает особые риторические приемы, специфические сценарии прочтения и принципы идеологического наполнения, которые сегодня находятся в процессе формирования.

Семиотические методы исследования, как и лингвистические, позволяют изучить содержательную структуру сообщения, отдельные его элементы и их значения, однако они в большей мере отвечают специфике массмедийного текста, язык которого содержит как вербальные, так и невербальные элементы. Изображения в медиатексте часто становятся самостоятельным текстом, более влиятельным, интерпеллирующим и информационно насыщенным. Они все еще не могут существовать автономно по отношению к вербальному тексту, который закрепляет определенный смысл и задает направление прочтения, но уже заметна тенденция к сокращению объема электронного текста и увеличению количества и качества изображений.

Следует отдельно отметить стремительное увеличение количества мобильной фотографии, которая получила широкое распространение не только в интернет-СМИ, но и появляется на страницах авторитетных печатных изданий. Язык этой фотографии также крайне специфичен, иначе воспринимается реципиентом, требует исследования и анализа. Изучение данного феномена невозможно без привлечения семиотических методов, фотография, ставшая частью повседневности (больше нет необходимости в профессиональной технике и специальных знаниях, камера проста в обращении и всегда с собой, как утверждал Ж. Бодрийяр), затрагивает многие слои фоновых знаний. Снимок, который делается, изначально невысокого качества, с максимально близкого расстояния, обладает высокой эмоциональной насыщенностью. Семиотический подход позволяет проявить коннотативную силу этого небольшого по объему денотативного сообщения. Сегодня процесс дешифровки этого сообщения крайне субъективен.

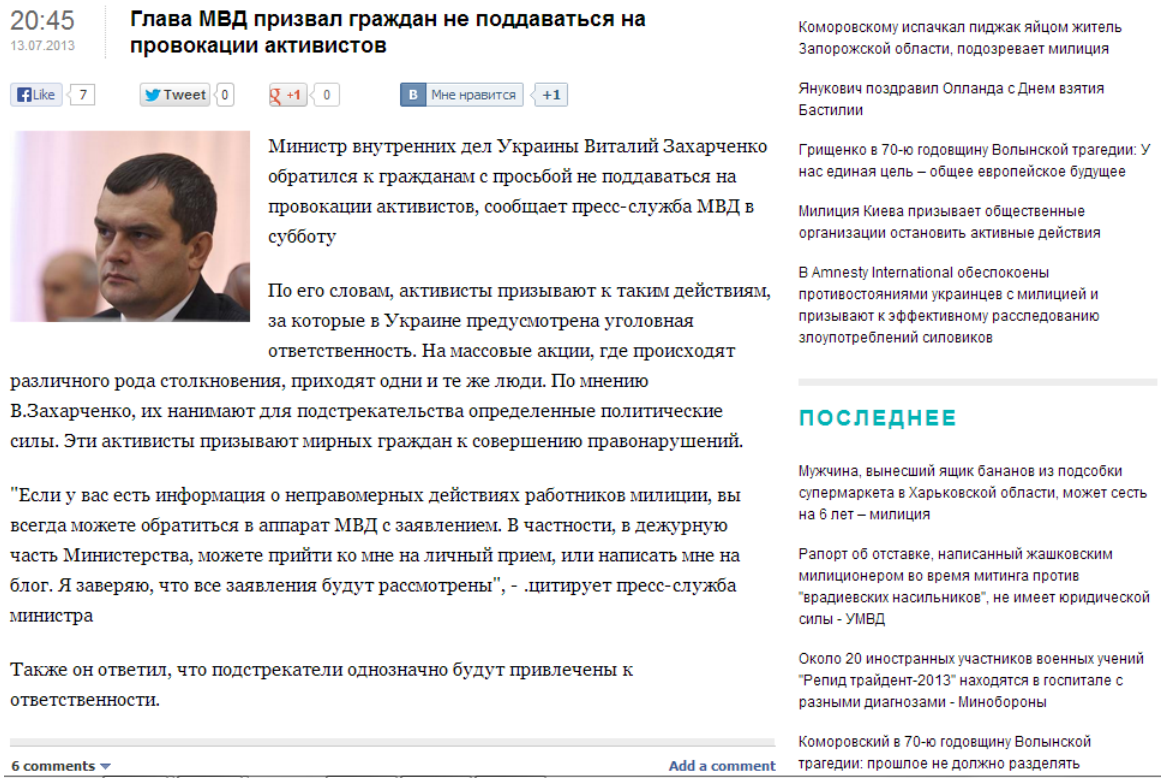
Ю. Лотман отмечал: «Текст предстает перед нами не как реализация сообщения на каком-либо одном языке, а как сложное устройство, хранящее многообразные коды, способное трансформировать получаемые сообщения и порождать новые, как информационный генератор, обладающий чертами интеллектуальной личности. В связи с этим меняется представление об отношении потребителя и текста. Вместо формулы "потребитель дешифрует текст" возможна более точная – "потребитель общается с текстом"» [Лотман, 1992. С. 132]. Это наблюдение, сделанное в отношении художественных текстов, справедливо и для массмедиа, однако требует существенной трансформации методологии, которая бы больше учитывала специфику собственно медиатекста.

