

значною мірою впливає на політичну, економічну, соціокультурну та інші складові процесу розвитку суспільства і держави, а інформаційні ресурси нині стають системотворчим фактором життєдіяльності суспільства. За таких умов головною складовою безпеки розвитку з сучасної фундаментальної точки зору слід вважати усвідомлення суспільством механізму соціального розвитку, а також наявність стратегічної концепції репродукції, використання, нарощування специфічного інформаційного ресурсу.

1. Указ Президента України від 23.04.2008 р. № 377/2008 п. 4. 2. Закон України «Про Концепцію Національної програми інформатизації від 4 лютого 1998 року №75/98-ВР. – // Відомості Верховної Ради України. – 1998. – №27–28. 3. Бачило І. Л., Лопатин В. Н., Федотов М. А. Информационное право: Учебник. – СПб., 2005. – 725 с.

УДК 316.774

МЕТОДИ АНАЛІЗУ МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ

В. Кулик

У статті розглядаються кількісні та якісні методи дослідження медійного дискурсу, враховуючи вибір конкретних об'єктів аналізу, до яких варто застосувати ті чи ті методи. Особлива увага приділяється якісному аналізу дискурсивних практик.

Ключові слова: медійний дискурс, медійний текст, методи.

In the paper the author reviews quantitative and qualitative methods of research of media discourse choosing the objects of analysis for specific methods to apply. The author focuses on the qualitative analysis of discursive practices.

Keywords: media discourse, media text, methods.

Вибір об'єктів і методів

Оскільки соціально орієнтованих дослідників цікавить не вплив окремих текстів на окремих людей, а вплив певних практик на великі групи та все суспільство, то вони не можуть обмежитися докладним текстовим аналізом, якому присвячують свої праці

мовознавці. Навіть якщо вони не аналізують того, як сприймають певний текст конкретні люди в конкретних ситуаціях, дослідники потенційних впливів не можуть не враховувати ймовірного факту сприймання цього тексту поміж багатьма іншими, що впливають не тільки поодиночі, а й сукупно. Це особливо стосується медійних продуктів, сприймання котрих зазвичай має постійний і навіть ритуальний характер, тож, наприклад, пересічний глядач випуску теленовин або серії ситкому уже бачив і ще побачить багато випусків чи серій, до того ж більшість споживачів одного типу продуктів регулярно дивляться також якісь інші.

Тому треба аналізувати – вибираючи для кожного з цих рівнів відповідні їм методи – й окремі тексти, й цілі практики, й навіть усю сукупність практик, у яких бере участь типовий член досліджуваного суспільства чи групи. Як формулює це Мімі Вайт: «З одного боку, текст можна тимчасово вирізати з потоку телебачення й аналізувати окремо, застосовуючи різноманітні методи. З другого, решта медії стає репрезентаційним контекстом, що вкорінює програму в самоокресленому текстовому полі телебачення»[2]. Варто лише додати, що репрезентаційним контекстом для аналізу окремого тексту має бути саме та сукупність текстів, яку сприймає типовий член досліджуваної аудиторії, – а така сукупність не завжди збігається з текстовим полем видання або каналу, де цей текст з'явився. Бо якщо повсякденне читання лише однієї газети може бути типовою практикою, то перегляд серіалів або спортивних програм тільки на одному каналі видається набагато менш імовірним, тож у цьому разі репрезентаційним контекстом має бути відповідна жанрова частина пересічного медійного репертуару та, на вищому рівні, весь цей репертуар, у якому поєднуються продукти різних медій і різних жанрів.

Проте репрезентаційні контексти для аналізованих текстів – чи дискурсивні практики, в яких треба буде вибрати для докладного аналізу окремі тексти, – можна виділяти не тільки з погляду сприймання, а й із погляду творення. Інакше кажучи, дослідник може розглядати не сукупності текстів, що їх сприймає той самий читач або глядач, а ті, які творить той самий виробник (видання або канал, певний підрозділ, окремий автор) і в яких, отже, втілюється його уявлення про представлювані об'єкти, конвенції представлення та ймовірну аудиторію. Такі сукупності можна поділяти на менші групи текстів, які присвячені тій самій темі, тобто представляють те саме коло об'єктів і втілюють пов'язані з ними уявлення, або ж

належать до одного жанру й реалізують його конвенції. А оскільки жанрові конвенції та тематичні уявлення є спільними для працівників різних медій, то має сенс аналізувати як одну практику всі сперті на певну конвенцію чи певний набір уявлень тексти, принаймні в однакових медіях – й порівнювати їх із текстами інших медійних типів, жанрів, тем чи ідеологічних орієнтацій.

