

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

На правах рукописи

УДК 101.1:316.77(043.3)

Опарина Вероника Владимировна

КАНОНИЧЕСКИЙ ТЕКСТ В СОЦИАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ СРЕДСТВ
МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

09.00.11. – социальная философия

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата философских наук

Ижевск - 2006

Диссертационная работа выполнена в государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Удмуртский государственный университет»

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор
Ольга Николаевна Бушмакина

Официальные оппоненты: кандидат философских наук,
Эльвира Расилевна Рогозина

доктор философских наук, профессор
Николай Александрович Печерских

Ведущая организация: ГОУВПО «Ижевская сельскохозяйственная академия»

Защита состоится «__» _____ 2006 года в _____ часов на заседании диссертационного совета К. 212.275.03 в Удмуртском государственном университете по адресу: 426034, г. Ижевск, ул. Университетская, Д. 1, корпус VI, ауд. 208.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке УдГУ.
Автореферат разослан «__» _____ 2006 года.

Ученый секретарь
Диссертационного совета
кандидат философских наук, доцент

О.В. Санникова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. В настоящее время огромную роль в социальном взаимодействии играют средства массовой коммуникации, которые могут быть представлены как условие саморефлексии общества. Отождествление социальной и коммуникативной реальности приобретает большую актуальность - социальное пространство не может пониматься как объективированное поле социального, существующее в неререфлексируемости, оно понимается как символическая дискурсивная сфера, предполагающая изменение статуса массмедиа. Поле средств массовой коммуникации традиционно рассматривается как самое гетерономное из полей. Однако это подразумевает, что коммуникативное пространство, в котором работают массмедиа, должно быть открытым для всех взглядов и мнений, т.е. гетерогенным. Возникает проблема возможной нетранзитивности многообразия коммуникативных позиций в поле социального. Нетранзитивность массмедиа никак не объясняется и заставляет задуматься о положении поля средств массовой коммуникации в символическом пространстве социума. Односторонность коммуникации приводит к элиминации смысла сообщения в поле социальной дискурсивности, влекущей за собой исчезновение целостности социального.

Поиск смысла средств массовой коммуникации затрагивает образование текста, который является главным продуктом массмедиа, поэтому при рассмотрении поля средств массовой коммуникации необходимым является герменевтический подход, обеспечивающий единство и целостность инфосферы. Самоопределение смысла коммуникативной реальности осуществляется в структурах текста средств массовой коммуникации, где изначально присутствуют тождество сообщения и средства сообщения, а текстом средств массовой коммуникации является текст сообщения. В этой связи представление самоопределение текста средств массовой коммуникации через самоопределение смысла текста сообщения в структуре социального пространства становится актуальной и необходимой задачей исследования.

Степень изученности проблемы. При исследовании феномена канонического текста в производстве средств массовой коммуникации рассматривался ряд работ, затрагивающих проблемы коммуникативной реальности, языка и субъективности, а также их взаимосвязи.

Во-первых, это работы, посвященные проблемам коммуникации и анализу дискурса. Символическую сферу как область идеологических конструкций и манипулятивных технологий рассматривали французские авторы Ж.-Ж. Куртин, М. Пеше, Э. Орланди, К. Фукс, П. Шампань. Подробный анализ дискурса как лингвистической составляющей проработан в трудах Т. А. Ван Дейка, Е. С. Кубряковой, К. Маккьюина, И. Мальковской. Подробный анализ журналистики как специфической области символического поля представлен в работах Ж. Бодрийера, П. Бурдьё, Н.

Лумана, Г. Почепцова. Рассмотрение коммуникативной реальности через ее тождество с социальной реальностью в рамках онтологического и конструктивистского подходов было предложено М. Маклюэном, Д. Ваттимо, П. Вирилио, Н. Луманом.

