



ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІЖНАРОДНА РАДА ДОСЛІДЖЕНЬ І ОБМІНІВ (IREX)

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕНЬ МАС-МЕДІА

РОБОЧА КНИГА
HANDBOOK

*Затверджено
вченою радою ЗНУ
Протокол № 4 від 28.11. 2017 р.*

Запоріжжя
2017

УДК:316.77:005.57:004.77:001.891(075.8)
М545

Рецензенти:

- Н. В. Костенко*, доктор соціологічних наук, професор, завідувач відділу соціології культури і масової комунікації Інституту соціології Національної академії наук України;
- В. В. Різун*, доктор філологічних наук, професор, директор Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка;
- Л. Г. Пономаренко*, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, завідувач кафедри видавничої справи, редагування та української філології Інституту журналістики і масової комунікації Класичного приватного університету

*Затверджено вченою радою ЗНУ
Протокол № 4 від 28.11. 2017 р.*

М545 **Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга (handbook) / за заг. ред. К. Г. Сіріньок-Долгарьової. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 156 с. ISBN 978-966-599-565-4**

У робочій книзі надано загальний опис основних стандартів міжнародних медіадосліджень і їх менеджменту. Охарактеризована системна методологія соціологічних досліджень у сфері медіа, кількісні та якісні методи. Зокрема, розглянуто контент-аналіз, практику досліджень медіа-аудиторії (на прикладі методу фокус-груп). Здійснено огляд дискурс-аналізу і концептуального аналізу як міждисциплінарних підходів у медіадослідженнях, а також методу інтент-аналізу. Окрему увагу зосереджено на використанні статистичних методів у соціальних науках.

Посібник призначено для науковців, що провадять дослідження у сфері мас-медіа. Рекомендовано для викладачів, аспірантів, дослідників у галузі журналістикознавства, соціології, політології, реклами і зв'язків із громадськістю, усім тим, хто цікавиться проблемами використання кількісних і якісних методів у вивченні медіа-комунікації.

Видання здійснюється в рамках проекту «Інтенсивний тренінговий інститут з методології медіадосліджень», що є частиною Програми підтримки адміністрування університетів, розробленою Радою міжнародних досліджень і обмінів (IREX) і спонсорованою Корпорацією Карнегі в Нью-Йорку.

This publication is realized within the project Intensive Training Institute in Research Methods for Social Sciences, which is a part of the University Administration Support Program, developed by IREX and kindly supported by the Carnegie Corporation of New York.

УДК:316.77:005.57:004.77:001.891(075.8)

ISBN 978-966-599-565-4

©Запорізький національний університет
©Автори розділів

ЗМІСТ

<i>Костюк В. В. Передмова</i>	4
<i>Сіріньок-Долгарьова К. Г. Основні стандарти міжнародних медіа-досліджень і їх менеджменту</i>	6
<i>Лепський М. А. Системна методологія соціологічних досліджень мас-медіа</i>	18
<i>Сіріньок-Долгарьова К. Г. Контент-аналіз як метод дослідження змісту медіа-повідомлень</i>	50
<i>Наумова М. Ю. Методи та практика досліджень медіа-аудиторії. Якісні методи досліджень. Метод фокус-груп</i>	56
<i>Семенець О. О. Дискурс-аналіз як міждисциплінарний підхід у медіадослідженнях</i>	69
<i>Мірошниченко П. В. Концептуальний аналіз у мас-медійних дослідженнях</i>	93
<i>Чудовська І. А. Інтент-аналіз як спроба реконструкції тонких ментальних структур свідомості</i>	102
<i>Кудінов І. О. Статистичні методи досліджень у соціальних науках</i> ...	107
ДОДАТКИ	122
<i>Додаток А. Приклади оформлення бібліографічного опису за міжнародним стилем APA Style Bibliography</i>	122
<i>Додаток Б. Українсько-англійський глосарій з методології медіадосліджень</i>	124
<i>Додаток В. Презентація Академії української преси. Моніторинг політичних новин (приклад контент-аналізу)</i>	129

ПЕРЕДМОВА

Моє дитяче сприйняття медіа вперше відбулося наприкінці 60-х років минулого століття у звичайній сільській хаті на Сумщині, обов'язковим атрибутом якої були ікони, вишиті рушники, що обрамлювали різноманітні фото близьких і далеких родичів, і дрововий радіоприймач. До цього часу пам'ятаю ті сімейні вечори, коли всі три покоління нашої родини (дідусь із бабусею, тато з мамою і я з двома молодшими сестрами) після вечері слухали програму «Радіотеатр». Такі радіовечори сприяли не тільки об'єднанню нашої родини, а й залучали до сприйняття культури.

З появою в домі телевізора, звичайно ж, увага перенеслась до екрана. Згадую й нині казки дідуся Панаса з програми «На добраніч, діти!», цікаві сюжети, що розповідали про рослинний і тваринний світ у програмах «У світі тварин» та «Клуб кіномандрівників». Інтерес до музики у старших класах школи та під час навчання у виші частково задовольнявся щотижневою програмою «Музичний кіоск» та таким довгоочікуваним телемарафоном «Мелодії і ритми зарубіжної естради», який пропонувало московське телебачення один раз на рік, у ніч перед Великоднем (щоб відволікти молодь від святкового богослужіння у храмах), з 22.45. до 1. 30.

Ці фрагменти дитинства закарбувалися в моїй пам'яті знаками епохи – іконами, вишитими рушниками, фотографіями членів родини, радіо, телебаченням. Все це, без сумніву, об'єднувало, виховувало, формувало смаки суспільства, впливаючи на світосприйняття та світорозуміння.

Нині знаки епохи інші. Гаджети, Всесвітнє павутиння, мережеві комп'ютерні ігри, стрими та трансляції, – все це сприяє миттєвому поширенню інформації. Сьогодні доступ до медіа можливий «за порухом пальця». Вседоступність і поширеність мас-медіа, звичайно ж, потребують їх ретельного наукового пізнання для того, щоб виявити специфіку діяльності, окреслити тенденції розвитку, виміряти ефективність впливу на суспільство. Саме це й зумовило появу медіадосліджень у зарубіжних університетах декілька десятиліть тому.

Сьогодні неможливо готувати фахівців для медіа-галузі без урахування реальної картини її стану. Такий підхід є ознакою вияву поваги до аудиторії друкованих та електронних ЗМІ, загалом, і до кожного читача, слухача, глядача, зокрема, який нині потребує не лише інформації про те, що сталося, а й пояснення, чому так сталося. Переконалися, що таке усвідомлення не менш важливе і для самих мас-медіа, адже їх аудиторія сьогодні – це освічені люди, які самі здатні вирішити, як діяти в тій чи іншій ситуації.

Запропонований посібник – один із тих, яких нині не вистачає для наукового осмислення методики аналізу інформаційних потоків. «Методологія досліджень мас-медіа» – це робоча книга, що містить теоретичні положення та практичні поради щодо підготовки і проведення наукових досліджень медіа-сфери.

Видання ввібрало в себе матеріали потужного міжнародного проекту «Інтенсивний тренінговий інститут з методології медіадосліджень», реалізованого на базі факультету журналістики Запорізького національного університету впродовж восьми місяців 2017 року. Його мета – навчити науково-педагогічних працівників методики медіадосліджень відповідно до міжнародних стандартів. Зацікавилися цим видом діяльності тридцять викладачів факультетів журналістики чотирьох університетів України, включаючи колег з історичного факультету і факультету соціології та управління ЗНУ.

Зміст посібника містить наукові здобутки та практичні поради щодо організації медіадосліджень, презентовані на заняттях інтенсивного тренінгового інституту відомими журналістикознавцями та соціологами. Актуальні питання системної методології соціальних досліджень мас-медіа, основні стандарти та шляхи реалізації медіадосліджень ґрунтовно висвітлено докторами (М. А. Лепським, О. О. Семенець, І. А. Чудовською) та кандидатами наук (І. О. Кудіновим, П. В. Мірошніченком, К. Г. Сіріньок-Долгарьовою). Привертає увагу також українсько-англійський глосарій з методології медіадосліджень, укладений Сіріньок-Долгарьовою К. Г., ініціатива і завзятість якої допомогли реалізувати проект і видати цю книгу.

Окрему подяку висловлюємо нашим закордонним партнерам – Міжнародній раді досліджень і обмінів (IREX) і Корпорації Карнегі в Нью-Йорку, за підтримки яких втілено в життя цей проект.

Посібник стане в пригоді науково-педагогічним працівникам вищих навчальних закладів, які проводять медіадослідження, аспірантам, докторантам, магістрам, керівникам засобів масової інформації, всім, хто цікавиться проблемами функціонування медіа.

*Віктор Костюк,
кандидат педагогічних наук, доцент
декан факультету журналістики
Запорізького національного університету*

ОСНОВНІ СТАНДАРТИ МІЖНАРОДНИХ МЕДІАДОСЛІДЖЕНЬ І ЇХ МЕНЕДЖМЕНТУ

Катерина Григорівна Сіріньок-Долгарьова – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики Запорізького національного університету.

Закінчила з відзнакою магістратуру факультету журналістики ЗНУ. З 2007 по 2008 рр. – голова Наукового студентського товариства ЗНУ. Протягом навчання брала участь у численних наукових та навчальних програмах і стажуваннях. У 2005-2006 рр. перебувала на навчанні в університеті Грейсленд (США), де студіювала журналістику та масову комунікацію за програмою академічного обміну Держдепартаменту США UGRAD, адміністрованою Радою Міжнародних Досліджень та Обмінів IREX. Брала участь у міжнародному семінарі «Партнерство задля демократії» (м. Ряшів, Польща, 2007), міжнародних наукових конференціях і читаннях Росії, Білорусі, Молдові, США, Грузії. Автор понад 30 наукових і навчально-методичних праць українською, російською й англійською мовами.

У 2013-2014 рр. проходила стажування для молодих науковців Програми ім. Фулбрайта (Fulbright Faculty Development Program) у Південноіллінойському університеті США (Southern Illinois University). Вивчала досвід американських колег із викладання дисциплін магістерського рівня за спеціалізацією «Медіаменеджмент і професійні медіа».

У 2016 році пройшла стажування за програмою University Administration Support Program (IREX) із менеджменту наукових досліджень і лідерства в Університеті Штату Юта, США (Utah State University).

План.

1. Поняття менеджменту досліджень (research management), його основні елементи.
2. Дослідницька поведінка й етика.
3. Проведення дослідження, пошук джерел. Поняття research proposal – дослідницький проект-пропозиція.

1. Поняття менеджменту досліджень (research management), його основні елементи

Концепція «дослідницького університету» передбачає:

- автономію та децентралізацію університетів;
- нові підходи до навчальних програм, курсів (розробляє сам виш);
- автономію у фінансових питаннях (створення власних рахунків, їх аудит і менеджмент);

- розподіл коштів самими підрозділами ВНЗ (на внутрішні гранти, участь у конференціях, членство в наукових асоціаціях);
- впровадження найкращих світових практик – академічної доброчесності, трансферу знань тощо.

Для якісної реалізації концепції дослідницьких університетів потрібне створення *системи менеджменту досліджень* (англ. research management), ключовими аспектами якої є:

- високий рівень методологічної підготовки науково-викладацького складу факультетів, лабораторій, підрозділів;
- міждисциплінарна кооперація на рівні проектів/грантів;
- повноцінне регулювання процедури і доброчесності досліджень:
 - дослідження з людьми (англ. human subject research);
 - конфлікт інтересів (англ. conflict of interest);
 - дотримання правил і регулятивних вимог (англ. research integrity and compliance);
- комерціалізація досліджень, захист інтелектуальної власності.

Система менеджменту досліджень передбачає наявність таких структур (відділів) в університеті:

1. Відділ дотримання норм у дослідженнях.
2. Комітети схвалення досліджень (окремо для досліджень з людьми і тваринами) – англ. Institutional Review Board (IRB).
3. Відділ розвитку досліджень (підготовка грантових заявок, проектів).
4. Відділ спонсорованих проектів (супроводження грантів, укладення контрактів тощо).
5. Бізнес-підтримка (бухгалтерія і фінансовий аудит).
6. Відділ дотримання безпеки досліджень.
7. Офіс трансферу технологій/знань.

Основні принципи менеджменту й управління у сфері наукових досліджень мають бути: (1) відкритість до участі в будь-яких проектах, (2) орієнтація на консенсус у вирішенні питань, (3) довіра між учасниками досліджень, (4) прозорість процесів управління, (5) відповідальність усіх залучених сторін, (6) ефективність і орієнтація на результат, (7) рівноправність і залученість до роботи всіх учасників, (8) законність, дотримання всіх етичних і регулятивних вимог.

Механізми контролю за процесом планування і реалізації наукових досліджень в університеті:

✓ *«Вхідний» контроль:* формулювання детальних правил, регуляцій, стандартних процедур і вимог досліджень, їх максимально широке оприлюднення через офіційний сайт, додавання до навчальних програм, включення до спеціалізованих курсів від рівня бакалаврату до докторантури;

✓ *Мінімізація ризиків* шляхом надання якомога ширшої інформації і пояснень з боку працівників науково-дослідного департаменту;

✓ *«Вихідний» контроль:* перевірка досягнутих результатів щодо їх відповідності меті та завданням досліджень;

- ✓ Коригування досліджень (за потреби);
- ✓ Аудит і звітування.
- ✓ Санкції, якщо потрібно.

Автономія і відповідальність. Концепція дослідницького університету надає широку автономію у проведенні досліджень як з боку окремих дослідників, так і підрозділів/факультетів загалом, що позитивно впливає на результати й інновації. Академічні працівники очікують автономії в дослідженнях. Проте це не звільняє їх від зобов'язання надавати звіт і відповідати за виконання власних обов'язків.



Схему подано за: *UASP IREX, Fellowship in Research Management, 2016*

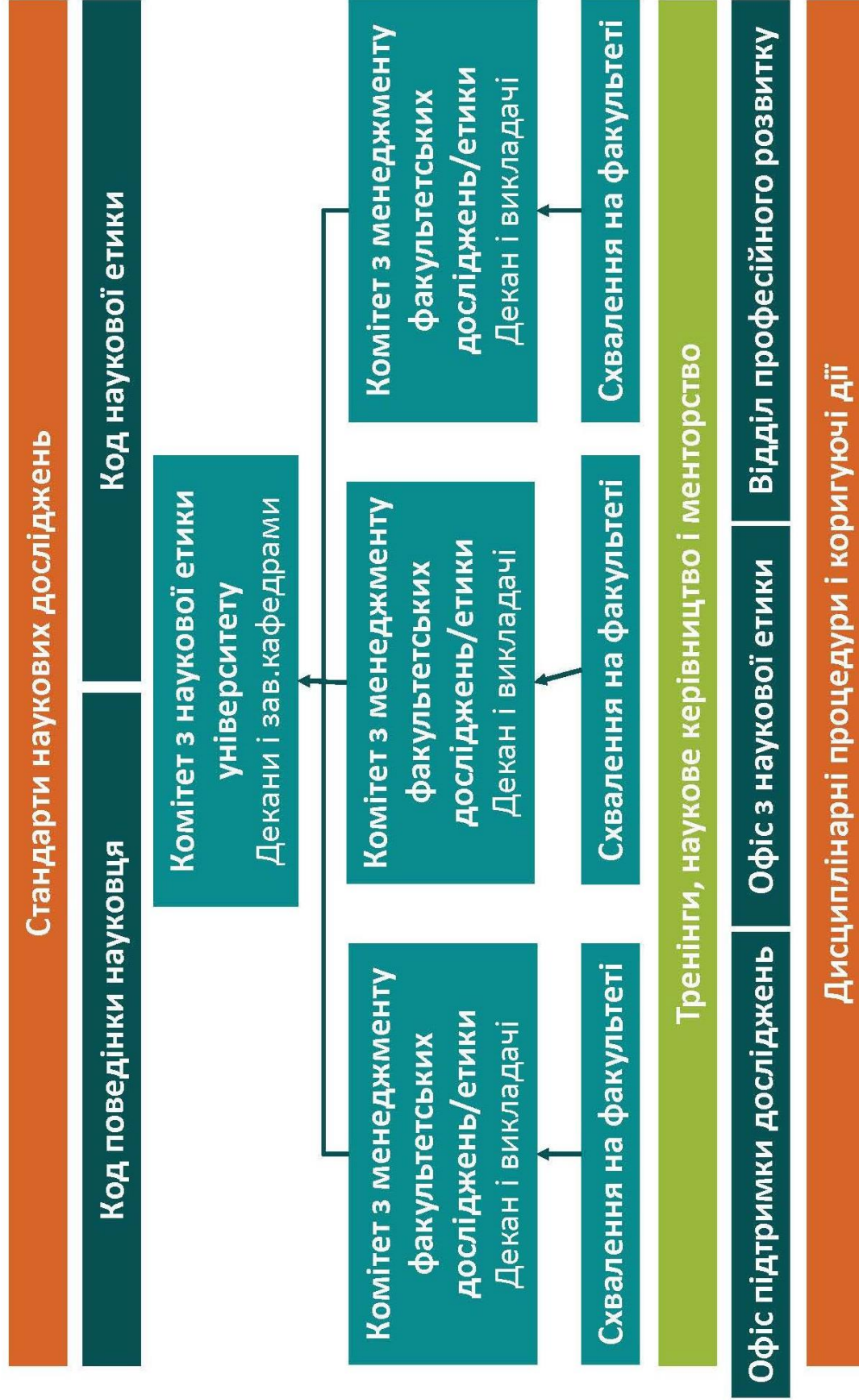
Така відповідальність передбачає:

- Відповідальність університету перед урядовими і законодавчими вимогами;
- Відповідальність університету перед спонсорами-грантодавцями;
- Відповідальність факультетів/підрозділів перед університетом;
- Відповідальність окремих співробітників перед адміністрацією.

Відповідальність можлива лише, якщо наявні коригувальні дії відповідних адміністративних підрозділів і, за потреби, санкції та рекомендації.