Однак проблемою є не тільки окреслення контексту для вже вибраного тексту, а й виділення у вибраній практиці окремих текстів, що їх належить у той чи інший спосіб аналізувати. По-перше, аналітик має провести межу між сусідніми в просторі й часі текстами, що їх сприймання, ймовірно, відбуватиметься підряд або з невеликою перервою. Скажімо, на газетній сторінці, крім явно самостійних текстів, відділених графічно й маркованих дискурсивно, може бути немало таких, окремішність а чи належність яких не є очевидною: фотографії та підписи під ними, коментарі до статей, анонси подальших матеріалів тощо. Водночас у певному сенсі єдиним текстом є вся сторінка (й навіть увесь випуск газети), якій виробники намагаються надати візуальної та вербальної цілісності, а читачі зазвичай оглядають перед читанням окремих статей або й замість нього. По-друге, треба виділити окремі тексти в межах дискурсивної практики, що охоплює продукти того самого жанру, того самого виробника або на ту саму тему, тобто сперті на певний набір спільних уявлень та, з огляду на тяглість типових читацьких/глядацьких практик, сприймані послідовно й засвоєвані кумулятивно. Приміром, можна вважати текстом один епізод серіалу, всі епізоди одного сезону, всі досі показані епізоди або навіть усі, що їх зрештою буде створено й показано. Цілком можливо для різних потреб по-різному проводити межі, не забуваючи про їхню аналітичну умовність.

Почасти, отже, виділення в досліджуваних практиках текстів і контекстів пов'язане з вибором методів для аналізу всієї практики та її типових (або, навпаки, виняткових, привабливих яскравим виявом аналізованого явища) складників. Текстами дослідник схильний називати елементи того рівня, на якому він вважає доцільним застосовувати методи текстового аналізу, тоді як більші дискурсивні масиви, для аналізу яких потрібні інші методи, стають контекстом. У випадку медійного дискурсу текстами доречно вважати одиниці, окремо аналізовані з погляду втілення в їхній структурі певного означення представлюваних об'єктів і процесів. Натомість увесь дискурс якоїсь медії чи цілої медійної ділянки, як також окремі його

жанрові чи тематичні складники, має сенс аналізувати з погляду систематичного зосереджування уваги на одних об'єктах і процесах за рахунок інших та систематичного представлення їх певним чином, а не інакше. Оскільки аналіз практик має на меті виявити сукупні ефекти повторюваних дій, для нього більше пасують кількісні методи, тимчасом як для докладного аналізу специфічних рис окремих текстів – якісні. Втім, ця відповідність між рівнями й методами є дуже приблизною, бо в аналізі практик застосовують також якісні методи, а якісний аналіз текстів, особливо великих, часом доповнюють кількісним.

Контент-аналіз

Кількісний аналіз текстових масивів називають контент-аналізом, тобто аналізом змісту (хоча цей термін часом використовують і для якісних методів, розрізняючи кількісний та якісний контент-аналіз) [3]. За найпростішим означенням, він є «дослідницькою технікою, що базується на вимірюванні (підррахунку) кількості чогось <...> у вибраному навмання зразку якихось форм комунікації» [4], котрий має демонструвати міру присутності відповідного явища в цій формі загалом. Вимірювані явища можуть бути дуже різними: від зосередження на певних темах та присутності членів певних суспільних груп до вживання певних слів та певних граматичних форм. Головна перевага такого аналізу полягає в тому, що він дає змогу «потвердити чи спростувати інтуїтивні враження шляхом систематичного опису великого набору медійних дискурсів у числах, які виражають частоту та важливість окремих текстових рис» [5]. Можливість охоплювати великі масиви текстів не може не приваблювати дослідників, але щодо адекватності опису масивів за частотою повторювання окремих рис думки розбігаються.

Більшість прибічників числового опису вважають його незалежним від намірів і поглядів описувача, а отже, спроможним на «прояснення настанови <...> комунікатора і культивованих ним значень і цінностей». За словами Наталії Костенко, однієї з найактивніших українських практиків цього методу, «методологія контент-аналізу тяжіє до позитивістського еталона пізнання, припускаючи систематичне вивчення текстів певного типу згідно з детально розробленою процедурою, яка дозволяє досліднику займати позицію «зовнішнього спостерігача» щодо досліджуваного матеріалу, а також верифікованість і відтворюваність результатів» [6]. Автор класичної праці з контент-аналізу Бернард Берелсон сформулював цю орієнтацію як протиставлення кількісного

досліджування якісному, нездатному відділити «знання» про характеристики аналізованих текстів від «тлумачення» властивостей і впливів масивів, із яких ці тексти виділено. «В якісному аналізі, – твердив він, – тлумачення (тобто висновки щодо намірів і наслідків) частіше є *частиною* аналітичного процесу, тоді як у кількісному воно частіше *відбувається після* аналітичної процедури» [7]. Щоправда, якимось відділити «об’єктивний» аналіз від «суб’єктивної» інтерпретації можна тільки в тому разі, якщо обмежувати його явними, денотативними значеннями й нехтувати приховані, конотативні, на творення яких безперечно впливають уявлення й наміри сприймачів.