Во-вторых, это – блок работ, посвященных конструированию социальной реальности. К. Левин впервые внес в рассмотрение социальной реальности полевые конструкты, которые в социологии разрабатывались в трудах Э. Дюркгейма. В современном варианте эта идея реализовалась через теорию полей в работах П. Бурдьё, который объяснял организацию социального пространства через поля с различной степенью автономии, отказывая социальным структурам в субъективности. Анализу структур социальной реальности и способов их организации также уделяли внимание Ф. Коркюф, Р. Ленуар, П. Шампань. Через понятие «тела» конструкты социального пространства рассматривались в работах М. Мерло-Понти, Ж.-Л. Нанси. Повседневность как базовый конструкт социальной реальности определяли П. Бергер, И. Гофман, Т. Луман, М. Полани, А. Щюц.

В-третьих, - ряд произведений, где авторы использовали понятие «канон». Это - работы авторов, исследующих христианские тексты как базовые исторические и культурные конструкты – К. М. Гая, Э. Дика, Л. Уилкинсона, Гордона Д. Фи, а также исследователей ранней христианской культуры и ее ключевых понятий – С. Аверинцева, А. Ассман, Я. Ассмана, В. Бычкова, В. Живова. В работах К. М. Гая, Э. Дика, Л. Уилкинсона и Гордона Д. Фи герменевтический подход рассматривается в его раннем средневековом варианте, а понятие «канон» используется как христианский термин. Алейда и Я. Ассман, занимаясь анализом сохранности и важности некоторых текстов в исторической перспективе, понимают «канон» как институт попечения о смысле, главная задача которого - сохранить суть прежних знаний без сильных искажений.

В-четвертых, это исследования по самоопределению смысла социальной реальности: В. Колчиной, А. Мерзлякова, М. Полищук, М. Рябова, А. Шадрина, Э. Рогозиной.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования является дискурсивное пространство средств массовой коммуникации. Предметом исследования выступает самоопределение смысла канонического текста в структурах средств массовой коммуникации.

Цель и задачи исследования. Цель диссертационной работы – выявить самоопределение смысла канонического текста средств массовой коммуникации в пространстве социальной реальности. Для достижения этой цели необходимо решение следующих задач:

- определить условия социальной категоризации в структурах коммуникативного поля;
- установить доксихическое основание принципа организации пространства символического производства;
- выявить пределы различения неразличенного в коммуникативной реальности;

- задать самоопределение смысла текста средств массовой коммуникации в структурах саморефлексивности.

Теоретико-методологической основой исследования является целостный онтологический подход, представленный в данной диссертационной работе герменевтическим аспектом смыслового единства социального бытия, языка и мышления, конкретизированном через метод субъект-объектного тождества.

Онтологический метод исследования изучался по работам М. Хайдеггера, Х.-Г. Гадамера, Ф. Шеллинга, работавших в направлении целостного подхода и использовавших метод субъект-объектного тождества. Идея М. Хайдеггера об обязательности поиска оснований в любом исследовании реализовалась через понимание социальной реальности в ее тождестве с коммуникативной реальностью как целым, репрезентирующим себя в структурах самопонимания семиотической реальности. Также уделялось внимание классическим трудам Ф. Шеллинга, разработавшего принцип само-конструирования философского знания, выраженного через субъект-объектное тождество.

Выбранным целостным подходом обуславливается использование принципа имманентности, получившего разработку в трудах Ж. Делеза, Ф. Гваттари, А. Т. Бикбова. В их трудах принцип имманентности противопоставляется трансцендентному подходу и задается через имплицитную социальную реальность исследовательскую позицию. Отказ от трансцендирования субъекта за пределы социальной системы привел к использованию принципа аутопойезиса, который представляет коммуникацию как замкнутую автономную систему. Выбор данной концепции обосновывается в трудах Н. Лумана, применявшего этот принцип по отношению к социальным системам.

При изучении тождества социальной и коммуникативной реальностей использовались произведения Ж. Бодрийяра, Н. Лумана, М. Маклюэна, анализирующих символическую реальность в пределах социальной дискурсивности. Версия М. Маклюэна о совпадении средства сообщения и сообщения, адресата и адресанта использовалась в диссертации в качестве исходного тезиса. Автор предлагает рассматривать чистую коммуникацию как сообщение, которое человечество передает самому себе. Ж. Бодрийяр считает, что массмедиа перестали быть коммуникацией, представляющей демократичность общества, и замкнулись на себе, превратив символическое в товар и лишив его исконного смысла. Для анализа субъективных оснований социальной реальности в исследовании был использован интерпретационный метод, разработанный Х. Ленком, а также представления У. Чейфа, анализирующего работу сознания при восприятии информации.