Дослідницька поведінка і етика

2. Дослідницька поведінка і етика



Приклад вищенаведеної схеми (адаптовано за *UASP IREX, Fellowship in Research Management, 2016*) взаємодії структур університету у процесі забезпечення дотримання доброчесності й етики в науці:

Схожа структурна схема може бути побудована для:

- ✓ Менеджменту інтелектуальної власності і трансферу технології.
- ✓ Спонсорованих грантових проектів.
- ✓ Системи моніторингу дотримання норм у дослідженнях (англ. research compliance).
- ✓ Фінансового менеджменту.
- ✓ Індивідуальних / кафедральних цільових досліджень.
- ✓ Спрощення регуляційних / грантових процедур (система «єдиного вікна» – координаторів досліджень факультетів).

Менеджменту університетських досліджень важливо дати відповіді на такі запитання:

Чи зрозумілі і прозорі стандарти досліджень?

Як ці стандарти комуніковано дослідникам?

Чи є чіткими процедури досягнення цих стандартів?

Чи мають дослідники можливості й заохочення працювати?

Чи наявна система моніторингу за дотриманням стандартів?

Які наслідки недотримання правил і стандартів?

Навчання й адаптація. Вдала система наукового менеджменту передбачає постійне навчання співробітників, адаптацію та поширення успішних практик інших вишів, а також *навчання за допомогою*:

- Внутрішніх університетських бюлетенів, розсилок;
- Внутрішніх конференцій, серій семінарів і тренінгів (зокрема з вивчення методології досліджень);
- Комітетів / дослідницьких груп;
- Розгляду кейсів – наочних прикладів порушення дослідницької етики (англ. research misconduct);
- Тренінгів із доброчесності й етики в дослідженнях (наприклад, таких, як тренінги СІТІ - <https://www.citiprogram.org> – Collaborative Institutional Training Initiative – поширені у Сполучених Штатах Америки).

Прикладами широкомасштабної організації підтримки наукових досліджень є:

- ✓ University of California at Berkeley:
<http://vcresearch.berkeley.edu/organizational-chart>
- ✓ Michigan State University:
http://research.umich.edu/sites/default/files/resource-download/umor_org_chart_july_2016.pdf
- ✓ Massachusetts Institute of Technology:
<http://osp.mit.edu/about-osp/organization-chart>



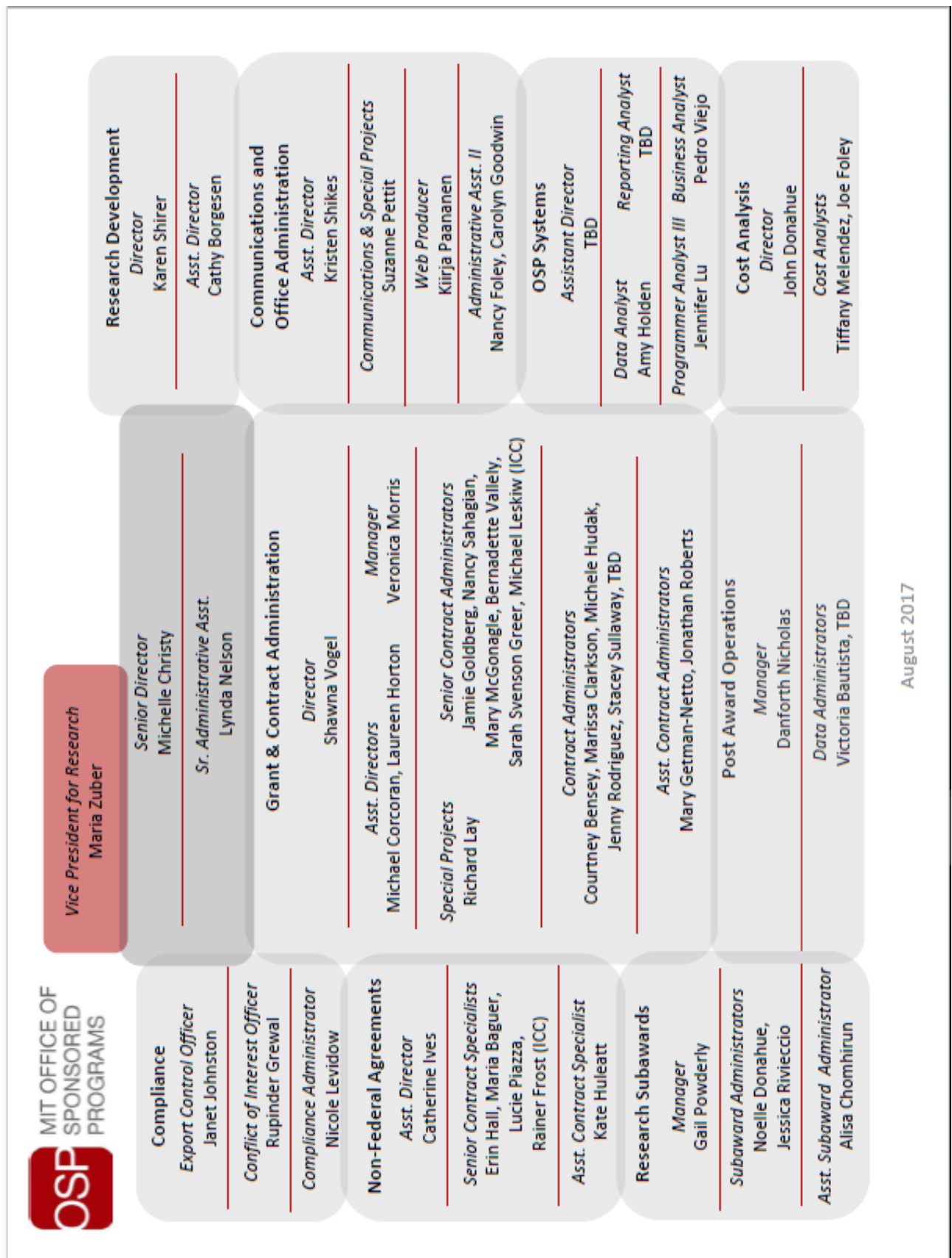
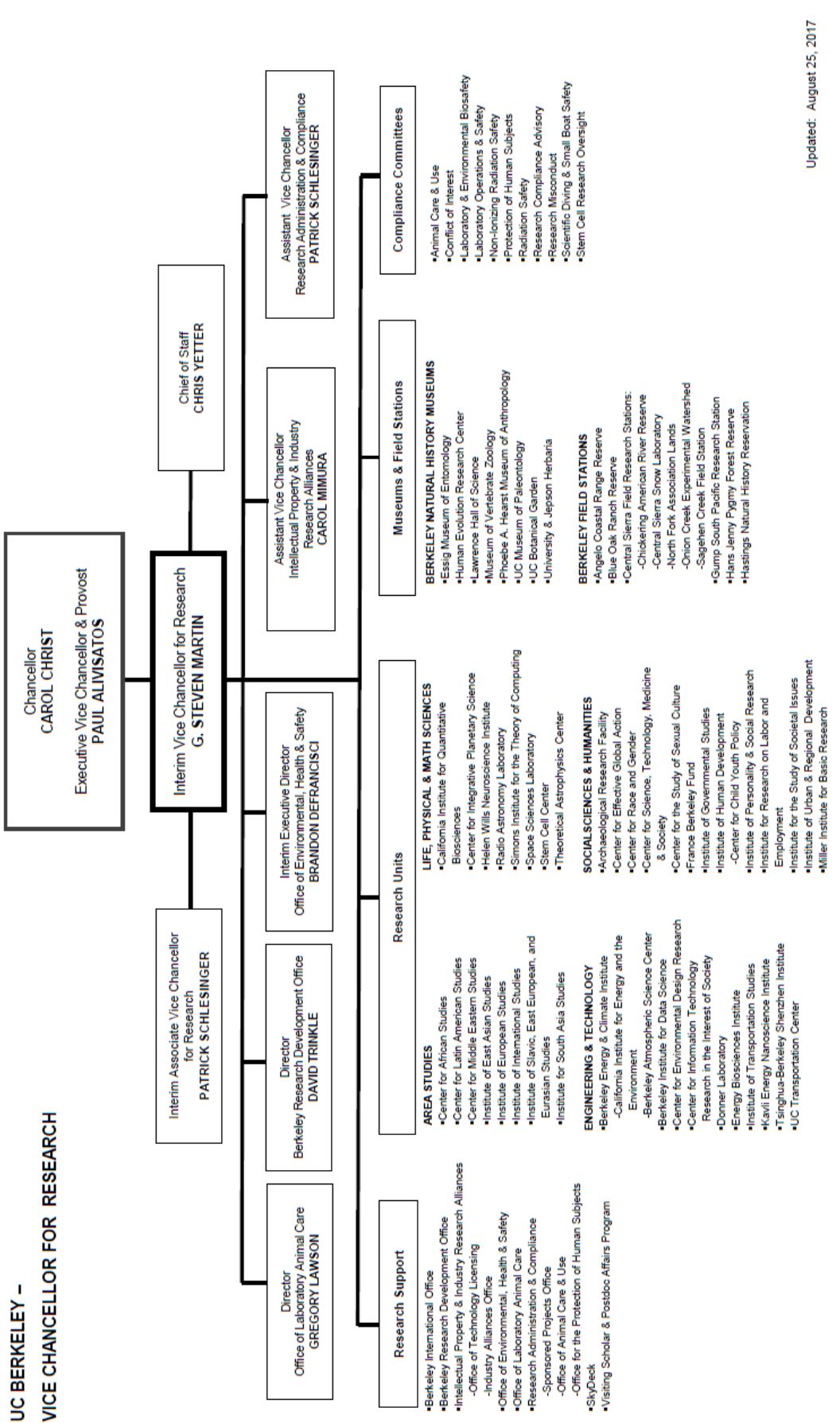


Рис. 1. Схема менеджменту й організації досліджень Массачусетського технологічного інституту (США), серпень 2017 року



Updated: August 25, 2017

Рис. 2. Схема менеджменту і організації досліджень Університету Каліфорнії, Берклі (США), серпень 2017 року

3. Проведення дослідження, пошук джерел. Поняття research proposal – дослідницький проект-пропозиція

Основні онлайн-ресурси для дослідників:

- Ресурси у відкритому доступі (англ. open access).
- Сайти університетських бібліотек США, Європи (репозитарії наукових досліджень);
- Сайти найвпливовіших видавництв:
 - SAGE Publications - <http://journals.sagepub.com>;
 - Thompson Reuters - <https://thomsonreuters.com>;
 - Routledge - <https://www.routledge.com>;
 - Elsevier - <https://www.elsevier.com>;
 - Springer - <http://www.springer.com/gp>.

Практично кожне видавництво надає змогу відкритої публікації:

- «зеленої» – доступ до матеріалу стає можливий після періоду ембарго (періоду, поки автор закриває доступ з міркувань дотримання авторських прав: захист дисертації, публікація монографії тощо);
- «золотої» – доступ до матеріалу можливий завжди.

Ресурси Національної бібліотеки України ім. В. Вернадського

- Наукова періодика України – <http://www.nbuv.gov.ua/node/1539>.
- Повнотекстовий пошук - <http://www.nbuv.gov.ua/node/2116>ю.
- Електронні репозитарії, бібліотеки - <http://www.nbuv.gov.ua/node/508>.
- Semantic Web – смисловий науковий пошук – <http://www.nbuv.gov.ua/node/1539>.

Схема роботи над проектом-пропозицією (для отримання фінансування, для подання на конкурси/гранти тощо):

Підготовка проекту-пропозиції (project proposal)

Вступ, мета, завдання проекту	Огляд літератури, теоретичний бекграунд	Структура дослідження Методологія	Очікувані результати, висновки, бібліографія
-------------------------------	---	--------------------------------------	--

Чіткий, точний, конкретний план – до 2-3 стор.

Базується на попередніх дослідженнях

Чітко визначає методологію, дослідницькі питання

Співвідносний часу, фінансам і компетенціям дослідника

Переконливий, грамотний, і врешті, - такий, що зацікавлює!



Спеціалізовані пошукові системи та соціальні мережі для науковців:

- ✓ Google Scholar - <https://scholar.google.com.ua>
- ✓ Research Gate - <https://www.researchgate.net>
- ✓ Academia.edu - <https://www.academia.edu>
- ✓ Questia - <https://www.questia.com>
- ✓ LinkedIn.com - <https://www.linkedin.com>.

Їхня мета – поширення дослідниками власних публікацій і рукописів, пошук партнерів і можливих спонсорів, працевлаштування, отримання новин зі своєї галузі, спілкування з колегами.

Асоціації для науковців у сфері журналістики та комунікацій:

- ✓ Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC) – <http://www.aejmc.org>;
- ✓ International Communication Association (ICA) – <https://www.icaheadq.org>;
- ✓ International Association for Media and Communication Research (IAMCR) – <http://development.iamcr.org>;
- ✓ European Research and Education Association (ECREA) - <http://www.ecrea.eu>.

Топ-журнали медіадосліджень, представлені в міжнародних наукометричних базах даних:

- ✓ Journalism & Mass Communication Quarterly
- ✓ Journalism & Communication Monographs
- ✓ Journalism & Mass Communication Educator
- ✓ Journal of Communication
- ✓ Communication Theory
- ✓ Human Communication Research
- ✓ Communication, Culture & Critique
- ✓ Journal of Computer-Mediated Communication.

Підготовка статті до друку в міжнародних виданнях (англ. *peer-review journals*). Зазвичай від початку підготовки статті до її опублікування минає близько 1-1,5 років.

Здебільшого готова стаття подається до друку не електронною поштою, а через спеціальну онлайн-платформу журналу. Наприклад, для «European Journal of Women's Studies» (видавництво SAGE Publishing): <https://mc.manuscriptcentral.com/ejw>.

Обов'язково надаються такі відомості:

- інформація про автора й дослідження з ключовими словами, анотацією, контактними даними тощо;
- декларація визнання / спростування конфлікту інтересів й етики;
- Cover letter – лист редактору з проханням прийняти дослідження до розгляду та подальшої публікації;
- підготовка до сліпого рецензування двома-трьома рецензентами: подання тексту без ідентифікації авторства (без імені, посилань на власні публікації чи будь-які відомості, що можуть викрити авторство статті).

Структура статті, основні елементи (англійською мовою):

- ✓ Abstract, key words
- ✓ introduction,
- ✓ literature review / problem statement and background,
- ✓ research questions /hypotheses,
- ✓ methodology,
- ✓ discussion, results and findings,
- ✓ conclusion,
- ✓ acknowledgements (contributors, financing etc.),
- ✓ references (bibliography),
- ✓ appendixes (tables, graphs, figures etc.).

Оформлення бібліографії. Кожен журнал послуговується одним із цих стилів, єдиного формату немає:

– APA (American Psychological Association style) – найбільш популярний формат, використовується більшістю міжнародних журналів гуманітарного спрямування (див. приклад оформлення бібліографії у цьому форматі у додатку А);

- MLA style;
- Chicago Style;
- Harvard style.

Поняття дослідницького ID. Дослідницьке ID – це ідентифікатор науковця (спеціалізований номер) у різних видавничих системах. Використання такої ідентифікації спрощує процедуру подання статті до академічних наукових журналів. Такими ідентифікаторами є *Researcher ID* – <http://www.researcherid.com> (від видавництва Thompson Reuters, що створює наукометричну базу даних Web of Science); *ORCID* – <https://orcid.org> мережа-ідентифікатор авторів, видавництв, досліджень, що використовується для (1) відслідковування цитування публікацій науковцями; (2) пошуку проектів / статей / матеріалів для подальших досліджень; (3) пошуку колег для розширення співпраці, нетворкінгу.

Література:

1. Investigator Handbook for Human Participant Research / Institutional Review Board of Utah State University, 2011. 49 p. URL: <http://rgs.usu.edu/irb/handbook/>.

2. Johnson A. Improving Your Research Management : A Guide for Senior University Research Managers. 2nd ed. Amsterdam : Elsevier, 2013. 156 p.

3. Mapping development resources to the Vitae Researcher Development Framework / Vitae Careers Research and Advisory Centre (CRAC), 2011. 6 p. URL: <https://www.vitae.ac.uk/vitae-publications/rdf-related/researcher-development-framework-rdf-mapping-methodology-vitae-2011.pdf>.

4. Mason L., McNerney F., Ward R. Higher Education Institutional Capacity Assessment Tool (HEICAT). Washington D. C. : IREX, 2016. 83 p. URL: <https://www.irex.org/sites/default/files/node/resource/higher-education-institutional-capacity-assessment-tool.pdf>.

5. On Being a Scientist : A Guide to Responsible Conduct in Research / Committee on Science, Engineering, and Public Policy, National Academy of Science, National Academy of Engineering, and Institute of Medicine of National Academies. 3rd ed. Washington D. C. : The National Academies Press, 2009. 63 p.

6. Довідник з академічної доброчесності для школярів / уклад. М. В. Григор'єва, О. І. Крикова, С. Г. Певко; за заг.ред. О. О.Гужви. Харків : ХНУ імені В.Н. Карізіна, 2016. 64 с.

7. Менеджмент вищої освіти : навч. посіб. / І. М. Шоробура, Є. В. Долинський, О. О. Долинська, Хмельн. гуманіт.-пед. акад. Хмельницький : ПП Заколотний М. І., 2015. 256 с.

8. Міщенко П. Стратегічне управління : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2004. 336 с.

9. Проект сприяння академічній доброчесності в Україні. URL: <http://www.saiup.org.ua>.

10. Сіріньок-Долгарьова К. Г. Основи менеджменту наукових досліджень за кордоном / Підготовка докторів філософії (PhD) у Запорізькому національному університеті: навчально-методичний посібник / В. І. Меньяло та ін. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. С. 68-73.

11. Сіріньок-Долгарьова К. Г. Основні стандарти міжнародних медіадосліджень і їх менеджменту // Інтенсивний тренінговий інститут з методології медіадосліджень. Модуль 1. 2017. 16 березня. URL: <https://medialiteracy.zp.ua/mietodologhiia-miediadoslidzhien/>.

12. Черненко Н. М. Ризик-менеджмент в контексті сучасних наукових досліджень // Наука і освіта. 2014. № 6. С. 204-208. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NiO_2014_6_43.

13. Шліхта Н., Шліхта І. Основи академічного письма : методичні рекомендації та програма курсу. Київ, 2016. 61 с.



Завдання для самостійного опрацювання:

Перегляньте транскрипт відео-кейсу (переклад українською мовою), в якому змальована ситуація професійної недбалості та суперечливої поведінки науковців (джерело: CITI – www.citiprogram.org). Прокоментуйте цю ситуацію.