Новостные тексты электронных массмедиа также становятся все более короткими не только за счет доминирования изображения, но и в результате того, что для передачи информации активно используются штампы, повторы, устойчивые словосочетания и номинации, графические изображения. Примером может служить такое явление, как интернет-мемы – название информации, фразы или изображения, часто бессмысленного, которое спонтанно приобрело популярность в интернет-среде (Википедия). В результате используемые коды становятся более информационно и эмоционально насыщенными, в разных контекстах способны задействовать различные фоновые знания. Анализ значений таких знаков требует использования семиотических методов исследования, которые позволяют рассмотреть текст как систему вербальных и невербальных знаков. Они дают возможность интерпретировать смысл сообщения с учетом широкого социокультурного, идеологического контекста, разобрать значения кодов на разных уровнях восприятия, выявить особенности формирования смысла для разных групп населения.

Медиатексты в Сети насыщены знаками, причем они настолько специфичны, что не всегда могут быть корректно воспроизведены вне интернет-среды. Например, упомянутые нами интернет-мемы могут быть словом, словосочетанием, цифрой, пиктограммой, набором знаков препинания (так называемые «смайлы»). Сетевая коммуникация имеет свои характерные особенности, изучение которых не представляется возможным без использования семиотических подходов. Изучение медиатекста требует одновременно анализа и интерпретации, как возможности обращения к широкому слою знаний.

В то же время идея культурных кодов, семиотический подход в целом хотя и расширяют возможности методологии анализа, но не способны охватить все необходимые аспекты. Медиатекст не является завершенным, он обращен одновременно к прошлому, настоящему и будущему, может изменять значение в зависимости от развития отображаемых процессов социальной действительности, своего контекста, который тоже динамичен и изменчив по своей субстанциальной природе. Сообщения изначально создаются все более короткими и фрагментарными для того, чтобы они могли занять свое место в контексте, который восполняет недостаток информации и влияет на их восприятие, чтобы впоследствии была возможность их дополнить, трансформировать. Медиатексты в Интернете нацелены на активный отклик, участие реципиента, который может, а в большинстве случаев уже и не в состоянии несубъективно трактовать тот или иной знак и даже присваивать ему новое значение. Языковая игра уже не только приводит к фрагментации действительности, стоящей за медиатекстом, но и требует строгой привязки, чекой референциальной связи между текстом и социальной реальностью. В противном случае возможна быстрая хаотизация не только массмедийного, но и социального пространства. Именно поэтому необходим анализ дискурса, который предполагает изучение экстралингвистических факторов, ситуации восприятия текста, контекста.

Пример на рис. 2 демонстрирует прежде всего повышенное значение контекста, общего фона и фонда знаний для интерпретации и понимания смысла текста. Согласно сообщению, глава МВД призывает граждан не поддаваться на провокации общественных организаций. Усиливает звучание призыва столь ответственного высокого официального лица и фотография министра. В то же время в тексте нет указаний на то, в связи с чем было сделано подобное заявление. Учитывая то, что в стране в этот период произошел ряд резонансных столкновений сотрудников правоохранительных органов



20:45
13.07.2013

Глава МВД призвал граждан не поддаваться на провокации активистов

Like 7 Tweet 0 +1 0 В Мне нравится +1

Министр внутренних дел Украины Виталий Захарченко обратился к гражданам с просьбой не поддаваться на провокации активистов, сообщает пресс-служба МВД в субботу

По его словам, активисты призывают к таким действиям, за которые в Украине предусмотрена уголовная ответственность. На массовые акции, где происходят различного рода столкновения, приходят одни и те же люди. По мнению В.Захарченко, их нанимают для подстрекательства определенные политические силы. Эти активисты призывают мирных граждан к совершению правонарушений.