Натомість критики рішуче заперечували аналітичну продуктивність і об’єктивність кількісних досліджень. По-перше, вони вважали неприйнятним розбиття тексту на сукупність придатних для вимірювання одиниць, уважаючи, що таким чином «аналітики по суті знищують сам об’єкт, який вони буцімто досліджують, оскільки атомістичний характер одержаного матеріалу внеможливає релевантне дослідження зв’язків усередині кожного тексту як значущої цілості» [8]. По-друге, вони вказували на непродуктивність вимірювання значущості цих елементів тільки або передусім за частотою їх появи, адже в структурній цілості тексту «місце, що його обіймає певний елемент, важливіше за кількість разів, які він повторюється» [9]. Зокрема, очевидно, що поява певного слова в заголовку статті чи першому реченні новинного сюжету більше впливає на сприймане значення, ніж уживання цього слова десь усередині тексту. Крім того, часом дальші частини тексту явно або неявно заперечують попередні, тож підсумкове значення постає у взаємодії цих частин, на результат якої впливає не лише їхнє розташування, а й структурні зв’язки одна з одною. По-третє, прибічники якісних методів відкидали претензії апологетів кількісних на незалежність їхнього аналізу від уявлень аналітиків і відокремленість від подальших інтерпретацій. Критики вказували на залежність результатів підрахунку одиниць у різних категоріях від вибору цих категорій, поділу тексту чи більшого масиву на окремі елементи й залічення елементів до тієї чи тієї категорії, а також зумовленість усіх цих операцій уявленнями дослідника, хай і не завжди усвідомленими. Скажімо, якщо аналітик хоче виміряти відсоток сцен насильства в певних програмах чи всьому ефірі певного каналу, то він мусить вирішити, що вважати насильством і що – окремую сценою [10].

Пізніші теоретики й практики контент-аналізу намагалися врахувати ці критичні зауваження, відмовившись від деяких постулатів своїх попередників. Зокрема, автор нової авторитетної концепції Клаус Крипендорф визнавав неунікний тлумачний складник аналітичних процедур на всіх етапах дослідження й, відповідно, переокреслював контент-аналіз як «дослідницьку техніку, що дає змогу на підставі [символічних] даних робити відтворювані й обґрунтовані висновки про їхній контекст». Це означало розрив із Берелсоною орієнтацією на об'єктивний кількісний опис явного змісту комунікації – не лише через відкидання претензій на цілковиту об'єктивність, а й через відмову обмежуватися кількісними методами та явним змістом. Крипендорф уважав, що «повідомлення не мають єдиного значення, яке треба «розкрити»», адже очікувати однакового сприймання можна лише від подібних за поглядами людей або щодо найбільш «явних» аспектів змісту – й обидва ці випадки він уважав нецікавими для аналітиків [11]. Кім Шредер схарактеризувала його означення як «конструктивістську реконцептуалізацією кількісного вимірювання», яка конкретизує «часом досить абстрактне визнання, що кількісні та якісні підходи, зокрема й до медійних текстів, є взаємно доповняльними, оскільки вони створюють різні аналітичні версії дійсності» [12].

З огляду на перевагу кількісного методу в аналізі великих текстових масивів, його доречно застосовувати передусім задля вивчення тематичних пріоритетів – так званих «порядків денних» – медійного дискурсу протягом тривалого часу або відразу в багатьох виданнях чи каналах. Дослідники впливу медій на аудиторію намагаються порівняти «порядки денні» медій та їхніх читачів або глядачів, нерідко виявляючи високий ступінь кореляції між обсягом медійної уваги до певних питань та їхньою значущістю для відповідної аудиторії, вимірюваною за допомогою соціологічних опитувань [13]. Але й без досліджень аудиторії контент-аналіз медійних текстів дає змогу встановити «порядки денні», що їх медійники пропонують читачам чи глядачам і, можна припустити (й за допомогою опитувань або інших методів перевірити), поділяють ці пріоритети самі. Такий аналіз особливо корисний тоді, коли він має історичний чи порівняльний аспект і дає змогу виявити зміни певних уявлень із часом або відмінності між уявленнями різних медій (і, можливо, тих груп, погляди й інтереси яких вони відбивають).