У кімнаті розмовляють двоє: молода дослідниця Джоана та її товариш, PhD-студент Карсон:

- Джоанно?
- Нам треба поговорити! Я щойно прочитала статтю доктора Пріті в інтернеті, і, ти не повіриш, вона викривила наші дані!
- Навіщо їй це робити?
- Вона або помилилася, або має якісь інші плани. Я не знаю!
- Ти впевнена?
- Звичайно я впевнена, Карсоне! Я вмію читати! І я мала рацію на кожному кроці роботи. І тепер вона опублікована. Я повинна викрити її!
- Це не розумно.

- Що робити, якщо її спіймають? Я можу піти разом з нею! Пам'ятай, що в мене є докази. Я робила копії всього, навіть, її особистих записів!

- Також не розумно.

- За таких обставин я можу сказати, що це був дуже гарний хід. Я здам її завідувачеві кафедри, і ми подивимось, чи дістане вона посаду тепер.

- Послухай мене. Ти знаєш, що не можеш підтвердити, що в тебе є всі копії даних, чи не так?

- Я гадаю, так. Але це не головне. Вона зробила неправильно, і я про це знаю. Тож, я мушу захищатися!

- Джоанно, повір мені, ти сама навіть не хочеш починати всі ці неприємності. Ти досі занадто вразлива, доки не захистиш дисертацію. Крім того, це може коштувати тобі всієї кар'єри. Не треба пиляти гілку, на якій сидиш.

- Але що робити з правдою?

- Абсолютно, правда повинна перемогти. А якщо ти виправиш Пріті в свої першій статті? Після того, як дістанеш ступінь доктора?

- Чудово! Дякую тобі! Це дійсно чудово. Тепер я зможу жити з цим. А як справи з твоєю розшифровкою?

- Це найменша з моїх турбот. Я розшифровував інтерв'ю, які зробив учора, і, знову ж, схоже на те, що там немає ознак того, що ми шукаємо.

- Навіть гіпотетичних?

- Звісно. Я не знаю, що робити.

- Ти говорив з доктором Фонтірем?

- Так. Він лише говорить: «Я знаю, що ці речі відбуваються. Ідуть і знайдіть їх!» Я гадаю, що він має рацію. Вони повинні відбуватися, я просто не можу знайти їх.

- Дивись, ці інтерв'ю з одного класу, але в різні дні з помітною різницею в кількості присутніх дітей, тому схоже на те, що дані ненадійні в будь-якому випадку. Можливо, ти зможеш використати це як причину, щоб поки що відкласти результати інтерв'ю і взяти тиждень на роздуми про те, що тобі потрібно для досягнення запланованого результату.

- Ну, можливо. Я, звісно, про це ще не думав, використовував інші шляхи вирішення. Ти маєш рацію. Мені потрібно все переосмислити. Зараз я проясню це з доктором Фонтірем. Зазвичай у цей час він у власному кабінеті. Перевірмо! *(Пише своєму керівникові електронного листа)*.

- У мене є ще кілька хвилин. Можливо, я перегляну питання?

- Це було б чудово. Свіжий погляд. *(Звук з пошти на комп'ютері)*. Він відповів. Цитую: "Серйозна трата грантових коштів!" Знак оклику. "Продовжуйте та доведіть справу до кінця!!!" Два знаки оклику. І, звичайно ж, це набагато важливіше, ніж бути точним! *(Іронічно)*

- Ще раз: правда переможе!

СИСТЕМНА МЕТОДОЛОГІЯ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ МАС-МЕДІА

Максим Анатолійович Лепський, доктор філософських наук, професор, декан факультету соціології та управління Запорізького національного університету.

Захистив диплом за спеціальністю історія, спеціалізація: всесвітня історія (схodosнавство) Запорізького національного університету. Захистив кандидатську (PhD) дисертацію «Взаємозв'язок життя і смерті: проблема виживання». Захистив докторську дисертацію (full prof.) «Взаємозв'язок оптимізму та песимізму: проблема соціальної перспективи» в Інституті вищої освіти Академії педагогічних наук України.

Є організатором і учасником 34 соціально орієнтованих міжнародних, усеукраїнських і регіональних проектів, підтриманих, зокрема, ПРООН-ЄС, USAID, публічною агенцією «Шведський інститут», Соціологічною асоціацією України. Має досвід 24 років викладання, медіації, проведення тренінгів, майстер-класів, організації фундаментальних і прикладних досліджень. Є головою дослідницького комітету «Соціального прогнозування» Соціологічної асоціації України.

Автор 145 робіт, серед іншого 11 монографій, 5 навчальних посібників і 2 підручників з проблем соціального та політичного прогнозування, моделювання і сценарування розв'язання конфліктів, миротворчості та людського розвитку, дослідження медіа-простору.

План.

1. Моделювання та модель у системному дослідженні.
2. Системне дослідження соціальних і політичних ситуацій та процесів.
3. Моделювання та функції моделі в дослідженні соціальних і політичних ситуацій та процесів.
4. Системні пастки конфліктів у моделюванні та стратегічному прогнозуванні.
5. Мас-медіа як репрезентанти системи інформації.

1. Моделювання та модель у системному дослідженні

Моделювання стратегічного прогнозування політичних процесів спрямоване на визначення тих суттєвих взаємозв'язків, суперечностей і закономірностей, які визначають моделювання у цілісності політичного процесу суспільства. Моделювання застосовується як загальнонауковий метод у різних галузях знань, теоріях, концепціях та емпіричних дослідженнях, тому має досить широке предметне поле в теорії наукового пізнання. У «Словнику іншомовних слів» подано таке визначення: «Моделювання – дослідження об'єктів пізнання на їхніх моделях; побудова

моделей реально існуючих предметів і явищ (живих організмів, інженерних конструкцій, суспільних систем, різних процесів тощо)»¹.

У цьому визначенні підкреслюється напрям дослідження об'єктів за допомогою моделей, основним процесом якого є побудова образу об'єкта пізнання. Як об'єктно-суб'єктне віддзеркалення, об'єкт перебуває у центрі пізнання. Суб'єкт відіграє роль дослідника, що будує образ об'єкта в уяві, знаках або матеріальному носії – формує модель. Схоже визначення подає й автор «Вступу до філософії та методології науки» Є. В. Ушаков: «Моделювання (лат. *modus* – міра, спосіб) на сучасному етапі набуло значення загальнонаукового методу. Його особливістю є те, що тут для вивчення об'єкта використовуються опосередкована ланка – в певному сенсі «представник» вихідного об'єкта – або об'єкт-замісник. Вихідний об'єкт дослідження при моделюванні називається оригіналом (прототипом), а об'єкт-замісник – моделлю»².

У цьому визначенні підкреслюється процес заміщення як об'єктивація образу об'єкта у суб'єктній діяльності. Цей підхід продовжує традицію класичного визначення «моделі», що запропонував В. А. Штофф: «Моделлю вважаємо таку мисленнєво уявлену або матеріально реалізовану систему, яка, відображаючи або відтворюючи об'єкт дослідження, здатна заміщати його так, що її вивчення дає нам нову інформацію про цей об'єкт».

У цьому визначенні зафіксовані сутнісні риси методу моделювання:

- 1) наявність об'єкта-посередника, що заміщає оригінал;
- 2) об'єкт-посередник повинен перебувати з оригіналом у відносинах відображення, а саме суттєвої схожості;
- 3) вивчення об'єкта-посередника має бути евристично плідним: воно повинно надавати нову інформацію про вихідний об'єкт³.

У цьому визначенні відображаються відносини об'єкт – суб'єкт – об'єктного характеру між об'єктом (прототипом) за допомогою суб'єкта у побудові об'єкта (моделі) – над останнім відбувається суб'єктна діяльність з отримання інформації. Саме з цього виникає питання про «екологічну валідність» рішень, ухвалених на основі вдосконалення моделі. Позаяк відбувається редукція від множини властивостей реального об'єкта та певне спрощення реального об'єкта у відображенні, що вже його дещо викривляє, то вдосконалення моделі може бути схематичною оптимізацією та збільшувати деформацію реальності, але вже «подвійно».

Тому особливу увагу потрібно надавати тому, що в етимологічному походженні визначено як *modus* – міра схожості, до якої висуваються вимоги: по-перше, відображення саме суттєвих відносин та абстрагування лише від несуттєвих відносин, але їх врахування; по-друге, постійна корекція моделі відповідно до об'єкта-прототипу; по-третє, особливої уваги до цілісності об'єкта пізнання, адже його розчленування лише збільшує загрозу «екологічній невалідності» моделі, тому що системні властивості цілісності не можна звести до властивостей частин, які її складають, отже, виникає загроза викривленого віддзеркалення емерджентних властивостей.

В етимологічному визначенні моделі підкреслюють її значення як *modulus* – заходу, зразка.

Модель [фр. *modèle* < іт. *modello* < лат. *modulus* – захід, зразок] – 1) зразок якогось виробу для серійного виробництва; 2) тип, марка, зразок конструкції чогось; 3) відтворення предмета в зменшеному або збільшеному вигляді (див. також макет); 4) предмет зображення в мистецтві; натурник (натурниця), що позує художникові; 5) зразок предмета, який слугує для виготовлення форми при виливці або відтворенні в іншому матеріалі; б) схема, зображення або опис якогось явища або процесу в природі й суспільстві⁴.

У цьому визначенні латентно звернено увагу на модель, яка стає прототипом або зразком для перетворювальної та відтворювальної діяльності, як зразок (тип, марка, макет, схема тощо) для відтворення або виробництва продукту. Модель стає проектом діяльності, сукупності дій як суб'єктних заходів. Таке визначення відображає другий етап моделювання у діяльності суб'єкта, що в практичній діяльності підтверджує теоретичні знання, здобуті за допомогою дослідження моделі. Але ж усе ж таки первинною є модель, створена внаслідок дослідження реально існуючого об'єкта.

Омські дослідники соціальних систем подають таке розуміння моделі: «Модель (від лат. *modulus* – захід, зразок) – спрощене уявлення про явища або об'єкти дійсності, що належать до природи й суспільства, у вигляді схем, зображень, описів, математичних формул, певного реального предмета (явища або процесу), досліджуване як їх аналог»⁵.

Якщо зробити поточні висновки, модель – поняття, що відображає, по-перше, суб'єктну пізнавальну діяльність із заміщення об'єкта-прототипу об'єктом-аналогом, як спрощене уявлення, яке відбиває суттєві відносини цілісності, задля евристичності – отримання нової інформації про об'єкт у (модусному аспекті – визначенні міри схожості, як осмислення цілісного образу об'єкта пізнання); по-друге, в об'єктивованій діяльності з відтворення моделі об'єкта, здобутих на її основі теоретичних знань (зразка) у практичній діяльності, ухвалення модельованого рішення у проектних заходах (модулюсний аспект – відтворення міри схожості як запровадження зразка у практичних заходах суб'єкта).

Цілісний характер моделювання досліджував авторський колектив за керівництва професора О. М. Данчула.

Моделювання – відтворення певних характеристик об'єкта моделювання на іншому об'єкті (моделі), спеціально створеному для їхнього вивчення. У системному аналізі об'єктом моделювання можуть виступати як досліджувана активна система, яка взаємодіє з зовнішнім середовищем, так і певна її частина. Складна активна система (САС), на їхню думку, характеризується різними групами властивостей (асpekтами), які треба враховувати для успішної діяльності й опису системи. Таким чином, для однієї й тієї ж системи можна створити різні моделі, що відображають ті або інші її аспекти⁷.

У цьому підході пропонуються методи аналізу декомпозиції як структурно-функціонального дослідження цілісності. *Декомпозиція* відіграє важливу роль при побудові сукупності моделей, що дає цілісне уявлення про досліджувану систему. Декомпозиція полягає в поділі опису (постановки) розв'язуваного завдання (дослідження, управління) на частини й окремому вирішенні конкретних завдань із подальшою координацією їх розв'язання. За потреби процес декомпозиції повторюється, що призводить до ієрархічних деревоподібних структур набору окремих завдань.

Російські автори запропонували три класи завдань декомпозиції, відповідні різним узагальненим **варіантам** їх цілей: *аспектна декомпозиція* – розділити завдання опису досліджуваної системи на завдання опису окремих груп властивостей (аспектів) цієї системи; результат такої декомпозиції – перелік (набір) аспектних описів (уявлень) системи; набір аспектів називається конфігуратором опису системи; *міжрівнева декомпозиція* – розділити завдання аспектного опису системи на завдання її порівневого аспектного опису відповідно до виділених рівнів ієрархії для даного уявлення; результат такої декомпозиції – перелік (набір) аспектних описів на виділених рівнях; *внутрішньорівнева декомпозиція* – розділити завдання порівневого аспектного опису системи на завдання аспектного опису виділених на даному рівні компонентів; результат такої декомпозиції – перелік (набір) аспектних описів виділених компонентів. Цілісне уявлення може бути забезпечене тільки завдяки комплексності створюваних описів, що передбачає наявність певних вимог до змісту та форми представлення результатів виділених завдань⁸. Ці автори продовжують аналітичну традицію в дослідженні системи – її структурно-функціонального підходу, який, якщо не виходить на дослідження цілісності процесу складної активної системи, то має усічений характер, оскільки розглядає лише етап аналізу. У свій час проти такого обмеженого підходу, який запропонував ще Р. Декарт, виступав Г. Лейбніц; останнього Н. Вінер вважав провісником майбутнього системного підходу. Так, Г. Лейбніц писав, що «у мистецтві відкриття він вбачає дві частини: *комбінаторику* й *аналітику*. Комбінаторика полягає у мистецтві знаходити питання, аналітика – в мистецтві знаходити вирішення питання... Аналітика є дослідження, в якому ми розтинаємо на частини сам предмет з максимально можливою точністю, ретельно дотримуючись та враховуючи положення, зв'язок, форму частин і частин у частинах. Синтетика, або комбінаторика, полягає в тому, що для пояснення речі ми застосовуємо інші речі поза нею»⁹. Саме нестача комбінаторних досліджень у системному підході визначає вади застосування останнього. Невипадково, як відзначає Ю.М. Плотинський, поняття «система», яке походить з давньогрецької мови, має латинський еквівалент «композиція».

Ю. Т. Рубанік відмічає, що для розуміння системного підходу його потрібно розглядати разом з іншими можливими шляхами осягнення явищ: «За допомогою концепції діалектичної тріади Гегеля, пізнання сутності цілого можливо представити як послідовність засобів, які змінюють один одного, трьох рівнів знання про нього. Перший рівень (теза) відповідає

інтуїтивному, тому, що спирається на живий досвід, цілісному розумінню об'єкта. На використання цього підходу спирається вікова мудрість Сходу... Цей підхід може бути дієвим. Але успіх тут непередбачуваний, він цілком залежить від здібностей, таланту окремої людини. Аналітичний підхід, який розчленовує ціле, виступає як заперечення (антитеза) інтуїтивного методу пізнання та є досягненням доби Просвітництва. Пригадаймо слова Декарта: «Немає такої проблеми, яку я не міг би розв'язати. Якщо раптом не в змозі з нею впоратися, то розбиваю її навпіл, намагаюсь вирішити окремо кожную частину. А якщо якась з них усе ж таки не підлягає розв'язанню, я її ділю і так далі». Який оптимізм, яка віра у силу Наукового Методу! У межах аналітичного підходу ми пильно вдивляємося в будову об'єкта, який нас цікавить, розділяємо його для того, щоб зрозуміти структуру й особливості окремих частин, а потім через них пояснити властивості цілого»¹².

І перш ніж підійти до третього етапу (водночас і шляху дослідження цілого), Ю.Т. Рубанік визначає загрози аналітичного підходу. Щоразу, коли ми розтинаємо ціле на частини, «з поля зору зникають зв'язки між цими частинами. А якщо вони суттєві для того, щоб зрозуміти закономірності формування проблеми та її властивостей? Тоді наше розуміння неминуче буде неповним, а то й хибним, уявним, а наші рекомендації – суперечливими або навіть шкідливими! Системний підхід до розуміння об'єкта можливо розглядати як синтез *інтуїтивного* й *аналітичного* методів. Він заперечує спробу зведення властивостей цілого до властивостей його частин, але запозичує в аналітичного підходу цікавість до внутрішньої структури об'єкта. На перше місце висувається сукупність системних властивостей цілого, що, як правило, не притаманні складовим елементам системи, розглянутим окремо. Такий підхід концентрує увагу на тих взаємодіях, які стають причиною виникнення системних властивостей»¹³.

Різниця системного й аналітичного підходів, на думку Джозефа О'Коннора та Іана Макдермотта, пов'язана перш за все з *емерджентністю*: «Системи володіють емерджентними, або властивостями, що виникають, яких немає в жодній з її частин. Розібравши систему на частини та проаналізувавши кожную з них, ви не зможете передбачити властивості цілісної системи. Розділивши систему на компоненти, ви ніколи не знайдете її суттєвих властивостей. Вони мають прояви тільки внаслідок дії цілісної системи. Єдина можливість дізнатися, що вони являють собою, – примусити систему працювати. Чудова особливість емерджентних властивостей полягає в тому, що для їхнього використання немає потреби розуміти, як саме система забезпечує їх появу»¹⁴.

Емерджентність, на думку цих авторів, дзеркально відображається: позаяк властивості системи притаманні лише їй самій, то вони зникають, якщо систему розділяють на частини. Тому, коли ми розбираємо цілісність, для того щоб дізнатися, як цілісність працювала, – здійснюється аналіз, за допомогою якого ми дістаємо знання. А в синтезі, створенні цілого з частин – ми знаходимо розуміння. Тому в системі існує два типи складності. Складність деталізації, що полягає в великій кількості розглянутих елементів,

та динамічна складність, яка виникає у тих випадках, коли елементи можуть вступати між собою у різні відносини, можуть бути поєднані безліччю способів¹⁵.

З цими положеннями, на нашу думку, треба солідаризуватись, адже моделювання у фазі аналітики спрямоване лише на структурно-функціональну визначеність – співвідношення статички та динаміки функціонування складників. Наступним кроком після аналізу комбінаторики потребує дослідження динамічної складності та емерджентності. Саме потреби дослідження динамічної складності є фундаментальними для розгляду політичного процесу як цілісності.