"Если у вас есть информация о неправомерных действиях работников милиции, вы всегда можете обратиться в аппарат МВД с заявлением. В частности, в дежурную часть Министерства, можете прийти ко мне на личный прием, или написать мне на блог. Я заверяю, что все заявления будут рассмотрены", - .цитирует пресс-служба министра

Также он ответил, что подстрекатели однозначно будут привлечены к ответственности.

6 comments Add a comment

Коморовскому испачкал пиджак яйцом житель Запорожской области, подозревает милиция

Янукович поздравил Олланда с Днем взятия Бастилии

Грищенко в 70-ю годовщину Волынской трагедии: У нас единая цель – общее европейское будущее

Милиция Киева призывает общественные организации остановить активные действия

В Amnesty International обеспокоены противостояниями украинцев с милицией и призывают к эффективному расследованию злоупотреблений силовиков

ПОСЛЕДНЕЕ

Мужчина, вынесший ящик бананов из подсобки супермаркета в Харьковской области, может сесть на 6 лет – милиция

Рапорт об отставке, написанный жашковским милиционером во время митинга против "врадиевских насильников", не имеет юридической силы - УМВД

Около 20 иностранных участников военных учений "Репид трайдент-2013" находятся в госпитале с разными диагнозами - Минобороны

Коморовский в 70-ю годовщину Волынской трагедии: прошлое не должно разделять

Рис. 2. Скриншот веб-страницы информационного агентства «Интерфакс-Украина» с новостью о заявлении МВД Украины (http://interfax.com.ua/news/general/160564.html)

и общественности (нападение на райотдел милиции во Врадиевке, акция протеста под Святошинским райотделом в Киеве, прозвучало недоверие народа милиции, вскрылись циничные коррупционные схемы МВД), то реципиент может и должен по-разному трактовать слова министра. Медиатекст оказывается полем провокаций для неподготовленного реципиента и социума при условии достаточно четких, но нежестких и однозначных связей между знаком и его осуществлением в социальном пространстве.

Любую коммуникативную ситуацию можно представить в виде сценария, который разворачивается в определенных условиях. «Человеческое общение не хаотично. Оно организуется и оформляется по-разному в зависимости от участников, целей, предмета и ситуации общения, в зависимости от социальных норм и культурных традиций. Каждый из нас владеет своим репертуаром коммуникативных практик. Мы о разном и по-разному говорим и пишем (а также слушаем и читаем) в кругу родных и друзей, на работе, на улице, на официальных приемах, в театре, университете, церкви. Термин “дискурс” на языке современной гуманитарной науки и означает устойчивую, социально и культурно определенную традицию человеческого общения» [Силантьев, 2004]. Существование текста в сети также можно представить в виде одной из коммуникативных практик, поскольку он вовлечен в процессы обмена информацией между пользователями, нестабилен и дискурсивен.

Функционирование этого сложного и специфичного пространства коммуникации уже спровоцировало появление особых сценариев и моделей взаимодействия, языка, правил и норм общения. Полноценный анализ сетевого массмедийного текста невозможен без понимания особенностей этой среды. Изучить различные аспекты создания и восприятия электронного массмедийного текста можно с помощью медиапсихологических и социально-психологических методов, которые раскрывают влияние СМИ на сознание и поведение личности и групп, психологию журналистского творчества. Эта группа методов необходима для анализа социального смысла обмена информацией в процессе коммуникации, роли СМИ в соци-

альных процессах и отношениях, репрезентации социальной действительности [Исследования СМИ…, 2011. С. 10].

Комплексное изучение массмедийных текстов требует объединения всех перечисленных подходов. «Не удается сегодня четко провести и ранее очевидную границу между гуманитарными и социальными науками. Традиционно считалось, что гуманитарные науки сосредотачиваются на изучении человека в сфере духовно-нравственной деятельности, на продуктах такой деятельности. Характерное для последних десятилетий взаимопроникновение подходов и методов разных дисциплин (достаточно указать на развитие так называемой качественной социологии, в которой не меньше чем в традиционных гуманитарных науках уделяется внимание уникальности отдельных объектов, интерпретации и пониманию мотивов участников отдельных событий) касается и множества наук, изучающих СМИ» [Там же. С. 11].