В диссертации использовались современные работы по анализу дискурса. Крупнейшим исследователем в этой области является Т. А. Ван Дейк, в трудах которого дискурс получил необходимое теоретическое осмысление как явление, неразрывно связанное с существованием социума. Т. А. Ван Дейк рассматривал когнитивные механизмы обработки дискурса,

считая последний важным элементом социокультурного взаимодействия, основанным на интересах, целях и стилях. Он считал, что дискурс выражает коллективные репрезентации действительности, и именно в нем осуществляется идеологическая социализация. Автор рассматривал дискурс как понятие как комплексное коммуникативное событие, как текст, как тип разговора, как жанр и как социальную формацию. При анализе новостных текстов он выделял субъективные факторы. При пропозиционализации появляется структура, состоящая из события и предметов, которые говорящий выбрал для вербализации в качестве участников события, которая используется в средствах массовой коммуникации.

Анализ дискурса изучался по трудам французских лингвистов, занимающихся (М. Пеше, К. Фукс, Э. Орланди, Ж.-Ж. Куртин). По их мнению, при подобном анализе основным свойством которого является обнаружение исторических связей в тексте, нужно рассматривать любой текст в конкретной исторической ситуации, и сам дискурс глубоко историчен: как продукт определенных условий, проецируемый в будущее; и создатель традиций, оказывающий влияние на происходящие события. По мнению этих авторов, дискурсивному анализу должны подвергаться связь языка с идеологией и смыслом. Э. Орланди и Ж.-Ж. Куртин анализируют как важную деталь интерпретации молчание, которое делится на конститутивное (ограничение смысла принятыми и используемыми словами), локальное (сознательный запрет на определенные смыслы), а также основополагающее умолчание, элиминирующее потенциал несказанного в дискурсе и исключающее возможность сказать вообще. М. Пеше и К. Фукс связывали дискурс с идеологией, рассматривая его как легитимацию интерпретации власти и воспринимая дискурс как часть идеологии.

В диссертации использовались идеи Д. Рашкоффа, отрицающего возможность манипулирования современных СМИ, в силу невозможности контроля за их распространением и их воздействием. Для обозначения средств массовой коммуникации, которые, по мнению автора, стали не менее «реальными», чем материальные объекты, Д. Рашкофф вводит понятие «инфосфера». Проблемы развертывания текста и проявлений дискурсивности изучались по трудам Р. Барта, Х.-Г. Гадамера, Ж. Деррида, У. Эко, А. Греймаса, М. Бахтина, Е. С. Кубряковой, Ю. М. Лотмана. В данном исследовании поле коммуникации рассматривается как осмысленное образование, что приводит к необходимости обращения к работам, связанным с самоопределением смысла текста, Ж. Делеза, А. Греймаса, И. Мальковской.

Наиболее значимыми в для инструментария диссертационного исследования являются понятия «модель», «схема», «скрипт», «код» и «формат», разработанные в трудах Н. Лумана, Ж. Бодрийера, Т. А. Ван Дейка, Д. Элтейда.

Научная новизна основных результатов исследования заключается в следующем:

- условием социальной категоризации коммуникативной реальности является рекурсивность коммуникации, автономизирующая поле коммуникативности и образующая инфосферу, коммуникативные модели которой позволяют «сжимать» информацию в пространстве и во времени, в точке со-в-падения коммуникативности и социальности, средств сообщения и сообщения, адресата и адресанта;

- доксихическое основание социальной дискурсивности как пространства символического производства обеспечивает самообращение коммуникативных процессов в инфосфере через «возвратный принцип» шаблонизации информации, самопредставляется в социальном пространстве между точками «ортодоксии» и «гетеродоксии»;

- пределами неопределенности коммуникативной реальности в границах инфосферы являются точки саморазличения в рекурсивной цепи самокомментария дискурса новостей, как множественной самоинтерпретации со-общения;

- самоопределение смысла текста средств массовой коммуникации в структурах саморефлексивности происходит в актуализирующейся социальной субъективности, самоинтерпретирующейся в точках со-бытия социального бытия как в знаках канонического текста.