Все ж таки потрібна єдність аналізу й синтезу, аналітики та комбінаторики, позаяк, якщо відбувається збій у внутрішній будові системи, то вона може втрачати власні емерджентні властивості. Якщо суспільство втрачає внутрішню згоду у проекті розвитку, то може «застигнути» в боротьбі різних сил заради власного майбутнього. Як наслідок, діє лише «механізм смуту», про який писав ще Ю. Лотман. Тому в системному аналізі потрібна й аналітика, для того, щоб з'ясувати потенціал системи, її функціональні можливості, а іноді виправити (або «вилікувати», «зцілити») цілісність. Комбінаторика ж потрібна, щоб визначити розвиток цілісності, а не лише її окремих елементів та підсистем, у здійсненні її емерджентних властивостей.

Тому першою стадією (і в цьому слід погодитись з Ю. Т. Рубаніком) відносно політичного процесу цілісності є набуття «живого досвіду» спостереження системи як отримання цілісного образу, його осмислення й інтуїтивного визначення (як самодобудови осмисленого в образну цілісність).

Друга стадія – це, власне, системне дослідження як діалектична єдність аналізу й синтезу, модусного та модульного аспектів, аналітики (декомпозиції) та комбінаторики. Так, наприклад, комп'ютер може дати збій як на рівні емерджентних функцій – програмного забезпечення, так і на рівні внутрішньої будови – робочих підсистем. Нерозумно та невиправдано абсолютизувати лише один процес моделювання, аналітику чи комбінаторику, але іноді достатньо використовувати лише один з цих процесів відповідно до мети, яка полягає перед дослідником.

Аналітичний процес дослідження системи детально розглянув Данчул: «Будемо розрізняти *зовнішні* уявлення, коли складна активна система описується за допомогою зовнішніх щодо неї атрибутів надсистеми, до якої вона входить, і *внутрішні* уявлення, коли складна активна система розглядається як така, що складається з певних одиниць або, принаймні, описується без залучення зовнішніх атрибутів. У будь-якому аспекті опису складної активної системи можна виділити зовнішнє й внутрішнє уявлення. Складна активна система характеризується різними групами властивостей, пов'язаними між собою. З розмаїття уявлень, що враховують різні комбінації й інтерпретації властивостей системи, виділимо базовий конфігуратор, що містить три основні *види* уявлення:

- 1) функціональне (Ф-уявлення);
- 2) морфологічне (М-уявлення);
- 3) процесуальне (П-уявлення)¹⁶.

2. Системне дослідження соціальних і політичних ситуацій та процесів

Беручи до уваги можливість конфігурування об'єкта-оригіналу у різних ситуаціях та проблемах, слід усе ж таки зупинитись на найбільш складній ситуації – реалізації системних процесів, до яких, власне, і належить політичний процес у суспільстві. Системне дослідження цього процесу складається з 4 стадій та 9 етапів. Охарактеризуємо їх у доведенні послідовності та логічності саме такої цілісності пізнавальної методики.

І. *Предметне дослідження* (М. С. Каган) або *морфологічне уявлення* (О. М. Данчул) має 3 етапи.

Перший етап системного дослідження полягає у визначенні елементного складу соціальних процесів за критерієм цілісності. Тут виділяють декілька типів елементів-соціальних систем: індивід; родина; група; організація (фірма, підприємство, установа тощо); соціальний інститут (право, освіта, релігія тощо); територіальна спільність (село, місто, область, держава); світове співтовариство (світова система), які розглядаються в сукупності взаємодій між ними в обмеженні простору та часу, а також у логічній послідовності їхньої взаємодії в політичній події або ситуації.

Нагадаємо, **елемент – це неподільна одиниця**, з якої складається система. Базових елементів може бути декілька різновидів. Є відоме правило: при великому напруженні системи – базові її елементи спрощуються. Так, під час довготривалої війни більшість елементів набуває якості воїнів (що характерно для тоталітарних держав).

Другий етап полягає у визначенні компонентного складу соціального процесу. На цьому етапі **визначаються усталені об'єднання елементів (складники)** або, навіть, підсистеми (наприклад, відносно політичного процесу це – інституційно-організаційна, науково-освітня, нормативно-регламентувальна, комунікативна, управлінсько-перетворювальна, безпека суспільства) та їх потенціал (у політичному процесі доцільно визначати інституційно-організаційний, припасений та мобілізований інститутом або організацією, інтелектуальний, регламентно-обмежувальний і спрямовувальний, комунікативно-інформаційний та управлінський, захисний потенціали підсистем).

Третій етап дослідження предметного аспекту системи визначає «профіль структури», взаємопов'язаність елементів та компонентів у структурі конкретного суспільства. У вивченні політичних процесів це – дослідження їхньої масштабності та рівня (на мета-, макро-, мезо-, мікрорівнях), переваги внутрішніх (внутрішньополітичних) та зовнішніх (зовнішньополітичних) процесів, спрямованості й оформленості структури (її формату).

II. *Функціональне дослідження* (М. С. Каган) або *функціональне уявлення* (О. М. Данчул) має відбуватися у двох етапах.

Відповідно до цього, *функціональний аспект системного аналізу має два етапи.*

Четвертий етап системного аналізу полягає у дослідженні підвалин системи, розкритті механізму її внутрішнього функціонування, взаємодії її елементів. На цьому етапі центральним є дослідження підсистемної функціональної характеристики, яка може бути в нормі, гіпофункції та гіперфункції. На цьому етапі визначається елементний, компонентний та органічний стани, зміни та патології функціонування структури, її функціональні або органічні зміни.

Так, наприклад, гіперфункціональний розвиток системи безпеки може суттєво змінити режим політичної системи, відомий як «прихід до влади військових», як це, наприклад, було у франкістській Іспанії.

П'ятий етап системного аналізу полягає в дослідженні світу довкола системи, її реального середовища, у взаємодії з яким відбувається зовнішнє функціонування системи. Саме на цьому етапі досліджується спрямованість, специфіка, дисфункціональність та деформації функціонування політичної системи загалом.

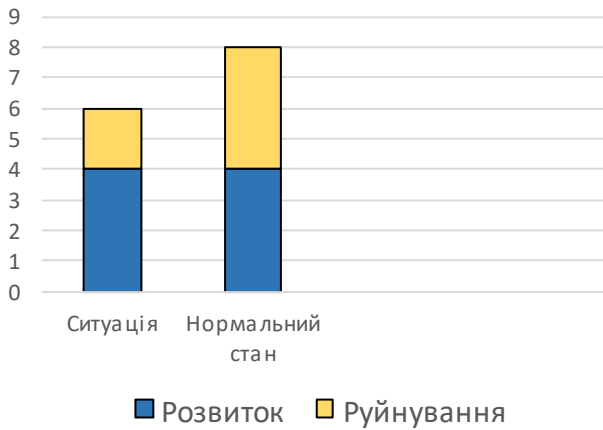
На цьому етапі досліджуються, по-перше, цілісні суперечності між соціальною більшістю та суспільною цілісністю, між громадянським суспільством і державою, між соціальним партнерством і патерналізмом, між соціальними інноваціями й опором, як у здійсненні політичною системою емерджентної **функції інтеграції суспільства**; по-друге, цілісність функціонування топіки або архітектоніки суспільства як суперечностей

Рис. 3.

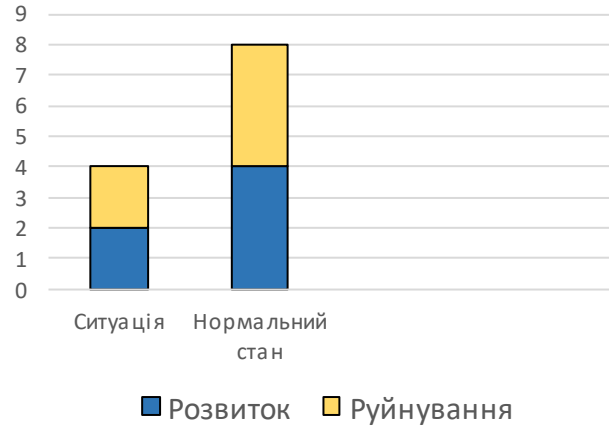
9 основних функціональних станів у дихотомії «розвиток-руйнування»



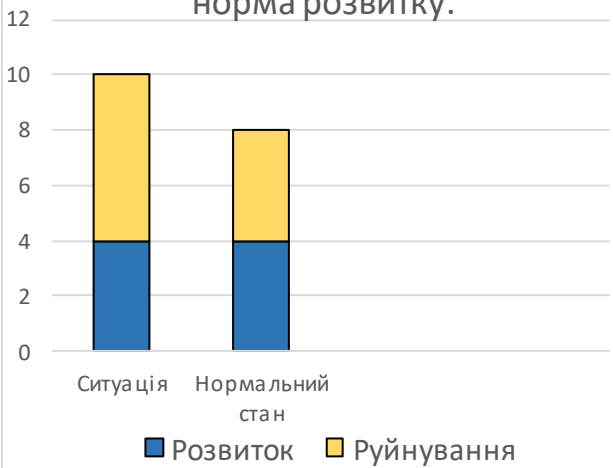
3. Гіпофункція руйнування, норма розвитку.



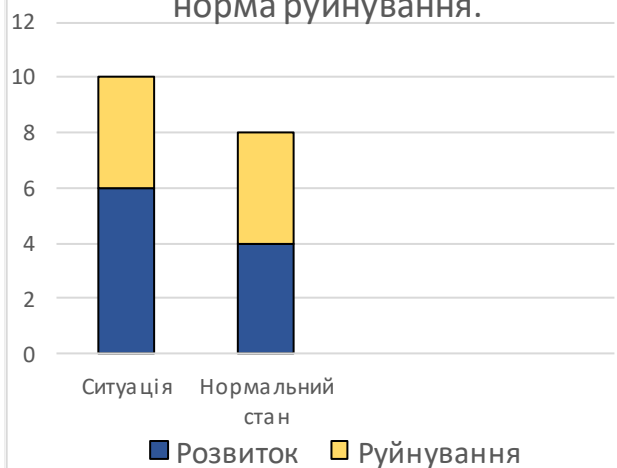
4. Гіпофункція руйнування, гіпофункція розвитку.



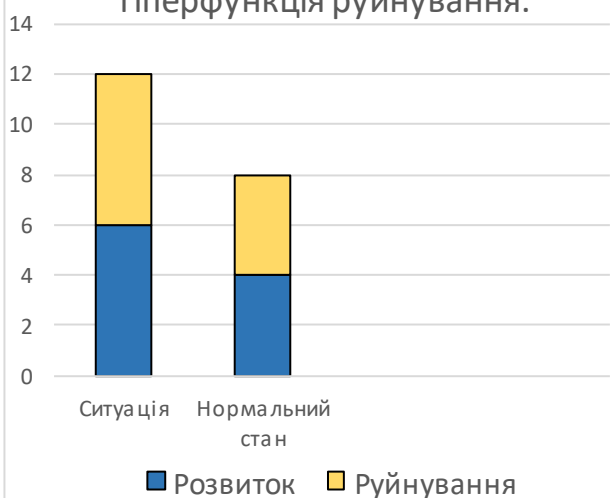
5. Гіперфункція руйнування, норма розвитку.



6. Гіперфункція розвитку, норма руйнування.

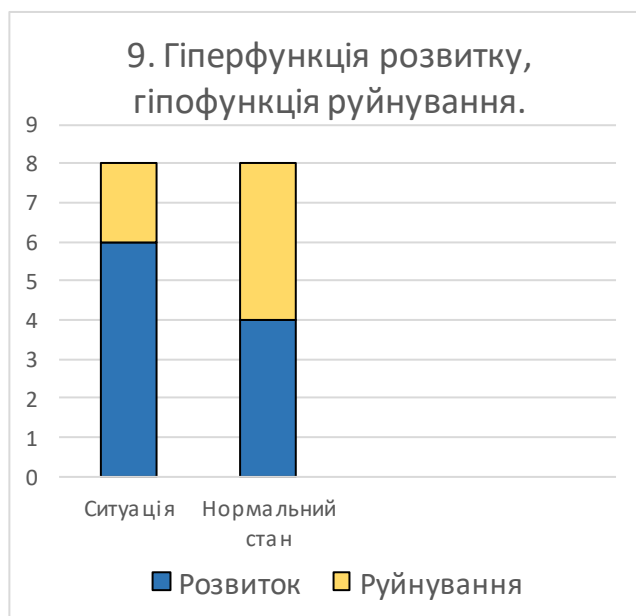


7. Гіперфункція розвитку, гіперфункція руйнування.



8. Гіперфункція руйнування, гіпофункція розвитку.





життеустрою суспільства, узгодженості у цілісності економічної, політичної, соціальної, культурної, технологічної та інших сфер суспільства, у взаємодії суб'єктів, які впливають на розвиток цих сфер, – це реалізація політичною системою **емерджентної функції розподілу владного ресурсу суспільства**; по-третє, суперечності між управлінням та самоорганізацією, між управлінським впливом і зворотним зв'язком, інформаційною забезпеченістю й ухваленням рішення – як виконання політичною системою **емерджентної функції державно-публічного управління**.

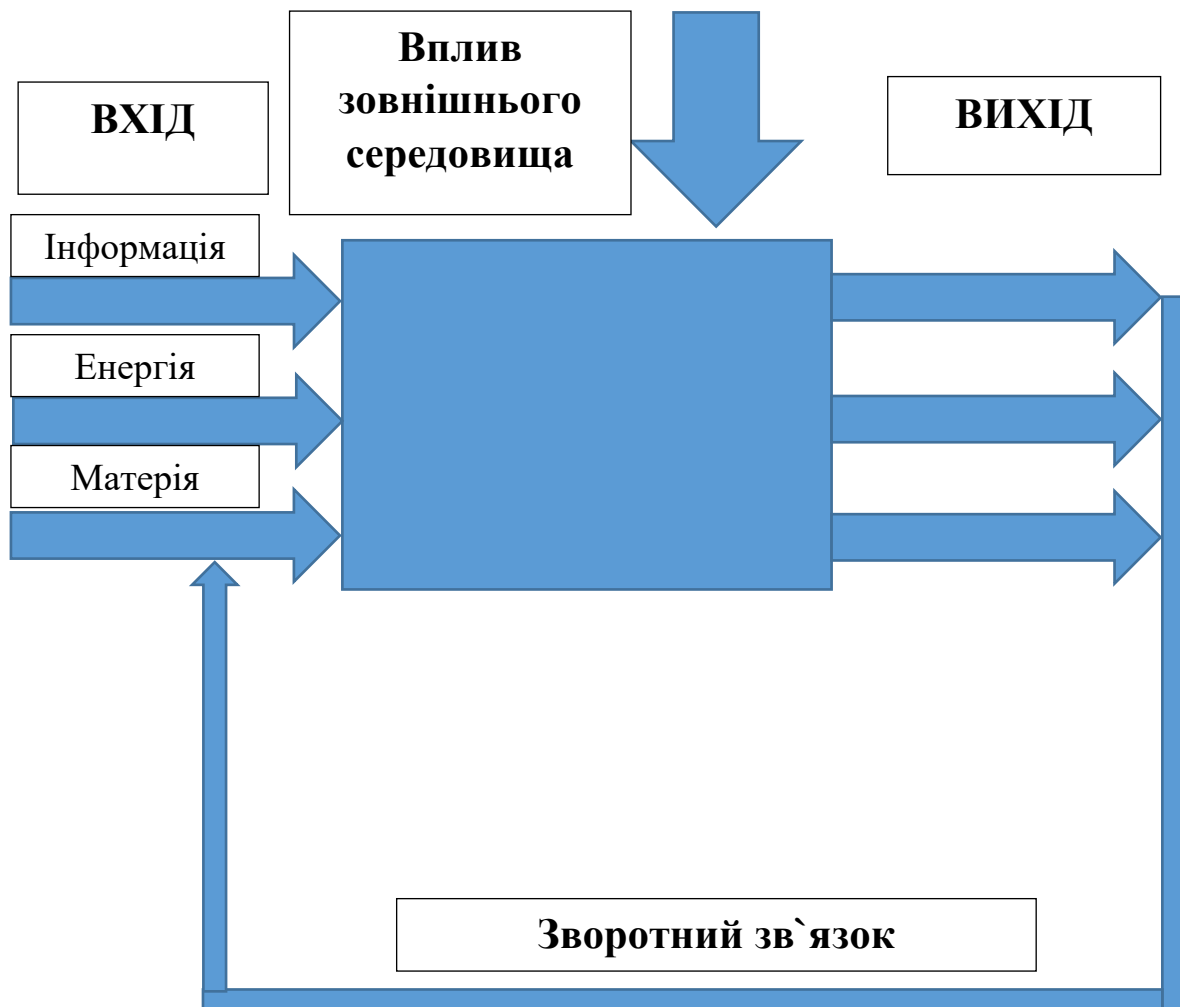
На цьому етапі часто-густо розглядається кібернетична модель «Чорного ящика», яку, наприклад, відносно політичних процесів використовували Д. Істон, Г. Алмонд, Дж. Бінгем Пауелл з початку 50-х рр. ХХ ст. За ним політичний процес водночас є самовідтворенням цілісної структури та циклічним функціонуванням політичної системи у взаємодії з соціальним і позасоціальним середовищем (див. рис. 4). До того ж, процеси конкретних державних, політичних та інших інститутів розглядалися у вигляді елементів політичного процесу на рівні макросистеми.

Системний процес має 4 фази: 1) вхід (англ. input) – вплив соціального та позасоціального середовища на політичну систему у формі підтримки та висування до неї вимог; 2) конверсія (англ. conversion) – перетворення вимог на рішення; 3) вихід (англ. output) – реакція політичної системи у вигляді рішень і дій; 4) зворотний зв'язок (англ. feedback) – повернення до висхідної точки рівноваги. Ця ідея «колообігу» була популярна під час стабільної системи розвитку 60-х, існування балансу двох систем¹⁷.

