И. Н. Блохин

Санкт-Петербургский государственный университет

ГЕРМЕНЕВТИКА ТЕКСТА В ИССЛЕДОВАНИЯХ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Центральным объектом понимания в процессах коммуникации выступает человек, который проявляется в непосредственно социальном действии и опосредованно в тексте (или как текст). Главный признак социального действия – субъективный смысл. Понимание человека достигается путем постижения смыслов, которыми он руководствуется.

Понимание текста возможно лишь при условии реконструкции значений понятий, представлений и контекста. Логический процесс понимания состоит из объяснения, понимания и интерпретации. Деррида утверждает, что текст исключает смысл из-за множественности интерпретаций. В этом аспекте понимание приобретает качества коммуникативного эффекта: эффективным будет такой текст, в котором адресат выявит авторский смысл без искажений и добавлений.

Высказывание выступает как форма движения мысли к слову (знаку), что имеет последствие в виде различия реальности и действительности. Действительность – совокупность фактов (включая социальные действия), сведения о которых являются информацией. Реальность – образ действительности, существующий в сознании. Противоречие фактического и реального выражается в протесте против действительности и ее оправданий. Источники протеста определялись Кантом (опыт нравственного признания), Гегелем (опыт принуждения), Хайдеггером (бытие к смерти), Зиновьевым (интеллектуальный фактор).

Условие понимания текста – смысл, выраженный в ощущении адресата и включающий субъективную оценку. Сущность понимания текста состоит в автокоммуникации адресата, итогом которой является идентификация как достижение его тождества с текстом. Процесс идентификации также следует рассматривать как условие возникновения интереса к произведению и способ принятия социальной роли в отношении сообщения. Тождество текста и человека обусловлено знаковой природой последнего: его бытие закрывается символами – социальным действием (включая медиаповедение), статусом, письмом и речью, внешней атрибутикой.