Научно-практическая значимость диссертационного исследования.

Теоретическая значимость исследования состоит в определении смысла канонического текста в коммуникативной реальности, где последняя рассматривается как инфосфера. В диссертационном исследовании определяется принцип символического производства, заключающийся в рекурсивности операций коммуникативной реальности, воспроизводящейся через самоинтерпретацию в знаках канонического текста. Изучение данного принципа может быть использовано в междисциплинарном анализе коммуникативной реальности, в спецкурсах по проблемам социальной философии или в дальнейших философских и социологических исследованиях.

Апробация работы. Основные положения диссертации неоднократно обсуждались на аспирантских семинарах кафедры философии УдГУ, излагались в выступлениях на научно-техническом форуме с международным участием «Высокие технологии - 2004» (Ижевск, 2004), на VII Всероссийской научно-практической конференции «Фрайнбургские чтения» (Пермь, 2004), на международной научно-практической конференции «Зависимость, ответственность, доверие: в поисках субъектности» (Ижевск, 2004), на Российской научно-практической конференции «Коммуникативная природа человека (первые петраковские чтения)» (Ижевск, 2006). Некоторые идеи исследования излагались в спецкурсе «Политический дискурс» на факультете журналистики УдГУ.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка. Общий объем диссертации представлен 126 стр. основного текста и 17 стр. библиографического списка, включающего 238 наименований источников.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, определяется степень ее разработанности, формулируются цели и задачи исследования, исходные методологические установки, раскрывается его научная новизна и практическая значимость.

В **первой главе «Самоопределение автономных структур социальной дискурсивности»** исследуется социальный статус средств массовой коммуникации и субъективные основания возможности их функционирования.

В **первом параграфе «Социальная категоризация в структурах коммуникативного поля»** рассматриваются различные взгляды на масседиа и их место в обществе; выявляются инвариантные объекты знания, служащие основанием коммуникации; обосновывается их автономизация в современном обществе.

Современные массмедиа принципиально нетранзитивны, так как разрывают символический обмен с публикой (Ж. Бодрийяр). Поэтому предполагаемая демократичность и эгалитарность массмедиа не более чем видимость, само их существование отрицает возможность обмена. Массовое обладание техникой не приближает сами массы к процессу коммуникации, так как любой функциональный предмет осуществляет контроль над разрывом, над возникновением смысла и критики. Публика не в состоянии вернуть данное ей слово, что дискриминирует ее как участника коммуникации. Символическое перешло из разряда производства смысла в разряд своего воспроизводства, становясь символическим коэффициентом, суть которого всего лишь в маркировке продукции. Поэтому массмедиа нельзя считать коммуникативными, как нельзя думать, что их воздействие все еще направлено вовне. Это позволяет считать сферу массмедиа аутопойетической системой или инфосферой, обращенной на саму себя (Д. Рашкофф), что противоречит мнению о повышенном уровне гетерономии поля массмедиа (П. Бурдьё).

Но аутопойетические системы не могут непосредственно получать информацию из «внешнего мира», должны иметь место некие структурные сопряжения (Н. Луман). Система массмедиа не детерминирована внешними факторами, она способна получить лишь некоторые мощные раздражения, успешно перерабатываемые ею в информацию. В качестве инвариантной структуры, помогающей успешно оперировать информацией, полагается модель, которая позволяет пользоваться «безответным» словом, устанавливая самообращение или аутопойэзис средств массовой коммуникации, где совпадают точки адресата и адресанта (Ж. Бодрийяр). Массмедиа не являются совокупностью технических средств для передачи информации, они осуществляют навязывание моделей. Модель же является имплицитной цензурой в поле массмедиа, она автоматически исключает