Габріель Алмонд та Дж. Бінгем Пауелл у концептуалізації функцій політичних інститутів визначили п'ять фаз політичної динаміки та відповідних носіїв, інститутів, які переважно пов'язані з виконанням тієї або іншої функції політичного процесу. На першій фазі індивідуальних і групових інтересів носіями є особливі колективи, групи інтересів. Друга фаза визначена функцією агрегування (узагальнення) інтересів і пов'язана

здебільшого з діяльністю партії. На третій фазі відпрацювання політичного курсу інтегральну роль відіграють представницькі та законодавчі інститути, які формують колективні рішення. Четверта фаза реалізації ухвалених рішень пов'язана переважно з функціонуванням інститутів виконавчої влади, які здійснюють для цього відповідні заходи і вишукують потрібні ресурси. П'ята фаза визначена функціями контролю й арбітражу в межах політичного процесу та належить інститутам судового й конституційного нагляду, який усуває неузгодженості між іншими організаціями та соціальними групами на основі суспільновизнаних норм.

Рис. 4. Кібернетична модель «Чорного ящика»



Системний підхід до політичного процесу та його інституційних складників визначає лише одну інтегральну підсистему суспільства й надсуспільних об'єднань, тому як системний відображається зазвичай лише один процес (наприклад, як у Д. Істона або у Г. Алмонда – ухвалення рішень), який має обмежений відносно соціального організму країни характер, тому й політичний час є нібито вписаний як складник у суспільний час та, на відміну від суспільного часу, має фрагментарний, дискретний характер. Цілісність має лише державне управління, позаяк держава виконує інтегративну функцію суспільства, забезпечує його цілісність та має постійний, недискретний, цілісний час.

У кібернетичній моделі на вході можуть бути розглянуті як один процес, так і декілька. У класичному розгляді це є матерія (у соціальних процесах – люди), енергія (або, наприклад, її еквівалент – фінансове забезпечення) та інформація.

III. *Історична площина системного дослідження*, за визначенням М. С. Кагана, або, на наш погляд, за не дуже вдалим визначенням О. М. Данчула, – *у процесуальному уявленні* (в якому він окремо виділяє Р-уявлення – «уявлення розвитку») досліджується генетичний і прогностичний вектори аналізу. На нашу думку, цю площину дослідження доцільно визначити як перспективний напрям, адже в генетичному аналізі досліджується генетичний процес становлення та життєдіяльності системи, а у прогностичному аналізі з'ясовуються можливості життєдіяльності системи в майбутньому.

Шостий етап системного аналізу полягає у генетичному дослідженні походження системи, процесу її формування та подальші долі аж доти, доки спостерігач не бере її за предмет вивчення.

Як слушно зауважують Дж. О'Коннор та І. Макдермотт, у системному аналізі важливим є дослідження складності, але не деталізованої (як виділення безлічі фрагментів), а динамічної складності безлічі різноманітних відносин¹⁸.

Динамічна складність потребує відповідної методології дослідження, що визначає як етап генетичного, соціально-еволюційного аналізу, так і прогностичного дослідження. В сучасних дослідженнях методологія генетичного дослідження системи розвивається у підходах соціогенетики та синергетики, які доповнюють один одного, але акцентують увагу на різних аспектах розвитку складних систем.

Соціогенетика як напрям дослідження ґрунтується на положеннях про склад теоретичної соціології П. О. Сорокіна (соціальної аналітики, яка досліджує соціальну анатомію та морфологію, соціальної механіки, що спрямована на соціальні сили та процеси, та соціальну генетику, теорію еволюції суспільного життя) та поділ номографічної економічної теорії М. Д. Кондратьєва (статика, динаміка та генетика)¹⁹.

Розвиваючи напрям соціогенетики, Ю. В. Яковець визначає її місце. Статика дає змогу зрозуміти анатомію та морфологію об'єкта, що досліджується, складну систему його внутрішніх зв'язків і пропорцій. Динаміка дозволяє виявити, оцінити та виміряти тенденції нерівномірного – хвилеподібного, циклічного – розвитку об'єкта, передбачити періоди кризи та переворотів, впливати на їх хід і результати. Але тільки за допомогою генетики дослідник з'ясовує внутрішній механізм, закономірності розвитку, може виділити інваріантне ядро, що виражає суть об'єкта, який вивчається, оцінити його зміст і перспективи кластерів мутацій, які періодично виникають, відбирає ті з них, які ввійдуть до складу генотипу суспільної системи, що збагачується²⁰.

У цьому ранньому підході виникла проблема розрізнення динаміки та розвитку, про що йшлося в питаннях про політичний процес, тому що

динаміка є характеристикою розвитку, а розвиток є динамікою, яка призводить до змін суттєвих характеристик і відносин. Розвиток цієї концепції призвів до звертання уваги передусім на теорії передбачення та вчення про цикли, кризи та інновації М. Кондратьєва, на цивілізаційний підхід і вчення про соціокультурну динаміку П. Сорокіна, що спрямовані на подолання однобічного економізму, врахування в динаміці всіх елементів структури цивілізації, її генотипу: соціодемографічного, природно-екологічного, інноваційно-технологічного, економічного, державно-політичного та соціокультурного²¹.

Пізніше на основі цього методологічного положення сформована російська школа інтегрального макроекономічного прогнозування (Ю. В. Яковець, Б. М. Кузик, В. І. Кушлін та інші), що була збагачена підходом «балансового методу аналізу та макропрогнозування Василя Леонтьєва, який визначав жорсткі вимоги до збалансування запропонованих сценаріїв майбутнього соціально-економічного розвитку»²², «теорією ноосфери та вченням про раціональну коеволюцію суспільства та природи Володимира Вернадського та Микити Моїсеєва, що дозволяє подолати розгорнуту глобальну енерго-екологічну кризу та забезпечити стійкий розвиток з урахуванням інтересів як сучасного, так і майбутніх поколінь»²³.

Важливим для системного підходу до прогнозування мікропроцесів є визначення їх послідовності: генетичний (пошуковий) підхід, який аналізує передісторію розвитку об'єкта (макроекономічної системи), фіксує його основоположні фактори, визначає особливості його розвитку, виводить стійкі тенденції та закономірності, і на цьому ґрунті вибудовуються гіпотези та висновки відносно прогнозованого об'єкта у майбутньому. Інакше кажучи, визначається потенціал знань і технологій, закони розвитку. Нормативний (телеологічний) прогноз відображає можливість і потребу цілеспрямованого впливу на прогнозовані макроекономічні процеси на основі розуміння потреб суспільства, висунутих цілей і ресурсної бази. На цій підставі розроблюються сценарії та варіанти стратегічних рішень, визначаються концепції, стратегії, плани, програми²⁴. При цьому сценарії розглядаються як гіпотетична послідовність подій, що показує, як з наявної або заданої ситуації може розгортатись крок за кроком майбутній стан об'єкта, який цікавить розробника²⁵.

Таким чином, макропрогнозування як теоретичний підхід еволюціонував з метафори «генетики» як етапу дослідження цілісності – до інтегрального підходу в дослідженні динаміки в діалектиці криз та інновацій, пошуку соціальних генотипів як динаміці структури цивілізації, діалектиці природи та суспільства в розвитку ноосфери. Все це дозволило виявити послідовність прогнозування від пошукового до нормативного, від сценаріювання як пошуку альтернатив до концепцій, програм, стратегій, планів. Ця теорія почала використовувати здобутки синергетики у значенні когерентного розвитку, коеволюції, відкритості та нелінійності розвитку.

Виникнення синергетики пов'язують з 1969 роком, коли німецький фізик Г. Хакен почав використовувати термін «синергетика» у власному

курсі з теорії лазерного випромінювання, який він читав в університеті м. Штутгарт. Це поняття було побудовано на основі грецького слова «синергія» – співпраця, погоджена дія, співучасть. Не менш значущий внесок у розвиток синергетики зробили І. Пригожин, І. Стенгерс, У. Матурана, Ф. Варела та інші.

Як визначають О. Князева та С. Курдюмов, посилення інформаційних потоків у суспільстві є аналогом дифузних, дисипативних елементів у порівнянні з організаційною основою (роботою нелінійних джерел) в еволюції складних систем. Це призводить до зменшення швидкості зростання при збереженні основних системних властивостей. Людство частково повертається в минуле. Тому синергетика відіграє роль світоглядного орієнтира як загальна теорія самоорганізації та складності. Термін «синергетика» «використовується як певний «парасолькоподібний» термін, що охоплює різні підходи до розуміння принципів коеволюції та самоорганізації складноорганізованих систем різного роду. Ці підходи розвиваються у низці наукових шкіл Росії та Заходу. Загальна спрямованість цих досліджень може бути висловлена ключовими словами: еволюція, коеволюція, самоорганізація, складні системи, хаос, нелінійність, нестабільність, відкритість, стійкий розвиток (англ. – sustainable development)»²⁶.

Російська синергетична школа представлена роботами В. О. Белавіна, С. П. Капіци, С. П. Курдюмова, О. А. Самарського, О. М. Князевої, Г. Г. Малінецького, А. П. Назаретяна та інших.

Синергетика відкриває принципи збору синергетичного цілого з частин, формування складних структур із відносно простих, стійкого спільного розвитку, коеволюції систем²⁷. Несполучувані структури існують, не відчуваючи одна одну, у різних темпосвітах. При формуванні складних структур основним є процес когерентності – погодження темпів структур засобами дифузних, дисипативних процесів, як прояв макроскопічного хаосу, – відбувається синхронізація темпу їх еволюції під час загострення, що визначає специфіку еволюції структур нелінійного світу²⁸.

З Установчого з'їзду, який відбувся в Києві 28 травня 2002 р., діє Українське синергетичне товариство. У цьому товаристві активно працюють і розвивають синергетичне мислення І. С. Добронравова, М. А. Ожеван, Л. С. Горбунова, В. С. Лутай, Л. Д. Бевзенко, Н. В. Кочубей, синергетичну парадигму вдосконалюють В. П. Андрущенко, В. П. Бех, В. Г. Воронкова, І. М. Предборська, А. С. Лобанова, С. Л. Катаєв та інші.

Сьомий етап системного аналізу, прогностичний, пов'язаний з розглядом перспектив подальшого розвитку системи, її можливого, передбачуваного, науково досліджуваного майбутнього, її очікуваної поведінки.

Концептуальна цілісність і складність повинна відповідати цілісності та складності об'єкта пізнання. Тому, як визначає О. М. Райков, у концептуальному моделюванні особливе місце посідає когнітивне моделювання, в якому використовуються безкомп'ютерний і комп'ютерний

режими. У безкомп'ютерному режимі здійснюється основна змістовна робота, яка вимагає творчих зусиль, ініціативи, бажання: формуються цілі, поняття, проблеми, з'ясовуються фактори, які характеризують ситуацію, та будуються різні схеми та моделі. Коли моделі та схеми побудовані, на комп'ютері оцінюють різні сценарії розвитку подій при ухваленні тих або інших рішень. Для вдосконалення соціально-економічного та політичних процесів сценарії добирають шляхом зіставлення параметрів із програмно-технічними та методичними рішеннями. До таких рішень належать:

1. Ситуаційний аналіз.
2. Нейролінгвістичне програмування.
3. Методи та засоби візуалізації.
4. Генетичні алгоритми.
5. Експертні системи.
6. Нейронні системи.
7. Багатоагентні системи.
8. Когнітивні технології.
9. Фрактальна математика.
10. Теорія катастроф.
11. Стохастична математика, статистичний аналіз, регресійний і кореляційний аналіз.
12. Рефлексивні методи управління.
13. Імітаційні моделі дослідження динаміки ресурсних потоків, системи диференціальних рівнянь.
14. Нечітка математика.
15. Предметно-орієнтована методологія.
16. Висновок на підставі аналогу.
17. Метод аналізу ієрархій.
18. Алгоритми обмеженого перебору.
19. Методи розпізнавання образів, кластерний аналіз та інші²⁹.

Важливе значення зараз мають програмні методи моделювання Data Mining. *Data Mining* (укр. «видобуток або пошук даних», «інтелектуальний аналіз даних», «глибинний аналіз даних») – це узагальнена назва сукупності методів, об'єднаних у єдиному програмному забезпеченні задля пошуку та виявлення в даних, раніше невідомих, нетривіальних, практично корисних і доступних інтерпретації знань, які вкрай потрібні у процесі ухвалення рішень у різних сферах людської діяльності. Вперше цей термін використав Г. Піатецький-Шапіро 1989 р. Основу методів Data Mining становлять методи класифікації, моделювання та прогнозування, серед яких важливе значення мають «дерева рішень», штучні нейронні мережі, генетичні алгоритми, еволюційне програмування, асоціативна пам'ять, методи нечіткої логіки, а також статистичні методи.

На сьомому етапі визначається *пошуковий прогноз*, який потребує подальшого дослідження суб'єктної визначеності відносно динаміки та розвитку системного об'єкта. За методологічною настановою 11 тези про Фейєрбаха, яку сформулював К. Маркс, завдання філософії полягає не тому,

щоб лише пояснити дійсність, а в тому, щоб перетворити її. Такого підходу дотримується російська школа інтегрального макропрогнозування, що визначає в ньому єдність пошукового та нормативного прогнозування, і навіть подальшого сценаріювання – як визначення альтернатив і концептуалізації, стратегій, планів, проектів – за допомогою методів Форсайту та стратегічного планування.

IV. Діяльнiсну площину системного дослідження визначають такі етапи.

Восьмий етап системного аналізу – соціально-технологічний, пов'язаний з об'єктивуванням суб'єктної діяльності в використанні моделі системи, визначенні суб'єктного відношення до об'єкта в діяльності. На цьому етапі після визначення пошукового та нормативного прогнозу виявляються альтернативи та можливості розвитку об'єкта управління під впливом діяльності соціальних суб'єктів, здійснюється сценаріювання альтернатив, вибір однієї з яких опиняється під впливом керованих факторів майбутнього.

Тут відбувається діагностика стану системи як об'єкта управління, проектування майбутнього, планування та програмування суб'єктної діяльності щодо розв'язання управлінської проблеми та досягнення бажаного проекту майбутнього, просування до якого у цілеспрямованій діяльності потребує контролю-моніторингу задля корекції відхилень від очікуваного результату.

Дев'ятий етап системного аналізу визначається як інтерсуб'єктна взаємодія в єдності процесів управління та самоорганізації. На цьому етапі здійснюються орієнтації суб'єктів у єдності конкуренції та солідаризації, концентрації та втрати ресурсів діяльності, інновацій та опору, протистояння та об'єднання. Ці процеси відбуваються в комунікативних відносинах – виникненні, отриманні, передаванні, обробці, зберіганні та розпаковуванні інформації. У моделюванні майбутнього це відбувається ще й у трансляції соціальних технологій. Формуються межі та правила гри в регламентно-нормативному організаційному процесі. Визначаються можливості такого процесу, як ухвалення рішень, спрямоване на орієнтацію діяльності суб'єктів у скороченні або, навіть, подоланні невизначеності в організаційних і самоорганізаційних процесах.

Важливим для розв'язання проблем діяльності в визначенні майбутнього в інтерсуб'єктній взаємодії є стратегіювання діяльності, тому ефективність відносно майбутнього довели методики Форсайту, Фароуту, стратегічного управління як взаємодії цілісності з навколишнім конкурентним середовищем.

Як слушно відзначає Є. В. Ушаков, загалом метод моделювання застосовується в науці в тих ситуаціях, коли з якоїсь причини дослідник має підстави замінити безпосереднє вивчення вихідного об'єкта його моделлю. Зазвичай це ситуації, в яких пряме маніпулювання з оригіналом або вкрай важке, або неефективне, або взагалі неможливе. Такі випадки досить поширені на практиці. Прикладами типових ситуацій, в яких доцільно застосовувати моделювання, є:

1) безліч різновидів медико-біологічних досліджень, об'єктом яких повинна служити людина, що неприпустимо з етичних причин;

2) технічні випробування різних дорогих об'єктів: суден, літаків, будівель тощо (які можна замінити моделями-макетами, відтворенням окремих частин);

3) недоступні в часі або просторі об'єкти та процеси (віддалені космічні тіла, процеси далекого минулого);

4) відсутність можливостей вивчити об'єкт цілком (масові явища, які підлягають вивченню лише на вибіркових прикладах).

3. Моделювання та функції моделі у дослідженні соціальних і політичних ситуацій та процесів

Відносно політичних процесів необхідно уточнити специфіку ситуацій моделювання. Якщо за основу взяти класифікацію Є. В. Ушакова, то все ж такі особливості полягають у специфіці соціальних відносин загалом і політичних, зокрема, та специфіці політичного процесу як складної цілісності.

Так, моделювання політичного процесу, на наш погляд, є обґрунтованим у ситуаціях, що визначені такими умовами:

1) Позаяк у політичному процесі є багато загроз і ризиків, механізмів смуту, насильства й тиску, тиранії та диктатури у використанні влади, руйнуванні політичної системи, що спрямована на життєдіяльність і розвиток суспільства, то заради гуманістичного підходу моделювання слугує екосоціоантропоетиці.

2) Ресурсоємність соціально-політичних емпіричних досліджень, наприклад, експерименту та спостереження політичного процесу, або неможливість отримання відкритих відповідей суб'єктів політичної діяльності, що визначають його, тому що конкуренція за розподіл владного ресурсу визначає стратегічну прихованість частини дій і позицій.

3) Якщо процеси недосяжні в часі, моделювання потрібне як для минулого (того, що частково зникло), для сучасного (того, що частково невизначено), так і для майбутнього (того, що ще не відбулося), або віддалені за просторовою визначеністю чи масштабом дії.

4) Задля політико-публічного управління в цілісності політичного процесу: повністю політичному процесу відповідає характеристика ситуації в умовах відсутності можливостей дослідити об'єкт цілком, адже політичний процес визначений масовими явищами, які підлягають вивченню лише на вибіркових прикладах або в виявленні суспільнозначущого закономірного характеру.

5) Моделювання також використовується в умовах крайньої потреби вдосконалення соціальних технологій у політиці – діагностиці, прогнозуванні, проектуванні, плануванні та програмуванні у кризових, фазових та з загостренням стану системи ситуаціях – наприклад, у політичній кризі, виборах, жорстких конфліктах, упровадженні політичних інновацій тощо.

6) Для відтворення політичного процесу та віртуалізації альтернативних сценаріїв розвитку, в умовах навчання професійних дослідників політики та суб'єктів політичної діяльності.

7) Під час виникнення нових політичних рухів, класів, організацій, інститутів, груп, впливових суб'єктів політичної діяльності, у змінах темпоритмів, хронополітики та ландшафту геополітики політичної системи.