Рахувати частоту появи якихось об'єктів можна й у межах одного тексту, надто якщо він досить великий і, на думку дослідників, репрезентативний для певної дискурсивної практики та/чи уявлень певної суспільної групи. Водночас контент-аналіз можна використовувати для з'ясування не тільки тематичних пріоритетів медійних практик, а й повторюваних способів представлення певних тем. Найпростіший варіант підрахунку таких способів полягає в заліченні їх до категорій «позитивних», «нейтральних» та «негативних», що його часто застосовують, зокрема, в кількісних дослідженнях передвиборного дискурсу медій. Власне, класифікація може оперувати не тільки окремими статтями чи сюжетами, а й цілими газетними сторінками або новинними випусками, в яких можна, скажімо, рахувати частки тих, які починаються з повідомлень про політику або містять експертні коментарі. Такий диференційований підрахунок можна застосувати й до будь-яких інших медійних текстів – сцен у серіалах, епізодів і цілих серіалів, рекламних кліпів і складених із них блоків та ін. У кожному разі, підрахункові різних способів має передувати їх визначення, для якого потрібні якісні методи.

Якісний аналіз текстів

Серед соціологів медій найпопулярнішою концептуалізацією означувальної дії медійних текстів було їх тлумачення як певних інтерпретаційних обрамлень представлених подій і процесів. Запропоновані в різних працях способи аналізу таких *рамоч* (або, за англійським оригіналом, *фреймів*) Черен Маккула поділяє на індуктивні та дедуктивні. В першому випадку дослідники виділяють рамки на підставі аналізу окремого тексту або, частіше, певної сукупності текстів, у якій можна краще побачити подібності й відмінності [14]. Зазвичай аналітики розглядають певні аспекти тексту, що їх уважають суттєвими для здійснюваного в ньому означування події або процесу, але не завжди мають чіткий перелік таких аспектів. Більшою систематичністю вирізняється схема Роберта Ентмена, який пропонує робити висновок про застосування певної рамки в досліджуваному тексті за п'ятьма його функціональними аспектами, що їх, утім, можуть реалізувати різні текстові елементи. Це *розмір* конкретного тексту та його *місце* у випуску газети або теленовин; певна кваліфікація представленої *діяльності* (вказуючи на виконавця дії або причину явища, вона явно чи неявно приписує цьому чинникові відповідальність); пропонувані ступінь *ідентифікації* аудиторії з дійовими особами

(спонукування до солідарності, байдужості чи дистанціювання); *категоризація* події/процесу; ступінь *узагальнення*, тобто подання представлюваного явища як специфічного чи як типового для відповідної групи або суспільства [15]. Ентменова схема найкраще працює в протиставленні різних рамок, бо всі п'ять аспектів, які визначають рамку, стосуються цілого тексту (а не окремих його елементів), тож у кожному тексті головна рамка може бути лише одна.

Дедуктивна стратегія аналізу обрамлень полягає в тому, що дослідники перелічують наявні у відповідному суспільстві способи означування певного аспекта дійсності, а потім з'ясовують, які з цих рамок використано в аналізованому тексті чи текстовому масиві [16]. Перевагою цього методу є визнання можливості одночасного застосування в окремому тексті чи тематично окресленій практиці кількох різних обрамлень, що можуть відповідати різним ідеологічним пріоритетам і знаходити відгук у різних частинах аудиторії. Втім, не всі застосовані в тексті чи практиці рамки мають однакову вагу, тож аналітик повинен указувати не тільки перелік, а й ієрархію.

Мовознавці, що досліджували медійний дискурс, звертали особливу увагу на структуру текстів різних жанрів, але не завжди пов'язували її зі здійснюваним у тих текстах означуванням подій і процесів та його ідеологічним впливом. Проте соціально зорієнтовані дослідники, зокрема творці так званого Критичного аналізу дискурсу, намагалися поєднати виконання цих двох завдань. Скажімо, Тойн ван Дейк зосереджувався на «макроструктурі» новинних текстів, виділяючи в ній *тематичну*, тобто загальний «зміст» тексту, та *схематичну*, тобто його загальну «форму». Перша стосується організації тексту з погляду тем (значенневих одиниць), а друга – з погляду складових частин (текстових одиниць). Обидві організації ієрархічні: сформульовану одним твердженням загальну тему всього тексту можна переформулювати у вигляді кількох дрібніших «підтем»; так само й кожную структурну частину можна ділити й ділити на менші, аж до простих речень. Тематична структура реалізується за допомогою схематичної, тобто всі теми висловлювано в певних текстових складниках. Однак це не означає лінійного зв'язку між темами та частинами, бо кожную тему реалізує низка різнорідних текстових елементів, кожен із яких, своєю чергою, може брати участь у реалізації кількох тем різного рівня. Саме тематична структура тексту задає певне означення

представленої ситуації, тому її можна вважати концептуальним відповідником рамки – але задля її аналізу треба звертати увагу на наявність і порядок розташування окремих схематичних елементів [17].