Каждая группа методов эффективна в изучении отдельных аспектов функционирования медиатекста. Лингвистические методы помогают выделить языковые единицы в тексте, исследовать связи между ними, рассмотреть стилистические особенности. Семиотические методы дают возможность обратиться к широкому социокультурному контексту, проявить смысл сообщения в конкретной коммуникативной ситуации, проанализировать невербальные элементы текста. Психологические и социально-психологические методы дополняют первые две группы подходов к изучению медиатекста, позволяя более полно рассмотреть особенности создания и восприятия текстов массовой коммуникации. Однако для создания комплексной методологии необходима универсальная основа, которая могла бы объединить различные подходы.

Интеграция лингвистических, семиотических, социологических и психологических подходов должна дать возможность рассмотреть массмедийный текст как целостное явление. И. Ухванова-Шмыгова подчеркивает, что текстоцентричная наука «стремится к познанию знаковой реальности и места знакового субъекта в ней, а значит, ее внимание неизбежно сосредоточивается на речевой практике и языковом опыте. Так мы погружаемся в содержательную среду языка (сложные языковые знаки, факты речевой деятельности) с учетом как статичности знака (знак как результат деятельности), так и его динамики, т. е. открытости. Данная перспектива в состоянии «вместить в себя» практически все богатство методологических подходов и философских дискурсов, свести мозаику взглядов и практик в единую картину» [Ухванова-Шмыгова, 2007. С. 150]. Основой в этой «мозаике взглядов и практик», по нашему мнению, должен быть философский подход, который способен охватить различные аспекты взаимосвязи массмедийного текста с широким социальным контекстом.

Одной из первых значение философского подхода для теории журналистики обозначила еще на рубеже наших столетий Г. Э. Кучерова. «Речь идет о необходимости изучения мировоззренческих основ журналистики (философские трактовки личности, сознания, общения – прямая связь между философской рефлексией и приемами пропагандистского воздействия), массовых идеологических процессов, раскрывающих содержательные аспекты коллективных представлений, ожиданий, настроений, влечений» [2001. С. 6]. Философский подход позволяет разработать необходимую теоретическую базу для описания и анализа процессов создания, функционирования, а также влияния медиатекстов на сознание реципиента, определить их роль в различных социальных процессах.

Как мы уже отмечали, современный массмедийный текст представляет собой сложное для изучения явление, особенно с философско-идеологической точки зрения. Кроме нестабильной формы трудности для анализа создает содержание – интенсивный и содержательно «пестрый», насыщенный поток информации, который требует постоянного притока новых сообщений, знаний, реакций. Он складывается преимущественно из коротких текстов с низкой информационной насыщенностью, которые рассчитаны, прежде всего, на реципиента, располагающего достаточным фондом знаний для их декодирования или же имеющего возможность обратиться к более ранней информации благодаря гипертексту. Все перечисленные нами подходы и методы продуктивны, актуальны, однако целостный анализ массмедийного текста принципиально невозможен в рамках одного из них. Тем более сложной представляется задача изу-

чения сетевых медиатекстов, которые содержат в себе вербальные, невербальные, мультимедийные элементы, включены в сложную систему гипертекстовых связей, погружены в децентрированную и провокационную идеологическую среду. По нашему мнению, проявить внутреннее содержание процессов социальной коммуникации сети можно с помощью анализа реализации коммуникативных сценариев.

Идея разграничения коммуникативных практик в зависимости от ситуации общения лежит в основе многих исследовательских подходов. Массмедиа продуцируют собственные коммуникативные сценарии, задача которых – отображение действительности согласно определенной идеологической направленности. Содержательное наполнение сценариев происходит в момент их реализации и обусловлено фоном и фондом знаний, социолектом. Идеология проявляется в отборе фактов, событий, последовательности и форме их изложения, которая также задается коммуникативным сценарием.

Процесс создания и восприятия медиатекста можно представить в форме языковой игры, которая согласно теории Л. Витгенштейна основывается на связи речи с действием. Его теория языковых игр говорит о том, что слова приобретают смысл только в момент речевого акта. По нашему мнению, концепция языковых игр, как своеобразная форма осмысления коммуникативных явлений, является наиболее эффективным методом изучения массмедийных текстов, базой и основой для создания интегрированного и целостного подхода к изучению этого феномена. Понятие языковой игры включает в себя процесс создания, функционирования и восприятия текста, модель и сценарий его реализации, учитывает коммуникативную компетенцию автора и реципиента, их фоновые знания, ситуацию и условия речевого взаимодействия.