нелегитимизированную информацию. Применение модели в массмедиа обусловлено характером мыслительной деятельности, в основе которой лежит применение схем (Н. Луман). Схема является правилом действия для когнитивных операций, позволяющим обратиться к прежним известным формам, которые актуализируются при повторении ситуаций. Схема, репрессируя детали и особенности, не мешает варьированию в рамках предструктурируемых границ. Схемы массмедиа структурируются кодом, бинарность которого каждую аналоговую ситуацию превращает в цифровую, что упрощает ее переработку. Код мешает распространению смысла, делая любое явление однозначным. Главное в подобном кодировании – правило дубликации, требующее удвоения значений через их оппозиционную симметрию. Предпочтение дается позитивной стороне, что позволяет легитимизировать сам код.

Подобное явление Н. Луман называет отдифференциацией, пределом которой в массмедиа служит технизация медиума, при которой одного отрицания достаточно, чтобы значение было дискриминировано и превращено в свою противоположность. Код самолокализуется, так как его предпочтения ничем не объясняются. Отсутствие какой-либо аргументации и изменяющаяся игра кода делают сферу массмедиа универсальной и гибкой. Социальная категоризация современного коммуникативного пространства структурирует символическое поле, задавая способы легитимного видения социального мира. Ускорение коммуникативных процессов принуждает журналистов искать принципы работы, ускоряющие процессы обработки и осмысления информации. Последнее достигается с помощью моделей и схем, само существование которых ведет к автономизации производства массмедиа. Процесс стандартизации замыкает цепь поиска нового смысла и делает ненужными для производства сообщений «внешние» факторы. Возникает вопрос об основании модели, а также о появлении нового в замкнутости аутопойезиса средств массовой коммуникации.

Во втором параграфе «Докса как принцип организации пространства символического производства» определяется основание социальной дискурсивности, способ самообращения коммуникативных процессов в инфосфере, а также границы самопредставления информации.

Основанием социальной дискурсивности является докса, выступающая в виде свода невербализованных и неосознаваемых правил, которыми руководствуются агенты при осуществлении своих практик (П. Бурдьё). В дословном переводе с греческого докса – есть «мнение большинства». Как неосознаваемая социальная идентификация, докса проявляет себя через социальные стратегии агентов и способы их осуществления. Отсутствие персонифицированного начала и интерсубъективный характер доксы придает ей иррационализм, что позволяет упрекать доксу в символическом насилии и использовании ее в манипулировании (Ю. Качанов). Но этот упрек не обоснован, так как доксу нельзя извлечь из коммуникативной среды не разрушая последнюю. Она устанавливает границы мыслимого и делает возможной коммуникацию (Л.

Пэнто). В повседневности докса реализуется через личный передний план (И. Гофман) и габитус (П. Бурдьё). Личный передний план – есть то, что выделяет агента в социуме: его манера одеваться, говорить, жесты, пол, возраст, расовые характеристики и многое другое. Понятие «габитус» более емкое, оно включает в себя помимо внешних проявлений индивидуальности еще и ментальные характеристики агента – его представления, верования, идеалы.

Истоки доксы мы видим в феномене «коллективных представлений», который был разработан в этнографии Э. Дюргеймом и Л. Леви-Брюлем и который выражал ментальные установки сообщества, свойственные всем его членам. Коллективные представления не имели логических свойств, их психическая деятельность по своему характеру являлась мистической. Она накладывала запрет на непосредственное восприятие, которое было заменено сложившимися представлениями сообщества. Появление коллективных представлений и доксы обусловлено наличием в ментальности «неявного знания» или дорефлективного знания (М. Полани), которое родственно инстинкту животного и поэтому трудно поддается саморефлексии.