3-поміж аналітиків дискурсу найбільше уваги надає здійснюваним у медіях означуванням Норман Фейрклаф, концептуальна схема якого, відповідно, найкраще узгоджується з поняттям обрамлювання. Він розглядає втілення в медійному (та й будь-якому іншому) тексті певного означення представленої події чи процесу як спирання на концепцію певної дискурсивної практики (дискурсу), що її таке спирання допомагає підтримувати. Водночас поєднання в одній дискурсивній події конвенцій кількох практик (яке відповідає застосуванню в одному тексті кількох рамок) може бути не лише перешкодою для засвоєння пропонованого означення, а й джерелом зміни чинних і появи нових практик, що веде до переструктурування порядку дискурсу розглядуваної ділянки та, зрештою, всього суспільства. Фейрклаф не обмежує медійні означування окремими текстами, а бере до уваги також сукупні ефекти практик і обмеження, що їх накладають відповідні порядки дискурсу. Кожен дискурс, отже, він пропонує аналізувати на трьох рівнях: *комунікаційної події* (присутнім дослідникові виміром якої є текст), *дискурсивної практики* (найчастіше окресленої жанрово й/або тематично) та ширшої *соціокультурної практики* (в цьому разі медійної). Мало того, на всіх цих рівнях він розглядає не тільки представлення подій і процесів, а й творення ідентичностей учасників медійної комунікації та певних стосунків між ними [18].

Якщо йдеться про аналіз текстів, то Фейрклафова схема має на меті з'ясувати, які вибори свідомо чи несвідомо зроблено на різних рівнях у процесі творення: «що залучено й що вилучено, що оприявлено чи залишено неявним, що наголошено й що притлумлено, що стематизовано і що ні, які типи процесів та категорії використано задля представлення подій тощо» [19]. Найнижчий рівень – це *просте речення*, що його слід аналізувати з погляду того, який *процес* воно описує та на яких *учасників* і *обставини* вказує. Двома найуживанішими граматичними *типами процесів* є *дія*, з названими суб'єктом і об'єктом, та *подія*, єдиний учасник якої може бути або об'єктом, чинника зміни стану якого не вказано, або суб'єктом, вплив якого на інших осіб чи предмети не окреслено. Хоча вибір між цими типами можуть зумовлювати різні міркування,

систематичне оминання суб'єктів здатне «притлумлювати й у деяких випадках містифікувати чин і відповідальність», суттєво впливаючи на значення представлених явищ. Важливий означувальний внесок робить також *називання учасників*, у якому автор вибирає поміж різними категоризаціями та, отже, дискурсами, що їх породжують і підтримують. Фейрклаф закликає дослідників, зокрема, «запитувати, звідки медіа беруть свої категоризації – і явно вживані в лексиконі, й неявно відбиті в тому, як люди або речі фігурують у типах процесів» [20]. Це запитання стосується не лише текстових джерел, використовуваних журналістами, а й ustalених способів мислення та мовлення про певні аспекти дійсності, відбитих у журналістських формулюваннях.

На вищих рівнях дослідники мають звертати увагу на *локальну зв'язність* між простими реченнями в складних та між сусідніми складними, а також на *глобальну цілісність* тексту, тобто зв'язок між різними його частинами. Як каже Фейрклаф, «аналітикові потрібно не тільки знати, що представлено [в тексті], а й якої відносної ваги чи важливості надано різним елементам у представленні» [21]. По-перше, сполучення простих речень у складнопідрядні зумовлює наголошування тих процесів, про які йдеться в головному реченні (утім, в українській мові цей наголос не такий істотний, як в англійській). По-друге, на гадану важливість описуваних процесів впливає розташування речень про них у різних частинах тексту (яке є одним з критеріїв Ентменового визначення рамки). Найбільшої важливості автори та, як вони очікують, сприймачі надають заголовкові й першому параграфові газетної статті та вступові ведучого до журналістського сюжету в теле- чи радіоновинах. Важливість інших частин тексту залежить від конвенції конкретного жанру та медійного типу. По-третє, не окреслені явно (за допомогою протиставних сполучників, наслідкових прислівників чи якимось інше) зв'язки між реченнями вказують, які уявлення автор вважає членів аудиторії здатними використати задля заповнення цих прогалін, тобто розглядає як спільний для них усіх здоровий глузд. На думку Фейрклафа, тексти спонукають читачів/глядачів спиратися на ці невисловлені уявлення, «щоб дійти цілісного тлумачення», й така «інференційна робота» членів аудиторії може сприяти ідеологічному впливові текстів [22].