Уточнення специфіки застосування методу моделювання у дослідженні політичного процесу визначає потребу уточнити функції моделей у науковому пізнанні загалом, та політичному процесі зокрема.

Наведемо лише дві класифікації функцій моделювання. Так, визначаючи, які функції виконують моделі в науковому пізнанні не лише у значенні «методу моделювання, а й при використанні моделей у більш широкому смислі – у науці», Є. В. Ушаков визначає такі:

1. *Теоретична, узагальнювальна.* В науці часто виникають ситуації, коли введення вдалої узагальнювальної моделі в систему наукового знання слугувало цілям теоретизування в конкретній предметній галузі. Модель у цьому разі набуває самостійної теоретичної цінності як зберігання результатів дослідження у вигляді концептуальних моделей, або модель може бути початком цілих нових галузей наукового знання. Так, виникнення популяційної генетики як науки безпосередньо пов'язане з вихідними моделями Харді і Вайнберга (1908).

2. *Евристична.* Ця функція моделі полягає в тому, щоб сприяти породженню нових ідей. Евристичність моделі означає її здатність вести за собою творчу інтуїцію, стимулювати процес когнітивного пошуку. Для виконання цієї функції моделі зовсім не обов'язково бути точною: вона може бути і дуже наближеною (навіть у чомусь помилковою), проте, сприяти приросту наукових ідей, прориву в дослідженнях.

3. *Трансляційна.* Модель може допомагати перенесенню концептуальних схем, методологічних прийомів з однієї галузі знання в іншу.

4. *Конструктивна, проектувальна.* Розробка моделі може слугувати завданням зі створення нового об'єкта на її основі. Це характерно насамперед для прикладної науки, де за підсумками випробування моделі (скажімо, двигуна з потрібними характеристиками) розробляють і виробляють новий технічний пристрій.

5. *Інтерпретаційна.* Часто ми висуваємо модель для попереднього, пробного пояснення; як правило, вона може сусідити з іншими, альтернативними моделями. Або ж пояснення за допомогою моделі пізніше замінюється повноцінним теоретичним поясненням. Модель може сформулювати сам «погляд» дослідника, запропонувавши інтерпретацію однієї системи через іншу³⁰.

У цій класифікації функцій, як у відображенні найширшого визначення функцій моделі в науці, дефрагментованим є сутнісний зміст моделі. Мова йде передусім про відображення модусного та модулюсних змістовних аспектів. Так, у модусному значенні модель спрямована на опис (прескриптивна функція), у якому відбувається пошукове дослідження –

визначення в об'єкті-аналогі суттєвих зв'язків, відносин, процесів. Саме в цьому розумінні визначаються основні складники моделі та їхні взаємовідносини: 1) модельований об'єкт-оригінал; 2) об'єкт-посередник – модель; 3) суб'єкт, який здійснює моделювання; 4) контекст моделювання; 5) засіб, варіант відображення об'єкта.

У модусному, що визначає міру та змальовує образ, значенні моделі відображені *функції пізнавальної діяльності*:

- репрезентації як відображення в об'єкті-посереднику суттєвих і закономірних відносин об'єкта-оригінала;
- теоретико-узагальнювальна як визначення здобутих знань у концептуально-теоретичних засобах репрезентації моделі;
- інтерпретаційна як результат усвідомлення закономірних зв'язків в образі об'єкта-оригінала, прототипу в контекстуальному віддзеркаленні знання;
- евристична як спрямування пізнавального пошуку на нові знання, в когнітивному процесі відкриття й інноваційного застосування до нових ситуацій і процесів.

Такі функції, як трансляційна, комунікативна та конструктивно-проектувальна, – фрагментовано визначають модульосний аспект моделі; в нормативній, дескриптивній функції відносно моделі суттєвим є діяльнісно-орієнтований зміст. Він відрізняється від домінування нормативного, в значенні лише обмежувального, такого, що встановлює суб'єктні межі, за якими починаються санкції нормотворчих суб'єктів.

Так, до відображення практично-орієнтованої, дескриптивної функції можна віднести класифікацію функцій моделі, у складі якої:

- пізнавальна (дає змогу зазирнути в суть досліджуваних явищ, краще зрозуміти їх);
- прогнозування (дозволяє в певному сенсі передбачити майбутнє, що чекає на реальний об'єкт, модель якого досліджується);
- прийняття рішень (із метою (соціального) планування й керування (соціальними) процесами);
- удосконалення виміру³¹.

Якщо у класифікації Є. В. Ушакова залишилася відірваною від цілісності трансляційна та конструктивна (проективна) функції, то у класифікації російських дослідників не синтезованими виявилися пізнавальна, прогностична та планова функції (остання стала похідною від організаційного процесу ухвалення рішень). Проективна, прогностична, планова та вдосконалення вимірювання (чомусь діагностична функція звужена лише до процедури вимірювання) – це *функції*, що відображають окремі процеси цілісності *соціальної технології* як об'єктивованої діяльності суб'єкта.

Тому, на нашу думку, доцільним є визначення функцій соціально-технологічної діяльності у впровадженні моделі:

– діагностична, спрямована на відображення об'єкта-оригінала у визначенні та розв'язанні проблеми, зокрема у процедурі вдосконалення вимірювання;

– прогностична як дослідження тенденцій, напрямів та альтернатив розвитку об'єкта-оригінала в конкретних суспільних відносинах; відносно політичного процесу соціальні, духовні, технологічні, економічні та інші виступають у фоновому значенні;

– проєктивна – в моделюванні потрібного та бажаного стану об'єкта-аналога, як конструювання об'єкта управління в майбутньому;

– планування – в певній часо-просторовій послідовності й етапності досягнення моделі-проєкту, як зразка майбутнього стану;

– програмування як визначення потрібних ресурсів і погодження дій суб'єктів у реалізації проєкту та плану майбутнього стану об'єкта управління;

– контроль-моніторингова як відображення змін і відхилень від визначених проєктів, планів, програм з метою корекції та контролю соціально-технологічних дій.

Динамічна складність розвитку соціальних систем пов'язана з процесами не тільки суб'єктного управління, але й самоорганізації дієвих суб'єктів у їх взаємодії в умовах невизначеності, нелінійності, тому особливого значення набувають модельні функції в інтерсуб'єктних відносинах, які мають когерентний, організаційний стосовно відносин характер.

До модельних функцій в інтерсуб'єктних відносинах слід віднести:

– комунікативно-трансляційну, яка відображає функцію одержання інформації за допомогою об'єкта-аналога з об'єкта-оригінала, прототипу та передавання більш ефективних технологій моделювання від одного суб'єкта моделювання до іншого;

– регламентно-нормативну, яка орієнтує взаємодію суб'єктів у впровадженні моделі, у значенні унормування й обмеження предметного поля дій у правилах, нормах, регламентах, правах, обов'язках тощо;

– в ухваленні рішень як вибору альтернативи розв'язання проблеми та спрямуванні сил, ресурсів, діяльності соціальних суб'єктів у предметній сфері проблеми;

– у стратегіюванні як визначенні поля рішень у взаємодії конкурентних або солідарних суб'єктів.

Функції моделі безпосередньо визначені властивостями системи, яка може бути простою (домінують окремі функції системи, проблема стосується лише окремих її функцій) або складною (у якій проблема має системний характер та потребує системного визначення функцій).

Відносно складних властивостей системи, на нашу думку, найбільш розробленою є сукупність функцій складних систем, подана в роботі В. В. Глуценка та І. І. Глуценко, які визначають, що складною системою є та, що має певний набір таких властивостей (див. табл. 1).

Таблиця 1. Властивості складної системи в дослідженні систем управління
(за В. В. Глуценком та І. І. Глуценко³²)

Властивість	Загальна характеристика
1) ефективність системи	здатність досягати поставлених цілей за певний період часу, витрачаючи певну кількість ресурсів, за можливої наявності деяких специфічних обмежень;
2) фізична неоднорідність і велика кількість елементів	наприклад, політична система має у складі органи цілеспрямування, виконавчої та законодавчої влади, засоби масової інформації, суди та інше, а також правила та алгоритми їхньої взаємодії в різних ситуаціях соціального управління;
3) зв'язки між елементами системи сильніші, ніж зв'язки між елементами системи та середовищем	в організації інтенсивність зв'язків повинна мотивуватися. В іншому випадку набуває небезпечного розвитку сепаратизм. Зв'язки елементів у системі, влада в системі можуть бути формальними і неформальними. Формальні зв'язки визначаються законодавством, договірними відносинами, гарантіями тощо. Неформальні зв'язки базуються на особистій владі, моральній відповідальності і довірі;
4) емерджентність (емергентність)	незведення властивостей окремих елементів до властивостей системи загалом. Тільки всі разом ці елементи утворюють певну системну єдність – складну систему. З властивістю емергентності тісно пов'язані дослідні процедури агрегування і декомпозиції. Агрегація – це об'єднання кількох параметрів системи нижчого рівня в параметри системи більш високого рівня (параметри нижчого рівня відображаються в агрегованих параметрах вищого рівня). Декомпозиція – це поділ цілого на частини. Через складнощі не завжди можливо дослідити та провести аналіз системи загалом. У цьому разі вдаються до декомпозиції і досліджують ці частини як самостійні об'єкти. Зокрема, виділяють підсистеми: суб'єкт (керівну систему) і об'єкт управління. Підсистемами називають великі складники складних систем, які зазвичай є складними системами. Вибір принципу декомпозиції є важливим етапом дослідження. Найчастіше декомпозицію здійснюють шляхом виділення функцій, контурів управління або агрегатів;
5) ієрархія	наявність кількох рівнів, їх цілей і способів досягнення на відповідних рівнях. Існування різних рівнів породжує всередині рівневі і міжрівневі конфлікти влади, елементів у системі;
6) багатофункціональність	це здатність великої системи до реалізації певної множини функцій (для держави це – забезпечення

Властивість	Загальна характеристика
	обороздатності, розвиток науки та культури тощо) у заданій структурі. Багатофункціональність проявляється у властивостях гнучкості, адаптації, живучості;
7) гнучкість	це властивість системи змінювати мету і параметри функціонування залежно від умов функціонування (адаптація) або стану підсистем (живучість). Гнучкість забезпечується надмірністю елементів та управлінням зі зворотним зв'язком. Гнучке управління забезпечує можливість зміни функцій і структури системи (реконфігурації) і/або її параметрів. Зворотний зв'язок – частина реакції системи на керівний вплив, що надходить на вхід системи управління. Вона враховується при формуванні нового керівного сигналу. Розрізняють позитивний (той, що посилює шкідливу дію) та негативний (той, що зменшує негативний вплив) зворотний зв'язок. Позитивний зворотний зв'язок може призводити до нестійкості системи;
8) адаптація	це здатність до зміни цілей і параметрів функціонування при зміні умов функціонування;
9) живучість	це здатність змінювати цілі та параметри функціонування при відмові і/або пошкодженні елементів системи;
10) надійність системи	це властивість системи реалізовувати задані функції протягом певного періоду часу з заданими параметрами якості;
11) безпека системи	це здатність не завдавати неприпустимі дії здоров'ю нації, персоналу, навколишньому середовищу. Безпека і небезпека складають повну групу подій. Довготривала (екологічна) безпека характеризується тим, що неприпустимі дії не виникають за час, подібний до періоду життя людини. Безпека надзвичайних ситуацій гарантується можливістю уникнути катастрофічного впливу на здоров'я нації природних або техногенних катастроф, конфліктів гілок влади тощо;
12) стійкість	це властивість системи виконувати власні функції при виході параметрів зовнішніх умов системи за певні обмеження чи допуски. Стосовно механічних систем говорять про запас міцності;
13) вразливість	здатність зазнавати пошкоджень під дією зовнішніх і/або внутрішніх факторів ураження
14) усталеність	здатність повертатися в початковий стан після певних збурювальних впливів, наприклад, гострих зовнішніх, економічних або соціальних конфліктів.

Узагальнення функцій моделі у дослідженні політичного процесу потребують уточнення системних функцій як об'єкта-оригінала, так і функцій моделі у її модусному та модулюсному змісті, дескриптивній і прескриптивній функціях.

Уточнення сучасних тенденцій моделювання майбутнього, зокрема, та моделювання загалом загострює потребу не тільки пояснити визначальні проблеми та процеси в об'єкті як створенні моделі, що відображає суттєві, закономірні відносини об'єкта-оригінала, а й визначити використання моделі в діяльності суб'єкта.

Тому, на наш погляд, етапи моделювання, які в узагальненому вигляді характеризує Є. В. Ушаков, можливо збагатити ще одним етапом, який визначений модулюсним аспектом сутності моделі.

Таблиця 2. Функції моделі у дослідженні соціального процесу

Функціональна спрямованість моделі	Назва функції	
Відображення властивостей системи	1) ефективність системи; 2) фізична неоднорідність і велика кількість елементів; 3) зв'язки між елементами системи сильніші, ніж зв'язки між елементами системи і середовищем; 4) емерджентність; 5) ієрархія; 6) багатофункціональність; 7) гнучкість; 8) адаптація; 9) живучість; 10) надійність системи; 11) безпека системи; 12) стійкість; 13) вразливість; 14) усталеність.	
Модусна (прескриптивна, пізнавально-пошукова) функція визначення міри й опису образу системи	1) репрезентативна; 2) теоретико-узагальнювальна; 3) інтерпретаційна; 4) евристична	
Модулюсна (нормативна, діяльнісно-орієнтувальна) функція	Суб'єктно-технологічна	1) діагностична; 2) прогностична; 3) проектування; 4) планування; 5) програмування; 6) моніторинго-контрольна.

	Інтерсуб'єктна	1) комунікативно-трансляційна; 2) регламентно-нормативна; 3) ухвалення рішень; 4) стратегіювання.
--	----------------	--

Так, Є. В. Ушаков стверджує, що процес моделювання складається з таких кроків:

1. Побудова моделі. На першому етапі, усвідомлюючи неможливість або недоцільність прямого вивчення об'єкта, створюють його модель. Метою цього етапу є створення умов для повноцінного заміщення оригіналу об'єктом-посередником, що відтворює потрібні параметри.

2. Вивчення моделі. На другому етапі вивчають саму модель – настільки детально, наскільки це потрібно для розв'язання конкретного пізнавального завдання. Тут дослідник може спостерігати за поведінкою моделі, проводити над нею експерименти («модельний експеримент»), вимірювати або змальовувати її характеристики залежно від специфіки самої моделі і вихідної пізнавальної мети. Завдання другого етапу – дістати потрібну інформації про модель.

Варто відзначити, що, хоча модель ми створюємо (чи обираємо) самі, підпорядковуючи її ряду умов, проте вона має певну самостійність. У ній є елемент неясності – модель треба дійсно вивчати; метод моделювання тому й належить до емпіричних, адже передбачає інтерактивний режим роботи з досліджуванним явищем (з моделлю, а також тією чи іншою мірою – і з оригіналом).

3. Екстраполяція – перенесення здобутих даних на галузь знань про вихідний об'єкт. Третій етап (екстраполяційний) створює «повернення» до вихідного об'єкта, тобто інтерпретацію одержаних знань про модель, оцінку їхньої прийнятності і, відповідно, додавання їх до оригіналу, що дає змогу в разі успіху розв'язати вихідне пізнавальне завдання. Ці кроки реалізують своєрідний цикл моделювання, в ході якого модель та оригінал співвідносяться одне з одним.

4. Діяльнісне застосування знань моделювання, використання моделі в суб'єктній діяльності.

Останній етап моделювання відображений у системній моделі політичного процесу на IV стадії у визначенні діяльнісної площини системного дослідження в розкритті восьмого та дев'ятого етапів, у визначенні соціально-технологічних та інтерсуб'єктних функцій моделі.

4. Системні пастки конфліктів у моделюванні та стратегічному прогнозуванні

Спроби реформування устрою суспільства без зрозумілої стратегії майбутнього, у безкінечних і тривалих субоптимізаціях (термін, введений Г. Саймоном³³, для позначення ухвалення рішень на основі обмеженої контактної інформації, нібито на вдосконалення), абсолютизації тактики та політичної доцільності – все це призводить до спотвореного функціонування

суспільства як цілісності, формування спотвореної системи, яка самовідтворюється.

Системні пастки впливають на когнітивний потенціал розвитку, на стратегічне прогнозування майбутнього, яке при синергії пасток призводить до «стискання» або навіть витіснення візії майбутнього до тактичних взаємовідносин або навіть до поточних політичних та економічних рішень. Суспільство відкидає управлінську субстанцію мережі пасток у системних відносинах зі спотвореної структури суспільного устрою. На їхнє місце приходять «молоді реформатори». Нова субстанція, яка форматується структурою в тих же пастках, перебуває під тиском реваншистів. Відбуваються нові цикли спотворення поведінки і свідомості політиків й управлінців, з одного боку, та суспільства, з іншого боку. Цей помітний системний процес формування мережі пасток потребує осмислення саме у стратегічному прогнозуванні, адже з «кризової воронки» без подолання системних пасток суспільство може й не вибратися.

Поняття «системні пастки» вперше використала Д. Меддоуз відносно систем, які «мають спотворену поведінку. Їхня структура задає поведінку, що неминуче призводить до проблем, до того ж дуже серйозних... Просто розуміти структуру архетипів, що генерують проблемну поведінку, недостатньо. Робити спроби загнати їх у певні рамки абсолютно марно, потрібно змінювати їхню структуру. Провину за руйнування, до якого вони здатні призвести, часто-густо покладають на окремих учасників системи або на певні події, але насправді все це – наслідки самої структури системи. Звинувачувати когось, закликати до порядку, звільняти, «закручувати гайки», сподіватися на більш сприятливий збіг обставин або спробувати змінити межі – ці заходи намагаються втілювати постійно, але вони не можуть виправити проблеми, обумовлені самою структурою. Тому я називаю ці архетипи «пастками»³⁴.

Серед таких системних пасток визначені:

- опір зовнішньому впливу (невдалі спроби все виправити);
- трагедія спільнот (ресурсів загального користування);
- прагнення до гіршого (поточний стан посилює зворотний зв'язок зменшення очікувань та погіршення стану системи);
- ескалація конфлікту;
- успіх до успіху (конкурентне вилучення: переможець отримує все, переможений нічого);
- засоби підтримки (формування соціального утримання), залежності та манії;
- маніпулювання правилами;
- прагнення до неправильної мети³⁵.