В современном мире подобное «неявное знание» выражает себя в доксе. Вся символическая сфера общества, поделенная на поля, подвержена влиянию доксических установок. Пределы мыслимого в любом поле задаются точками орто-доксии и гетеро-доксии (П. Бурдьё). Орто-доксия – есть крайняя, некритическая форма выражения доксы, а гетеро-доксия – предъявление другой доксы и множества докс. Значения всегда циркулируют по этому кругу, между точками орто-доксии и гетеро-доксии. То же происходит и в поле массмедиа, где докса, оставаясь нерелективируемым и бессознательным образованием, становится идеальным местом для развертывания коммуникативного кода, который редуцирует восприятие до какого-то пра-интерпретируемого уровня. Благодаря доксе возможна коммуникация, даже односторонняя нетранзитивная «коммуникация» массмедиа. Докса позволяет осуществляться коммуникативным связям через дискурсивную стереотипизацию социального, задавая когнитивно-образный инвариант, реализуемый в структуризации моделей в символическом поле. Этот инвариант служит «возвратным» принципом, обеспечивающим самообращение коммуникативных процессов в инфосфере. Замкнутость и самовозобновляемость коммуникативных процессов сохраняют аутопойезис поля массмедиа.

Докса современного символического пространства поддерживает интерес к новому, в погоне за которым отмечается связь ментальных схем с социальной «действительностью», а внимание фокусируется только на факте отвержения прежнего знания (Л. Пэнто). Линия конфликта проходит всегда между «нео» и «палео», а «реальностью» считается то, что говорят о ней люди, стоящие на стороне будущего. Предпочтение всегда отдается мутации в любом ее виде. Новое есть продукт кругового вращения, значения, пущенные по кругу, в какой-то момент обречены стать «новым».

Новое в системе массмедиа – всего лишь произведенный продукт, который поддерживает двоичность кода, как условие разветвления информационных и коммуникативных процессов, гарантируя успешность коммуникации и развитие информации, а наличие бинарностей в аутопойэтической системе выступает как возможность проявиться сообщению, которое в самообращении всегда есть то, что уже не является тем, что оно есть.

Во второй главе **«Конструирование социального в структурах текста средств массовой коммуникации»** выявляется способ конструирования действительности в массмедиа и самоопределение смысла текста средств массовой коммуникации.

В первом параграфе **«Различение неразличенного в коммуникативной реальности»** обнаруживаются пределы различения неразличенного в поле массмедиа.

С ростом дифференциации социального мира и со становлением относительно автономных полей различение становится основной функцией профессиональных производителей объективированных представлений о социальном мире полей символического производства (П. Бурдьё). Посредством данного категориального распределения социальный мир приходит к статусу символической системы, в которой всякое потребление обречено функционировать как различительный знак. Различение – это различие, вписанное в структуру социального пространства и воспринимаемое в соответствии с категориями этой структуры.

Основное различение коммуникативного поля – код – позволяет системе коммуникации быть действительной аутопойэтической системой, с безостановочным процессом коммуникации. Но помимо налаживания коммуникативных связей массмедиа занимаются оповещением, открыванием неизвестного, так как и сама коммуникативная связь в сфере массмедиа базируется на этом открывании. Но неизвестное (неразличенное) нельзя автоматически подвергнуть различению, избежав видимый парадокс: как в области неразличенного использовать код, который функционирует как различие уже имеющегося?

Система текстов новостей строится на следующем процессе информатизации: информация проявляется в различиях, производящих различия. Это уже предполагает последовательность, по меньшей мере, двух событий с маркирующим эффектом. Затем и то различие, которое производится как информация, в свою очередь, может быть различием, которое производит некоторое различие. Информация непрерывно встроена в рекурсивную сеть, элементы которой вытекают друг из друга (Н. Луман).