Новинні тексти часто представляють події, пов'язані зі створенням, схваленням або оприлюдненням інших текстів: законів, міжнародних угод, політичних промов, аналітичних доповідей

і навіть медійних статей чи програм. Означування таких подій залежить від способу представлення текстів-документів. З одного боку, медії можуть передусім представляти або сам документ, або реакції на нього з боку присутніх при оприлюднюванні осіб, інших діячів відповідної сфери та/чи експертів. З другого, представлення документа може або точно *цитувати* головні тези (вибір яких, утім, уже є тлумаченням), або *резюмувати* їхню гадану суть, або *переформулювати* та явно *оцінювати*[23]. Зосереджуючися на реакціях і оцінках, медії таким чином відвертають увагу від самого документа й приховують чи спотворюють його зміст. Але й резюмування може більш чи менш істотно спотворювати документ – і не лише завдяки означувальним словам журналістів про тези авторів чи оприлюдновачів, як-от «заявив», «висловив сумнів» тощо. Велику роль відіграє також стирання межі між словами автора документа й словами журналіста-переказувача, а отже, й між дискурсами представленої ділянки та медій. Зокрема, журналісти почасти «перекладають» формальний дискурс політичних, адміністративних чи експертних документів неформальним, розмовним, не тільки роблячи його привабливішим для аудиторії, а й наближаючи осіб із тих ділянок до повсякденного життєвого світу читачів та глядачів [24].

Зрештою, це стосується представлень не тільки слів, але й дій, адже такі представлення завжди творять певні ідентичності дійових осіб і стосунки між ними. Проте медійний дискурс (як, власне, будь-який) творить ідентичності та стосунки не лише певних осіб, груп та структур, а й *самих учасників* комунікації: авторів статей і новинних сюжетів, ведучих теле- та радіопрограм, запрошених до розмови політиків, поп-зірок, експертів, а також читачів, слухачів і глядачів, із якими вони спілкуються, хай і переважно в одному напрямку. Ці ідентичності та стосунки можуть бути дуже різними – залежно від особистих рис учасників, жанру програми, типу медії та чинних у суспільстві конвенцій медійної ділянки й публічного дискурсу загалом. Скажімо, автор новинного сюжету може поставати й неупередженим постачальником важливої інформації, і захопленим чи обуреним громадянином, і розважальником аудиторії, і певною сумішшю цих і/або інших постатей. На радіо й особливо телебаченні учасники мають більше засобів виявити свою особисту, а не тільки інституційну ідентичність, ніж у пресі, адже ці медії роблять доступними для аудиторії не лише їхні слова, а й тембр і ритм мовлення, сміх, а у випадку телебачення також

жести, міміку й зовнішній вигляд загалом. Тому інтерв'юєр має змогу виявити ставлення до слів співрозмовника навіть незначною зміною тону, а ведучий теленовин може засвідчити солідарність із глядачами посмішкою по закінченні сюжету з елементами гумору. Крім того, спосіб взаємодії між учасниками відбиває та підтримує владні стосунки, принаймні в межах конкретної програми. Скажімо, ведучий новин або ток-шоу визначає початок і кінець розмови, ставить запитання іншим учасникам, перебиває, коли вважає за потрібне, щоб уточнити чи перейти до нової теми, переформулює й оцінює їхні відповіді (або утримується від оцінок, демонструючи журналістську неупередженість) [25]. Натомість у друкованих медіях ідентичність автора та, відповідно, його читачів творять – на реченневому рівні – передусім вибір *типу речення* та *модальності* висловлювання. Наприклад, переважно розповідні й категоричні речення новин стверджують вірогідність повідомленої інформації, а питальні речення та модальні слова в аналітичних (а часом і новинних) статтях указують на гіпотетичність тверджень і мають на меті уникнути звинувачень у фальсифікації чи наклепі. На вищих рівнях організації текстів – і газетних, і радіотелевізійних – важливу роль відіграють *зразки аргументації* та *невисловлені припущення* про знання й уявлення читачів, що приписують їм певні ідентичності та стосунки з автором. І, звісно, в усіх текстах творенню ідентичностей і стосунків сприяють форми *звертання* та вживані щодо співрозмовників, аудиторії та інших осіб і (членів) груп *особові займенники*, зокрема «ми» та «вони» [26].

Якісний аналіз дискурсивних практик

Після аналізу окремих елементів та загальної організації тексту дослідники мають перейти до аналізу місця цього тексту в певній дискурсивній практиці, а також у дискурсі всієї інституційної ділянки та, зрештою, суспільства. Першим розширенням тексту є процеси творення та сприймання цього та подібних текстів, що разом із ним складають певну практику. Тому понадтекстовий аналіз можна починати з вивчення цих процесів – об'єктом якого, звісно, має бути не одна важковловима й досить випадкова дискурсивна подія, а приступна систематичному спостереженню за повторюваними зразками практика. Дослідник може цікавитися, приміром, як уявлення журналістів про новинну вартість подій впливають на творення текстів якоїсь практики або ж як освітній рівень членів аудиторії позначається на способі та результатах сприймання цих текстів. Аби відповісти на ці чи інші запитання, він може й ставити

їх (в інтерв'ю або анкетах) відповідно виробникам та сприймачам, і спостерігати за їхньою поведінкою в досліджуваному процесі, а у випадку творення ще й аналізувати продукти різних етапів цього процесу [27].