Слід відзначити, що під час реформ системні пастки, які мають фрактальний характер, накопичуються, тиражуються та масштабуються. Так, фрактали корупційної діяльності тиражують корупційні відносини на всіх щаблях державного управління, олігархічний устрій стає атрактором у ситуації хаотичних перетворень. Систему освіти під час нескінчених реформ

без зрозумілої цільової функції утискають реформатори, здійснюючи деформацію попередньої системи в нескінченному формативанні старого змісту без перетворення структурно-функціональних відносин на нові емерджентні властивості цілого.

Окрім фрактального значення системні пастки поступово можуть сформувати мережу, яка визначає цілісність у нестабільних відносинах устрою. Загалом мережа системних пасток формує ділянки уповільнення руху та розпорошення зусиль, зниження «коефіцієнту корисної дії». Найскладнішими стають ситуації, в яких фрактальне та мережеве значення системних пасток мають синергетичний ефект і визначають дисипативну суспільну систему, що існує лише за умов дисипації, втрати та розпорошення енергії, поступово наближається до катастрофи. Системні пастки можуть мати ефект каталізатора розпаду неефективної системи, а можуть бути ресурсом розвитку системи. При їх доланні вивільняється додаткова корисна енергія розвитку.

В історії відомі суспільні рухи боротьби з системними пастками. Невипадково під час революцій виникає лозунг «Мир – хатам, війна – палацам». Це відома ідея французького письменника Себастьяна Ніколи Шамфори (*Guerre aux châteaux! Paix aux chaumières!* — (франц.)), яку під час революції XVIII століття підхопив член Конвенту П'єр Жозеф Камбон, та у XIX столітті відтворив німецький революційний демократ Георг Бюхнер (*Friede den Hütten! Krieg den Palästen!* – (німец.))³⁶. Це гасло використовували під час Жовтневої соціалістичної революції у 1917 році. До певної міри цей девіз під час «Революції гідності» поширювався в українських ЗМІ для демонстрації розкошів очільників української держави, для підтвердження корупційності та неефективності політичного режиму.

Системні пастки, часто-густо, є визначенням слабких місць системи, що має особливе стратегічне значення під час геополітичних, міжнародних, внутрішньополітичних, економічних, політичних, інформаційних або воєнних конфліктів. Так системні пастки «дискримінації» спочатку викликали обурення Заходу України, а потім мали симетричний відгук на Сході з поступовою ескалацією конфлікту та його використанням геополітичними гравцями. Такі відносини між системними пастками можливо означити як комплексні та послідовні, що можуть визначати циклічний характер «замкненого кола».

5. Мас-медіа як репрезентанти системи інформації

Залежно від цілісного предмета дослідження системний підхід у мас-медійних дослідженнях вивчає:

- засоби масової інформації;
- аудиторію як власне масу, цільові (часто нереперентні, що виокремлені за ідентифікаціями, щільно пов'язаними з життєдіяльністю та відповідними комплексами проблем) або реперентні (контактні) групи;
- світогляд як цілісність світовідчуття, світосприйняття, світорозуміння та картини світу;

– соціальні (що мають різні виміри та типології, наприклад, соціально-комунікативні, політичні, економічні, військово-технічні, інформаційні, психологічні та інші) технології як цілісність штучної взаємодії ЗМІ та аудиторії;

– різні площини системного дослідження, як цілісно, так і окремо; це раніше визначені площини: предметна (морфологічна), функціональна, історична та діяльнісна.

– застосування понятійного та контекстуального смислів системи.

Цей перелік можна ще деталізувати, але, на наш погляд, вже цього достатньо для визначення мультипарадигмальності та багатоманітності застосування системного підходу відносно мас-медіа як системи посередництва в передачі інформації про ситуації, процеси та події до масової або індивідуалізованої аудиторії. Це процес може бути:

– монологічним, діалогічним, інтерактивним;

– медійним, полімедійним та мультимедійним.

Як визначають А. Бріггз і П. Коблі в дослідженні європейських медіа: «нові технології породжують не тільки нові типи ЗМІ, а й нові аудиторії. Перший приклад цього – нові текстові медіа та миттєвий зворотний зв'язок, що привніс у наше життя інтернет. Але ці нові технології також несуть з собою різні і до того ж оперативні технічні можливості «відтворення» старих ЗМІ, наприклад, газет або порнографічної продукції. Ба більше, з'являються нові цифрові технології, які вже мають радикальний вплив на розподіл продукції мас-медіа; в майбутньому цей вплив буде лише зростати. Таким чином, на порядку денному є нові політичні і правові проблеми ЗМІ»³⁷.

Комунікантні групи стали розмежовуватись за ознаками активності й пасивності з появою інтерактивних шоу, ігор і систем зворотного зв'язку з аудиторією, появою рейтингових систем ЗМІ. Аудиторії стали активними з погляду вибору та партиципації. Ці групи стали вивчати механізм мобілізації аудиторії та впливу на неї.

ЗМІ традиційно розглядають у контексті впливу на громадську думку та масові комунікації, що визначаються економічними процесами функціонування та розвитку. До того ж їхню діяльність досліджують часто-густо в єдиній інфраструктурі, медіа-комплексі, медіа-системі.

У соціології ЗМІ вважають, що «жодне традиційне ЗМІ – **газета, журнал, телебачення, радіо**, що є невід'ємною частиною сучасної медіа-системи, не може обходитися без особливої медіа-інфраструктури, яка забезпечує приплив фінансових ресурсів і постійну доставку новин. По суті, друковані й аудіовізуальні медіа – тільки вершина айсберга, що височіє над міцним базисом. І неважливо, що цей базис у щоденній діяльності ЗМІ не надто помітний: саме він, його функціонування, забезпечує єдність інформаційної індустрії, формує ту непорушну внутрішню структуру, яка пов'язує медіа-комплекс воедино.

Інфраструктура ЗМІ – це, по-перше, кілька секторів виробництва змісту, який згодом поширюється за допомогою традиційних каналів ЗМІ. Інформаційні агентства збирають і поширюють новини, які використовують

друковані та аудіовізуальні медіа. Студії звукозапису випускають платівки, касети, компакт-диски – основу програм для більшості радіостанцій. Виробники телепрограм, відео- та кіностудії – це своєрідні фабрики виробництва змісту для телевізійних каналів. По-друге, інфраструктуру ЗМІ складають ті підприємства, які забезпечують медіа-підприємство постійним припливом грошей – рекламні агентства і PR-агентства. Ці типи підприємств забезпечують «стикування», зв'язок індустрії вільного часу, в якій найважливіше місце посідають засоби масової інформації, і маркетингових комунікацій, які є невід'ємною частиною будь-якої ринкової економіки³⁸.

Разом з тим у європейській дослідницькій думці складники ЗМІ мають більш розлогий та багатоманітний характер.

Так, Адам Бріггз і Поль Коблі суттєво розширюють традиційні ЗМІ. До них, на їхню думку, входять **комікси, книговидавання, реклама, агентства новин** (глобальні та національні агентства новин, досліджуються також їх можливості у добу інтернету), **PR і журналістика, газети, журнали, радіо, телебачення, кіно, поп-музика**³⁹.

Системний та холістичний характер ЗМІ пов'язаний з центризмом повсякденності людей. До того ж повсякденність виступала центральною соціальною, а іноді й фоном для ЗМІ, та, навпаки, ЗМІ були фоном для повсякденного життя. Радіо часто-густо є фоном у маршрутних таксі, перукарнях, мобільних телефонах. Телебачення виступає фоном ранкового чаювання або кавування, вечірнього відпочинку, включення до інформаційного поля світу, країни, населеного пункту. Газета все більше змінювала роль від структурування програми ТБ та новинної інформації, розважальних тем та інших рубрикаторів до ранкового робочого перегляду новин. Глянцеві журнали все більше з демонстраторів тріумфу перемикалися на специфічну аудиторію, жіночу або чоловічу, політико-аналітичну, економічну, наукову тощо.

Поява інтернету та цифрових технологій призвели до дигітальної революції. Власне Інтернет-простір видозмінювався в репрезентації всіх видів ЗМІ, організацій, установ, підприємств доки не відбулися декілька якісно нових, суттєвих для ЗМІ процесів. По-перше, це *синхронізація мобільних* (смартфонів) ноутбуків, планшетів з Інтернетом, Інтернет-комунікації набули *номадного, кочового характеру*; по-друге, «поселенські поля» Інтернет комунікацій розширилися до зон Wi-Fi з поступовим розвитком просторів від 3G аж до 7G; по-третє, Інтернет-простір став простором референтних та інтерактивних комунікацій. Референтний характер втілювався у соціальні мережі, блоги, YouTube-канали, Інстаграм та інші, які стали рушієм маркетингових змін (SMM, SEO, поп-культури, систем отримання грошей за творчість та цікаві мандри тощо). Інтерактивний характер дигіталізованих ЗМІ зробив прями ефіри та ток-шоу полі- та мультиканальними – мережі, дзвінки, голосування, рухомий рядок, пряме ввімкнення тощо.

Загалом цей невеличкий нарис відносно використання системного підходу до мас-медіа як репрезентанта циркуляції інформації може бути

уточненим і впровадженим у дослідженні ЗМІ в дигіталізованому світі у вимірі соціальної, політичної, економічної, інформаційно-комунікативної, військової та інших сфер.



Запитання для самоконтролю:

1. Дайте визначення понять «моделювання» та «модель».
2. Визначте сутність методів аналізу та декомпозиції.
3. У чому полягає загальна характеристика системного й аналітичного підходів дослідження політичних ситуацій і процесів?
4. Дайте опис предметного дослідження або морфологічного уявлення політичного процесу.
5. Охарактеризуйте функціональне дослідження або функціональне уявлення політичного процесу.
6. Яке значення має історична площина системного дослідження політичного процесу?
7. Які операції характеризують сутність діяльній площини системного дослідження політичного процесу?
8. Дайте характеристику властивостей складної системи в дослідженні систем управління.
9. Опишіть умови ситуацій моделювання політичного процесу.
10. Які методологічні критерії класифікації та загальної характеристики функцій моделі Ви з'ясували?
11. У чому полягають функції моделі у дослідженні політичного процесу?

Питання для індивідуальної та самостійної роботи:

1. Моделювання у стратегічному прогнозуванні.
2. Модель у стратегічному прогнозуванні.
3. Принципи системного дослідження політичних ситуацій і процесів.
4. Стадійність та етапність системного дослідження.
5. Характеристика етапів системного дослідження.
6. Зміст етапів системного дослідження предметної площини політичного процесу.
7. Характеристика етапу системного дослідження функціональної площини політичного процесу.
8. Опис етапів системного дослідження історичної площини політичного процесу.
9. Зміст етапів системного дослідження діяльній площини політичного процесу.
10. Моделювання у дослідженні політичних ситуацій і процесів.
11. Функції моделі в дослідженні політичних ситуацій.

Література:

1. Словарь иностранных слов. 18-е изд., стереотип. Москва : Русский язык, 1989. С. 325.

2. Ушаков Е. В. Введение в философию и методологию науки : учебник. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : КНОРУС, 2008. С. 149.
3. Штофф В. А. Моделирование и философия. Москва – Ленинград : Наука, 1966. С. 19.
4. Словарь иностранных слов. 18-е изд., стереотип. Москва : Русский язык, 1989. С. 325.
5. Социальные системы. Формализация и компьютерное моделирование: учебное пособие / Гуц А. К., Коробицын В. В., Лаптев А. А., Паутова Л. А., Фролова Ю. В. Омск: Омск. гос. ун-т, 2000. С. 12.
6. Плотинский Ю. М. Модели социальных процессов : учебное пособие для высших учебных заведений. Изд. 2-е, перераб. и доп. Москва : Логос, 2001. С. 87.
7. Исследование социально-экономических и политических процессов: учебник / под общей ред. А.Н. Данчула; Российская академия государственной службы при Президенте РФ. Издание 2-е, стереотипное. – Москва : Изд-во РАГС, 2009. С. 21.
8. Там же. С. 21-22.
9. Лейбниц Г. Об искусстве открытия // Сочинения в 4-т. Москва : Мысль, 1984. Т. 3. С. 395.
10. Там же. – С. 396.
11. Лейбниц Г. Об универсальном синтезе и анализе, или об искусстве открытия и суждения // Сочинения в 4-т. Москва : Мысль, 1984. Т. 3. С. 122.
12. Рубаник Ю. Т. Системное мышление как искусство правдивой простоты. Предисловие к русскому изданию / Искусство системного мышления: Необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем / Дж. О'Коннор, И. Макдермотт. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2006. С. 11-12.
13. Там же.
14. Искусство системного мышления: Необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем / Дж. О'Коннор, И. Макдермотт. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2006. С. 32-33.
15. Там же. С. 35-38.
16. Исследование социально-экономических и политических процессов: учебник / под общей ред. А. Н. Данчула; Российская академия государственной службы при Президенте РФ. Издание 2-е, стереотип. Москва : Изд-во РАГС, 2009 С. 21-22.
17. Сравнительная политология сегодня: Мировой обзор : Учеб. пособие / Г. Альмонд, Дж. Пауэлл, К. Стром, Р. Далтон; под ред. М. В. Ильина, А. Ю. Мельвиля: сокр. пер. с англ. А. С. Богдановского, Л. А. Галкиной. Москва : Аспект Прогресс, 2002. С. 292-293.
18. Искусство системного мышления: Необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем / Дж. О'Коннор и И. Макдермотт. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2006. С. 37.
19. Яковец Ю.В. Социогенетика: становление интегрированной отрасли знания // Общественные науки и современность. 1993. №4. С. 83.

20. Там же. С. 84.
21. Кузык Б.Н. Прогнозирование, стратегическое планирование и национальное программирование : учебник / Б. Н. Кузык, В. И. Кушлин, Ю. В. Яковец; 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Экономика, 2008. С. 48, 50.
22. Там же. С. 48.
23. Там же. С. 52.
24. Там же. С. 27-28, 29-30.
25. Там же. С. 18.
26. Князева Е. Н. Основание синергетики. Режимы с обострением, самоорганизация, темпомиры / Е. Н. Князева, С. П. Курдюмов. Санкт-Петербург : Алетейя, 2002. С. 6.
27. Темпомиры : Скорость восприятия и шкалы времени / А. Л. Алюшин, Е. Н. Князева. Москва : ЛКИ, 2008. С. 42.
28. Там же. С.42-43.
29. Исследование социально-экономических и политических процессов: учебник / под общей ред. А. Н. Данчула; Российская академия государственной службы при Президенте РФ. Издание 2-е, стереотип. Москва : Изд-во РАГС, 2009. С. 49-51.
30. Ушаков Е. В. Введение в философию и методологию науки : учебник. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : КНОРУС, 2008. С. 160-161.
31. Социальные системы. Формализация и компьютерное моделирование : учебное пособие / Гуц А. К., Коробицын В. В., Лаптев А. А., Паутова Л. А., Фролова Ю. В. Омск : Омск. гос. ун-т, 2000. С. 12-13.
32. Исследование систем управления: социологические, экономические, прогнозные, плановые, экспериментальные исследования : учеб. пособие для вузов / В. В. Глущенко, И. И. Глущенко; изд. 2-е испр. и доп. Железнодорожный : ООО «НПЦ Крылья», 2004. С. 66-68.
33. Саймон Герберт А. Рациональность как процесс и продукт мышления // THESIS. 1993. Вып. 3. С. 28.
34. Медоуз Д. Х. Азбука системного мышления / пер. с англ. под ред. чл.-корр. РАН Н. П. Тарасовой. 2-е изд. Москва : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2011. С. 186.
35. Там же. С. 310-314.
36. Москвина Е. В. Художественный мир Георга Бюхнера. Москва : Прометей, 2007. 196 с. URL: <https://sites.google.com/site/sonnepreisterin/home/stati/hudozestvennyj-mir-georga-buhnera/glava-i-germenevticeskij-kontekst-hudozestvennogo-mira-georga-buhnera/1-2-biograficeskij-kontekst-hudozestvennogo-mira-georga-buhnera>.
37. Медиа. Введение : учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / под ред. А. Бриггза, П. Кобли; пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. 2-е изд. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. С. 16.
38. Киселёв А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста. Санкт-Петербург : Питер, 2011. С. 21.

39. Медиа. Введение : учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / под ред. А. Бриггза, П. Кобли; пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. 2-е изд. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. 550 с.

40. Лепський М. А. Системні пастки конфліктів в соціальному прогнозуванні // Матеріали V Міжнародної наукової конференції «Соціальне прогнозування та проектування майбутнього країни в умовах глобальних конфліктів» 24 квітня 2015 р. Запоріжжя :КСК Альянс, 2015. С. 8-10.

41. Основи стратегічного прогнозування політичних ситуацій та процесів навчальний посібник / Воловик В.І., Лепський М.А., Гугнін Е.А., Кудінов І.О. [та ін.]; за заг. ред. М.А. Лепського; 2-ге видання. Запоріжжя : ЗНУ, 2015. 464 с.

КОНТЕНТ-АНАЛІЗ ЯК МЕТОД ДОСЛІДЖЕННЯ ЗМІСТУ МЕДІА-ПОВІДОМЛЕНЬ

План.

1. Визначення контент-аналізу. Його застосування у медіа-дослідженнях.
2. Методика контент-аналізу.
3. Процедура проведення контент-аналізу.

1. Визначення контент-аналізу, застосування у медіадослідженнях

Контент-аналіз визначається як метод вивчення й аналізу комунікації у систематичний, об'єктивний і кількісний спосіб задля вимірювання змінних дослідження. Контент-аналіз належить до методів кількісних досліджень, тобто таких, що обґрунтовують висновки на основі формалізованих (серед іншого) обчислень даних.

Контент-аналіз це:

- метод вивчення й аналізу комунікації у **систематичний, об'єктивний і кількісний** спосіб задля вимірювання змінних дослідження [12].

- якісно-кількісний метод вивчення документів, який характеризується **об'єктивністю** висновків і **строгістю** процедури та полягає у **квантифікаційній** обробці тексту з подальшою інтерпретацією результатів [6].