В памяти информация хранится в виде сценариев, представляющих собой абстрактные, схематические, иерархически организованные наборы пропозиций, конечные позиции которых наполняются по умолчанию (Т. А. Ван Дейк). Эти сценарии приложимы к любым ситуациям, что позволяет агентам быстро переработать любую информацию, получая которую они только меняют детали в имеющемся стандарте. Стереотипизация образов не

только делает более легкой ориентировку в дискурсе, но и облегчает взаимодействие людей друг с другом. Стандартизация распространяется не только на имеющиеся знания, но и на ожидания возможных. Бодрияровская модель массмедиа находит подтверждение у Ван Дейка, в его «макроструктуре» - общем выводном знании текста. Макроструктуры помогают логически упорядочить массив информации, а также сохранять необходимый минимум в памяти. В сфере смысла макроструктура используется как нарративная схема, облегчающая производство и переработку текстов. Наиболее важные особенности текстов новостей заключается в специфическом использовании кода истина/неистина (который детерминирован кодом информация/неинформация) и тем, что новости беспрецедентное и неожиданное делают ожидаемым и привычным (Н. Луман). Первое позволяет использовать в качестве сообщения комментарии к нему, критику его, а также различные высказывания по поводу... (отображение массмедиа самих себя рассматривается как событие). Второе – рутинизирует неожиданность, делая ее ожидаемой, а процесс производства новостей слаженным.

Многообразие мира агенты воспринимают, сортируют и передают благодаря интерпретационным схемам (Х. Ленк). Интерпретирование - есть собирательный знак для многообразных способов формирования образов, прежде всего символического характера, которые, даже создаваясь сознательно действующим субъектом, подсознательно подвергаются селекции и структурированию. Схемные интерпретации представляют собой репрезентирующие акты деятельности, которые агенты вводят в контекст своей жизни, своего поведения, осуществляя распознавание моделей и образцов автоматически. Автоматизм когнитивных операций позволяет их успешно осуществлять при очень большой скорости (что мы видим на примере средств массовой коммуникации).

Конкуренция в символическом поле не приводит к разнообразию, а, скорее, унифицирует все возможные различия. Массмедиа давно стали ссылаться на массмедиа, копировать массмедиа и комментировать массмедиа; даже популярность той или иной темы журналистами определяется по источнику ее освещения (П. Шампань). В итоге, новость в структурах самокомментария разыгрывается по многу раз в различных средствах массовых коммуникаций, и, отражаясь от себя самой, остается в системе. Различения неразличенного в современных массмедиа происходит как интерпретирование уже имеющегося. Массмедиа пользуются готовым материалом для воспроизводства нового сообщения, которое появляется в результате интерпретирования прежних знаний.

Во втором параграфе «Самоопределение смысла текста средств массовой коммуникации в структурах саморефлексивности» определяется канонический текст в средствах массовой коммуникации, через точки которого происходит самоопределение смысла текста массмедиа.

В силу своей нетранзитивности и принципиальной безответности основной функцией массмедиа не может считаться коммуникация, поэтому

их главная задача – производство общезначимых посланий (Е. Г. Дьякова, А. Д. Трахтенберг). К таким посланиям может относиться только информация с высоким эпистемологическим статусом, в поле массмедиа это новости. Если в прежних сообществах новости циркулировали в виде мифа, легенды, утилитарных сообщений, то в современном – их производство становится отдельной инфраструктурой. Но общее с мифом осталось: и то, и другое знание базируется на инварианте значения.

С течением времени в области, профессионально занимающейся освещением различных изменений, стал появляться саморефлексивный момент. Сами журналисты пришли к выводу, что новости – не просто отражение действительности, они конструируют реальность, называемую медиа-реальностью или псевдо-окружением (У. Липпман). Особенность новостей в том, что они конструируют медиа-реальность, наиболее соответствующую, «подлинной» реальности. В процессе исследования производства новостей произошла тематизация норм профессиональной деятельности.

Важнейшей из норм является отбор материала, производимый при поиске информации, ее переработке и использовании. Первоначальное формирование новости происходит благодаря, так называемому, «эффекту привратника». Этот эффект проявляется в строжайшем отборе разнообразной информации при входе ее в сферу массмедиа. «Привратниками» в данном случае выступают редакторы и журналисты. Дальнейшим этапом выступает «установление повестки дня» - принцип избирательности освещаемых тем (П. Лазерсфельд). С помощью этого принципа устанавливается «важность» той или иной темы и их право являться проблемой в данное время. Коммерциализация массмедиа привела к тому, что сообщения стали подаваться в виде развлекательного сюжета, материалы формируются по принципу нарратива, как идеальной стереотипизации знания.