За відсутності чи обмеженості матеріалу про творення та сприймання висновки щодо практик доводиться робити головно на підставі відбитків у самих аналізованих текстах – задля чого, однак, треба мати попереднє уявлення про характеристики цих практик, яке дослідник може здобути або з інших праць на цю тему, або з власного досвіду їх сприймання. Фейраклаф, на нашу думку, невинувато припускає відомість і сталість таких характеристик, а відтак упевнено твердить про (не)відповідність їм параметрів конкретних подій, яка й визначає дотримання чи порушення в тих подіях конвенцій практик. Адже відомими й сталими ці характеристики можуть бути лише для ідеальних практик, виділених за наперед установленими конвенціями – тобто передусім для жанрів, як їх окреслюють мовознавці. Реальні дискурсивні практики доречніше аналізувати з погляду подібності/відмінності щодо інших практик цієї ділянки та внутрішньої (не)однорідності й сталості/змінності. Проте це не заперечує доцільності Фейрклафого розрізнення «між широко тлумаченими конвенційними та широко тлумаченими творчими дискурсивними процесами, які пов'язані або з нормативним використанням дискурсивних типів [...], або з їх творчим змішуванням». Конвенційний або творчий характер можна виявляти, по-перше, в окремих подіях, творені в яких тексти будуть «порівняно однорідними» чи «порівняно різнорідними» в їхніх формах і значеннях [28]. Щоправда, стандарт треба встановлювати на підставі не канонів жанру, а чинної практики творення форм і значень у відповідній ділянці. По-друге, можна розглядати ступінь конвенційності/творчості цілої практики на тлі ширшої дискурсивної ділянки, до якої вона належить.

Такий аналіз має ставити за мету з'ясувати, на конвенцію якої практики спирається розглядувана подія чи конвенції яких практик вона поєднує – та, на вищому рівні, на конвенції яких загальніших типів спирається та в який спосіб їх поєднує розглядувана практика. На рівні текстів це відповідає окресленню рамок, застосованих в означуванні представлених подій і процесів. Мовою дослідників дискурсу це можна характеризувати як інтертекстуальний (чи інтердискурсивний) аналіз, що доповнює лінгвістичний аналіз текстів. Чи не найпомітніший вияв використання в тексті конвенцій

певних практик чи дискурсів – це вживання характерних для них слів і зворотів, зокрема способів ідентифікації певних осіб і процесів. Другий ключовий вияв використання певного дискурсу/рамки – це зосередження на важливих для нього аспектах представлюваної події чи процесу. Третій важливий, хоч і менш помітний вияв використання конвенції певного дискурсу – це згідне з конвенцією місце тексту в дискурсивній структурі вищого порядку, як-от сторінці або цілому числі газети, випускові новин чи всьому добовому розкладі програм. Проте, крім місця конкретного тексту, важить також періодичність появи текстів, тому доцільніше аналізувати не один текст, а всю тематично окреслено практику чи аналогічні практики різних медій. На рівні практики можна, ясна річ, аналізувати й два інших способи використання дискурсивних конвенцій, адже на аудиторію впливає передусім кумулятивна дія повторюваного означування, а не значення, створені в окремому тексті.

Позаяк аналіз дискурсивної практики великою мірою полягає в з'ясуванні її місця в структурах вищого рівня, він переводить дослідника до аналізу соціокультурної практики. Всі ці рівні, вважає Фейрклаф, можуть бути важливими для розуміння конкретних подій, які водночас «кумулятивно творять і перетворюють соціальну та культурну практику на різних рівнях». Він виділяє три головних виміри соціокультурної практики: економічний, політичний і культурний [29]. За нашою інтерпретацією, в першому з них предметом дослідження має бути роль, яку відіграє у творенні та споживанні певного типу текстів економічне становище окремої медійної організації та медій даної країни загалом (типи власності, система оподаткування, стан рекламного ринку), а також рівень життя потенційних читачів/глядачів, обсяг і структура їхнього споживання. Другий вимір охоплює різноманітні чинники політичного впливу на медійне виробництво й медійний дискурс: рівень свободи преси, законодавчі обмеження на певні типи публікацій і судова практика їх реалізації, політичні ангажування власників або менеджерів газет і каналів та ін. Нарешті, третій вимір стосується культурних визначників медійного виробництва та споживання, тобто чинних у суспільстві (чи певних його частинах) вартостей, ідентифікацій, мистецьких смаків, зразків дозвілля тощо. Втім, у конкретному дослідженні увагу зосереджено лише на тих чинниках, вплив яких на аналізовану дискурсивну практику видається найбільшим.