Момент погруженности в жизнь, тесной связи с контекстом, который четко обозначен Л. Витгенштейном, крайне важен для анализа современного массмедийного текста, который практически лишен стабильной формы. Медиатекст, отображаясь на разных устройствах, выглядит по-разному и имеет различные способы управления (принципы чтения), в разное время помещен в разный контекст, связан с постоянно меняющимися гиперссылками. Реципиент движется по тексту в соответствии с настроениями и интересами в различных направлениях: он читает о событии, при необходимости может обратиться к интерактивной карте или к справочникам, посмотреть фотографии, остановиться на важных деталях, пропустить неинтересную информацию. Сообщая о своих интересах системе, копируя и публикуя определенные сообщения, подписываясь на обновления тех или иных сайтов, реципиент самостоятельно формирует свою картину мира, которая пересекается с картиной мира других реципиентов, они взаимно дополняются, развиваются и представляют собой новое пространство социальной коммуникации, центром которого становится человек и его интересы. Этот человек зависим от информации, испытывает постоянную потребность в коммуникации, он имеет уже устоявшиеся модели поведения в Сети, которые отражают его характер и интересы. Языковые игры нового пространства социальной коммуникации позволяют реципиенту без особых усилий и исходя из собственных предпочтений формировать свой виртуальный образ, круг общения и интересов, активно взаимодействовать с другими людьми. Все эти процессы происходят в соответствии со специфическими моделями коммуникации, которые невозможно проанализировать, используя отдельно лингвистический, социологический, психолингвистический, психологический подходы. Необходим междисциплинарный подход, основой которого должна стать философия «как метаязык всех наук» [Кучерова, 2001. С. 16].

Именно философскоцентричные подходы позволяют изучить природу информационных процессов, социальной формы материи, законы функционирования информации в обществе, знаковые системы, природу коммуникативного действия, связь развития средств коммуникации с этапами развития цивилизации [Исследования СМИ…, 2011. С. 8]. Они способны охватить различные аспекты сложных трансформаций, которые происходят в информационном пространстве и тесно связаны с социальными явлениями. Электронный медиатекст находится в процессе развития и становления, связь с контекстом обретает большое значение в формировании смысла сообщения.

Изучение этого сложного феномена требует комплексных, интегрированных подходов, которые позволяют рассматривать как отдельные элементы, так и целостный медиатекст со всем многообразием его связей с контекстом, фоновыми знаниями, социокультурным фоном, потоком идеологических настроений и установок.

Список литературы

Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.

Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: Наука, 2008. 264 с.

Исследования СМИ: методология, подходы, методы: Материалы лекций для аспирантов факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова / Сост. И. Д. Фомичева. М., 2011. 236 с.

Кучерова Г. Э. Журналистика как объект теоретического анализа в европейской научной мысли XIX – первой половины XX в. Ростов н/Д, 2001. 329 с.

Лотман Ю. М. Семиотика культуры и понятие текста // Лотман Ю. М. Избранные статьи. Таллинн, 1992. Т. 1. С. 129–132.

Силантьев И. В. Текст в системе дискурсных взаимодействий // Критика и семиотика. 2004. Вып. 7. С. 98–123.

Ухванова-Шмыгова И. Ф. Дискурсные методики или контент-анализ? Выбор методики зависит от выбора методологии // Крыніца знаўства і спецыяльныя гістарычныя дысцыпліны: Навук. зб. / Рэд.: У. Н. Сідарцоў, С. М. Ходзін і інш. Мінск, 2007. Вып. 3. С. 140–150.

Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. М.: Петрополис, 1998. 432 с.

Материал поступил в редколлегию 22.07.2013

E. V. Vasina

APPROACHES CENTERED ON PHILOSOPHY AS THE METHODOLOGICAL BASIS OF THE MEDIA TEXTS RESEARCH

The article raises the problem of finding effective methods of mass media texts investigation. The need of different approaches to the study of this type of texts is proved. The necessity for a focused, coherent, systematic use of approaches centered on philosophy in the analysis of mass media texts (the interpretation of which requires access to a broad social context) is justified.

Keywords: mass media text, method, a language game.