Стереотипизация информации в системе массмедиа принимает форму «формата», который задает общую направленность производству новостей, определяет их базовые установки и жанры, в которых они преподносятся (Д. Элтейд). Понятие «формата» соответствует аналогичному понятию «корпуса» в дискриптивной семантике дискурса (А. Греймас). Корпус – это изначальная имманентная модель значения, на базе которой составляются тексты. В чистом виде корпус предстает как делексикализованное и деграмматизированное дискурсивное проявление. Последнее упоминается в лингвистике как прототипический текст (Е. Кубрякова). Такое дискурсивное проявление как прототипический текст, установление повестки дня, стереотипизация процесса производства новостей, формат – есть следствие естественной установки производителей символической продукции. Схемы (сценарии, фреймы) – результат доклического характера коммуникации, а система массмедиа – одно из ярчайших проявлений схематизации полученных знаний. Эта схематизация проводит строжайший отсев информации, что, однако, не приводит к опустошению системы благодаря рекурсивности ее моделей. Прототипический текст – это докса

семиотического производства. Важным ее свойством является каноничность. Канон объективирован в структуру общества как институт попечения о смысле (А. Ассман, Ян Ассман). Появившись в Древней Греции, он потерял свое первоначальное значение (всякая мера, определяющая прямое направление) в лоне религиозной символики Византии, где стал означать свод правил, исходивших от самого Христа или апостолов (С. Аверинцев, В. Бычков). В дальнейшем его значение свелось к общему виду, как правилу, определяющему общее направление той или иной области человеческой деятельности, что позволяет нам обозначить инвариант структур средств массовой коммуникации как канонический текст. Их каноничность выражается в схематизации процесса производства и продукта производства, а также в схематизации самой схематизации, которая заключается в рекурсивности всех операций системы.

Поле массмедиа – это автономная сфера, вход в которую строго ограничен. Канонический текст реализуется через точки прохода и отсева информации: «эффект привратника», «установление повестки дня», «формат». В итоге остается только то, что можно считать инвариантом значений или каноническим текстом. В процессе прохождения всех этих уровней саморефлексивности происходит самоопределение смысла текста, который обретает значимость лишь в результате своей потенциальной интерпретируемости, то есть того, благодаря чему возможна рекурсивность системы. Медиа-реальность формируется в результате ее самоинтерпретации в точках со-бытия социального бытия, которые репрезентирует канонический текст, достаточно вариативный и многозначный для возможности функционирования системы в изменчивых структурах социальной дискурсивности, и достаточно инвариантный для успешного осуществления операций системы в условиях «сжатия» темпоральных рамок. Канонический текст оставляет все значения внутри системы, используя их для собственного существования, на котором базируется производство массмедийного продукта, являющегося текстом средств массовой коммуникации.

В заключении подводятся итоги исследования, формулируются выводы, намечаются дальнейшие направления работы по теме диссертации.

ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

1. Опарина В. В. Дискурс в структурах социальности // Сб. материалов научно-технического форума с международным участием «Высокие технологии - 2004». Ижевск, 2004. – С. 322-325.
2. Опарина В. В. Конструкт символического поля в социальном дискурсе // Вестник Удмуртского университета. Серия социология и философия. Ижевск, № 2. 2004. – С. 145-154.
3. Опарина В. В. Потеря субъекта в социокультурном процессе // Фрайбургские чтения. Материалы VII Всероссийской научной конференции. Т. I. Пермь, 2004. – С. 213-215.
4. Опарина В. В. Субъективные основания социальной доксы // Зависимость, ответственность, доверие: в поисках субъектности. Материалы международной научно-практической конференции. Ижевск, 2004. – С. 13-15.
5. Опарина В. В. Докса как вид социально-философского дискурса // Вестник УдГУ. Серия социология и философия. № 2. Ижевск, 2005. – С. 239-248.
6. Опарина В. В. Докса как текст // Коммуникативная природа человека (первые петраковские чтения). Материалы Российской научно-практической конференции. Ижевск, 2006. – С. 266-268.