1. Див., наприклад: Fairclough N. *Language and Power*. – London, New York, 1989; Johnstone B. *Discourse Analysis*. – Malden 2002; *Discourse Theory and Practice: A Reader* / Ed. by M. Wetherell; S. Taylor; S. J. Yates. – London, 2001. 2. White M. *Ideological analysis and television // Channels of Discourse, Reassembled* / Ed. by R. C. Allen. – Chapel Hill, London 1992. – P. 193. 3. Berelson B. *Content Analysis in Communication Research*. – Glencoe, 1952. – Chap. 3; Schröder K C. *Discourses of fact // A Handbook of Media and Communicative Research* / Ed. by K. B. Jensen. – London, New York, 2002. – P. 103. 4. Berger A. A. *Media Analysis Techniques*. – Newbury Park, 1991. – P. 92. 5. Schröder K C. *Discourses of fact*. – P. 102. 6. Костенко Н. *Методологічна перспектива контент-аналізу // НОВИНИ VS. НОВИНИ: Виборча кампанія в новинних телепрограмах* / За ред. Н. Костенко, В. Іванова. – Київ, 2005. – С. 88. 7. Berelson B. *Content Analysis in Communication Research*. – P. 122. 8. Larsen P. *Textual analysis of fictional media content // A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research* / Ed. by K. B. Jensen, N. Jankowski. – London, New York, 1991. – P. 122. 9. Burgalin O. *Structural analysis and mass communication // Sociology of Mass Communication: Selected Readings* / Ed. by D. McQuail. – Harmondsworth, 1972. – P. 319. 10. Larsen P. *Textual analysis of fictional media content*. – P. 122; Berger A. A. *Media Analysis Techniques*. – P. 93. 11. Krippendorff K. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. – Beverly Hills, 1980. – P. 21-22. 12. Schröder K C. *Discourses of fact*. – P. 104. 13. Див., наприклад: *Agenda Setting: Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking* // Ed. by D. L. Protess, M. McCombs. – Hillsdale 1991; *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory* // Ed. by M. McCombs, D. L. Shaw, D. Weaver. – Mahwah, 1997. 14. McCullagh C. *Media Power: A Sociological Introduction*. – New York, 2002. – P. 28. 15. Entman R. M. *Framing U.S. coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents // Journal of Communication*. – 1991. – Vol. 41. – No. 4. – P. 9-21. 16. McCullagh C. *Media Power...* – P. 31-33. 17. Van Dijk T. *News as Discourse*. – Hillsdale, 1988. – P. 30-59. 18. Fairclough N. *Media Discourse*. – London, New York, 1995. – Chap. 4. 19. *Ibid.* – P. 104. 20. *Ibid.* – P. 113. 21. *Ibid.* – P. 121. 22. *Ibid.* – P. 124. 23. *Ibid.* – P. 117-118. 24. *Ibid.* – P. 81-84. 25. *Ibid.* – P. 128; Greatbatch D. *Conversation analysis: Neutralism in British News Interviews // Approaches to Media Discourse* / Ed. by A. Bell, P. Garrett. – Oxford, Malden, 1998. – P. 163-185. 26. Fairclough N. *Discourse*

and Social Change. – Cambridge, 1992. – P. 158-162; Wodak R. et al. The Discursive Construction of National Identity. – Edinburgh, 1999. – P. 15-16. **27.** Див., наприклад: Schudson M. The sociology of news production // Media, Culture and Society. – 1989. – Vol. 11. – No. 3. – P. 263-282; Jensen K B. Media reception // A Handbook of Media and Communicative Research / Ed. by K. B. Jensen. – London, New York, 2002. – P. 156-170. **28.** Fairclough N. Media Discourse. – P. 60. **29.** Ibid. – P. 62.

УДК 323.3

СУЧАСНІ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

Л. Ярова

У статті розглядаються теоретичні аспекти формування поняття «соціальна політика» та наповнення його конкретним змістом, виходячи з рівня розвитку суспільства. Автор здійснює спробу класифікувати визначення соціальної політики, зважаючи на те, що ця сфера є найбільш значимою для сучасного суспільства, а обсяг і зміст поняття «соціальна політика» у багатьох дослідників значно відрізняються.

Ключові слова: соціальна політика, соціальний захист, розвиток суспільства, принципи соціальної справедливості, соціальні функції держави.

The paper analyzes theoretical aspects of forming the concept of «social policy» and its filling with a definite content proceeding from the level of the development of society. The author makes an attempt to classify the definition of social policy, because this sphere is the most significant for modern society, besides a scope and a content of the concept of «social policy» differ among researchers.

Keywords: social policy, social protection, the development of society, the principles of social justice, social functions of state.

Поняття «соціальна політика» було введено в науковий обіг у Франції яскравим представником утопічного соціалізму Шарлем Фур'є. На думку канадського вченого Т. Ганслі,