Винахідниками та лідерами контент-аналізу небезпідставно вважають американців, проте насправді вперше контент-аналіз було застосовано у 1640 році у Швеції. На американському континенті формалізований аналіз тексту вперше застосував Дж. Спід 1893 року. Новітня ж історія контент-аналізу бере свій початок у роки Другої світової війни, коли розвідка союзників відстежувала число та тип популярних пісень, які пускали в ефір європейські радіостанції. Тоді ж, у 1940-х, контент-аналіз також застосовувався для вивчення пропаганди.

Популярність контент-аналізу ґрунтується на тому, що цей метод дає змогу виміряти людську поведінку (якщо вважати, що вербальна поведінка є її формою). На відміну від опитувань, контент-аналіз вимірює не те, що люди говорять, що зробили чи зроблять, а те, що вони насправді зробили.

Використовується для:

- визначення і вимірювання кількості часу та простору, відведеного на висвітлення різних видів новин, іншого виду інформації в мас-медіа,
- визначення кількості та типів реклами; частоти появи та згадувань певних персонажів у мас-медійних повідомленнях,
- визначення позитивності, негативності чи нейтральності новин,

– означення репрезентації чоловіків/жінок у медіа та багато іншого.

Найпоширенішими є такі визначення контент-аналізу:

1. Метод вивчення й аналізу комунікації у систематичний, об'єктивний і кількісний спосіб задля вимірювання змінних дослідження;

2. Якісно-кількісний метод вивчення документів, який характеризується об'єктивністю висновків і строгістю процедури та полягає у квантифікаційній обробці тексту з подальшою інтерпретацією результатів.

Мета контент-аналізу:

– опис контенту комунікації (текстової, візуальної),

– порівняння медіа-контенту з «реальним світом»,

– оцінка зображення певних груп суспільства,

– тестування характеристик повідомлення (статистичні процедури),

– розуміння контенту (відправна точка для дослідження медіа-ефектів),

– отримання точних результатів через кількісне обчислення даних.

Конкретні одиниці аналізу дають змогу повторити дослідження через певний проміжок часу (здійснити реплікацію), що свідчить про високу надійність методу.

Контент-аналіз застосовують для:

1) визначення трендів роботи мас-медіа протягом певного часу; приклад: аналіз змін у зображенні жінок у рекламі протягом 2006-2012 рр.

2) тестування гіпотез щодо змін у мас-медійних повідомленнях; приклад: як новинні повідомлення залежать від джерел інформації, які теми популярні в медіа, як зображують політиків, соціальні проблеми тощо.

3) вивчення технологій нових медіа і новин у них тощо; приклад: вивчення контенту новин, реклами, блогів, веб-сторінок і т.п.

4) порівняльний аналіз контенту, визначення домінантних характеристик повідомлень, візуального контенту і багато іншого.

Обмеження використання методу полягає в тому, що:

✓ за його допомогою не можна зробити висновки про причинно-наслідкові зв'язки;

✓ сам по собі метод не може бути використаний для формулювання тверджень про медіа-ефекти на аудиторію;

✓ різні дослідники можуть використовувати різні визначення, щоб виміряти те чи інше поняття;

✓ складний і трудомісткий метод щодо часу, зусиль і коштів

✓ висновки не можуть бути поширені на категорії, які не застосовувались у контент-аналізі.

2. Методика контент-аналізу

План і методика контент-аналізу.

1. Формулювання питань дослідження і гіпотез.

2. Формування вибірки з генеральної сукупності (газети, телебачення, радіо, веб-сайти тощо).

3. Визначення категорій дослідження (повинні мати вичерпне визначення і виключати взаємозаміщення іншими категоріями).

4. Визначення одиниць аналізу й одиниць вимірювання (стаття, слово, хвилина тощо).

5. Підготовка кодувальної інструкції / аркуша: категорії, дати їм операційні визначення.

6. Тренування кодувальників, проведення пілотного аналізу.

7. Кодування контенту відповідно до визначених категорій.

8. Аналіз зібраних даних (із застосуванням статистичних процедур).

9. Формулювання висновків.

Одним із прикладів лонгітюдного контент-аналізу в Україні є дослідження-моніторинг телевізійних політичних новин, що проводить Академія української преси [1] під керівництвом В. Іванова та Н. Костенко (презентація цього дослідження – в додатку В).

3. Процедура проведення контент-аналізу.

Крок 1: гіпотези та питання дослідження

Як приклад, розгляньмо таке дослідження: порівняльний аналіз висвітлення національних і міжнародних новин у газетах «Факты» і «День».

Можна визначити такі питання дослідження:

1) Яке висвітлення мають різні типи новин у двох щоденних газетах України?

2) Яким є місце розміщення різних типів новин на шпальтах обраних видань?

Крок 2: вибірка

Визначення генеральної сукупності і хронологічних рамок. Наприклад, газети «День» і «Факты» з 1 квітня по 31 травня. Всього 61 номер.

Визначення вибірки. Зазвичай, використовується систематична випадкова вибірка як найрепрезентативніша, адже в такому разі будь-який (а не конкретний) номер газети має рівний шанс бути проаналізованим. Наприклад, із 61 номера буде опрацьовано кожен третій, тобто 20 номерів.

Крок 3: одиниці аналізу і обрахунок (квантифікація)

Одиницями аналізу можуть бути: окрема стаття, слово чи символ, тема чи реклама у пресі; персонажі, їхні дії, ціла програма в аудіовізуальних медіа.

Система обліку одиниць аналізу може бути така: у пресі – простір видання у см чи кв. см, колонках чи полосах (наприклад, стаття 20 см на 15 см=300 кв. см), на ТБ/радіо – час у секундах чи хвилинах, порядок сюжету у програмі (наприклад, політичні сюжети в новинах=180с.=3хв.).

Крок 4: категоризація

Система категорій використовується для класифікації контенту в підгрупи (наприклад, типи новин). Операційне визначення категорій передбачає, що категорії мають бути **взаємно виключними** (одиниця аналізу може бути віднесена до однієї лише категорії) та **вичерпними** (кожна одиниця аналізу обов'язково має бути віднесена в одну з визначених категорій).

Операційні дефініції допомагають розуміти терміни й поняття дослідження та зорієнтовують кодувальників.

Крок 5: тренування кодувальників

Кодування – це процес віднесення одиниць аналізу до категорій шляхом надання їм числових кодів. Інструкція з кодування містить детальні критерії, за якими кодувальники мають відносити одиниці до категорій. Кодувальний аркуш містить таблицю для розміщення закодованих одиниць аналізу до певних категорій (див. табл. 3). Надійність кодування визначається наявністю щонайменше двох-трьох незалежних тренуваних кодувальників.

Таблиця 3. Приклад кодувального листка при проведенні контент-аналізу тематики публікацій у газеті.

1. Код статті	2. Дата публікації	3. Розмір публікації: ширина x довжина + кв.см	4. Місце розміщення матеріалу	5. Тема матеріалу	При мітка
1	4.02.2017	14 x 2= 24 кв.см	1. (Перша шпальта)	3 (Соціальні новини)	
2	3.02.2017	9 x 8=72 кв.см	1 (Перша шпальта)	4. (Навколишнє середовище)	
3	5.03.2017	5.5 x 8=44 кв.см	2 (Друга шпальта)	1 (Політичні новини)	

Крок 6: кодування

Для визначення надійності проводиться пілотне кодування. Головним є розуміння кодувальниками інструктажу та змісту категорій і одиниць аналізу.

Надійність кодування – *інтерсуб'єктне узгодження* (англ. inter-coder reliability) – рівень згоди незалежних кодувальників щодо того самого контенту при використанні однієї інструкції кодування. Тест на надійність обчислює коефіцієнт надійності (використовуюся різні методики). Прийнятним є узгодження у 85-90%.

Коефіцієнт кодувальної узгодженості може бути визначено, використовуючи формулу Голсті [11]. За нею проводиться тест на міжкодувальну надійність дослідження (intercoder reliability test):

Надійність $(Reliability) = \frac{2M}{N_1 + N_2}$, за якою M – кількість випадків, у яких кодувальники погоджуються, N_1 і N_2 – загальна кількість результатів першого і другого кодувальників відповідно.

Як зазначають американські дослідники Віммер і Домінік [16, р. 179–180], міжнародно прийнятими є ті показники міжкодувальної надійності, що перебувають у діапазоні від ~70 % до 90 % узгодженості між, як мінімум, двома незалежними кодувальниками (крім формули Голсті, залежно від

дослідження, визначаються різними методиками, такими, як *pi* Скотта (1955) [14], *kappa* Коена (1960, 1971 [10]), *alpha* Кріппендорфа (2004) [13] та ін.).

Вчені зазначають, що такий широкий діапазон значень залежить від того, яке саме дослідження було проведено: ~90 % узгодженості очікується від практично «механічних» кодувальників, які швидко й однозначно можуть віднести контент за категоріями, не ухвалюючи складних рішень, ~80 % і вище прийнятні в більшості випадків контент-аналізу, і ~70 % – у випадку, якщо дослідження є більшою мірою пошукове, розвідувальне.

Кроки 7, 8: інтерпретація і висновки

Базові статистичні процедури обов'язково мають проводитись для порівняння кількісних даних дослідження (вірогідність похибки, стандартне відхилення, середнє значення даних тощо). Інференційна статистика застосовується для аналізу і тестування достовірності гіпотез (статистичної значущості). Нині в світі зазвичай використовують комп'ютерну обробку даних за допомогою програми для статистичних обрахунків SPSS (Statistical Package for Social Sciences). Можливим, але дуже застарілим і недостатнім, є метод ручного обліку простої частотності та процентних співвідношень.



Запитання для самоконтролю:

1. У чому полягають особливості кількісних методів дослідження мас-медіа?
2. Якими є переваги і недоліки методу контент-аналізу?
3. Наведіть приклади застосування контент-аналізу

Література:

1. Академія української преси. Моніторинг політичних новин. Методологія // Академія української преси. 2012. Квітень. URL: <http://www.aup.com.ua/uploads/metodology.pdf>.
2. Іванов В. Ф. Історія використання контент-аналізу в різних науках у ХХ ст. // Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 52. С. 18-30. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_52_4.
3. Іванов В. Ф. Соціологія масової комунікації : навч. посіб. / Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. Київ : Центр вільної преси, 1999. 210 с.
4. Іванов О. В. Кількісний аналіз тексту чи продукування числових артефактів: аудит контент-аналітичних досліджень // Наукові записки НаУКМА. Соціологічні науки. 2013. Т. 148. С. 11-15. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMA_s_2013_148_4.
5. Іванов О. В. Класичний контент-аналіз та аналіз тексту: термінологічні та методологічні відмінності // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. 2013. № 1045. Вип. 30. С. 69-74. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhISD_2013_1045_30_13.
6. Костенко Н., Іванов В. Досвід контент-аналізу: моделі та практики : монографія. Київ : Центр вільної преси, 2003. 200 с.

7. Лубкович І. М. Соціологія і журналістика : підруч. 2-ге вид., переробл. і доповн. Львів : ПАІС, 2009. 232 с.
8. Різун В., Скотникова Т. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві : навч. посібник. 2-е вид., перероб. і доп. Київ : Преса України, 2008. 144 с.
9. Секунова І. О. Суть та значення контент-аналізу в дослідженні інформаційних матеріалів президентських кампаній в Україні // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2013. № 1. С. 56-59. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2013_1_13.
10. Hallgren K. Computing Inter-Rater Reliability for Observational Data: An Overview and Tutorial // Tutorials in Quantitative Methods for Psychology. 2012. Vol. 8(1). P. 23-34.
11. Holsti O. R. Content Analysis for The Social Sciences and Humanities. New York : Addison-Wesley, 1969. 235 p.
12. Kerlinger F., Lee H. Foundations of behavioral research. 4th ed. Fort Worth : Harcourt College Publishers, 2000. 890 p.
13. Krippendorff K. Reliability in Content Analysis: Some Common Misconceptions and Recommendations // Human Communication Research. 2004. Vol. 30 (3). P. 411-433.
14. Scott W. Reliability of Content Analysis: The Case of Nominal Scale Coding // Public Opinion Quarterly. 1955. Vol. 19 (3). P. 321-325.
15. Vivian J. The Media of Mass Communication. 11th ed. Boston : Pearson Education, Inc., 2012. 510 p.
16. Wimmer R., Dominic J. Mass Media Research. An Introduction. 10th ed. New York : Cengage Learning, 2014. 496 p.

МЕТОДИ ТА ПРАКТИКА ДОСЛІДЖЕНЬ МЕДІА-АУДИТОРІЇ. ЯКІСНІ МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕНЬ. МЕТОД ФОКУС-ГРУП

Марта Юрївна Наумова – кандидат соціологічних наук, доцент, старший науковий співробітник відділу соціології культури та масової комунікації Інституту соціології Національної Академії Наук України.

Закінчила факультет соціології та психології Київського національного університету імені Тараса Шевченка (1995), філософський факультет Київського національного університету імені Тараса Шевченка (1995), аспірантуру Інституту соціології НАН України (1998). Захистила кандидатську дисертацію «Соціальне знання в структурі комунікації» в Інституті соціології НАН України за спеціальністю «Історія та теорія соціології» (1999).

Сфера наукових інтересів: соціологія культури та медіа.

Має великий досвід емпіричних досліджень у сфері соціології та маркетингу, понад 40 наукових публікацій.

План.

1. Становлення якісних методів вивчення медіа-аудиторії.
2. Дослідницькі можливості якісних методів. Кількісні vs. якісні стратегії.
3. Види якісних досліджень. Коли застосування фокус-груп чи глибинних інтерв'ю є релевантним у вивченні медіа-аудиторії?
4. Зондувальні та проєктивні техніки, які застосовуються в якісних дослідницьких проєктах.

1. Становлення якісних методів вивчення медіа-аудиторії

Перші прикладні дослідження ЗМІ, які проводились на початку ХХ століття, пов'язані саме з вивченням медіа-впливів на аудиторію. Вони ґрунтувались на біхевіористських теоретичних моделях, які розглядали комунікацію в термінах стимулу та реакції, і застосовували переважно кількісні методи. В межах цієї традиції аудиторія сприймалась як атомізована, розпорошена у просторі і часі маса, а вплив ЗМІ розглядався як прямий, безпосередній та сильний. Предметом дослідження стають соціально-демографічні характеристики та медіа-вподобання аудиторії, її реакція на контент.

Пізніше, виникають більш релевантні підходи, які розглядають аудиторію як складну, активну та гетерогенну у своїх інформаційних уподобаннях. Вона свідомо й автономно робить вибір на основі власних, соціально диференційованих, смаків і специфічно інтерпретує медіа-контент

залежно від статусних і культурних ознак. Цей «культурний» поворот у 80-х роках минулого століття характеризувався не стільки новими ідеями, скільки іншими методами та підходами. Мова йде про початок широкого використання «м'яких» якісних методів, поширених у гуманітарних дисциплінах: етнографії, антропології, семіотиці, літературознавстві. Метою таких проектів стає з'ясування особливостей конструювання аудиторією значень медіа-повідомлень, соціального та культурного контексту такої інтерпретації.

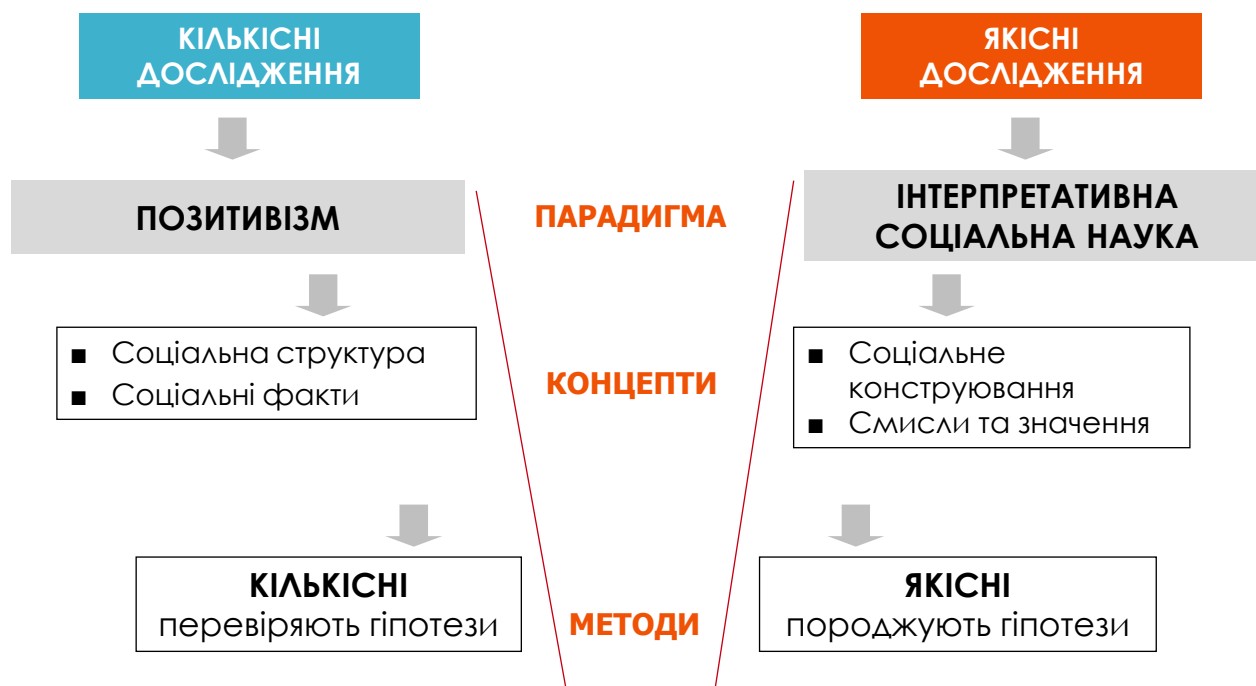
2. Дослідницькі можливості якісних методів. Кількісні vs. якісні стратегії

Специфіка якісних підходів:

- ✓ Фокус якісного дослідження концентрує увагу на частковому, особливому, унікальному в описі цілісної картини соціальних практик.
- ✓ Стратегія якісного підходу полягає у відкритому, пошуковому, неструктурованому характері аналізу проблемної ситуації.
- ✓ Увагу дослідника спрямовано на збільшений, наче під мікроскопом, розгляд окремих суб'єктів, їх прихованих мотивів, цінностей, установок.

«КІЛЬКІСНЕ» VS. «ЯКІСНЕ»

ГОЛОВНІ ДОСЛІДНИЦЬКІ СТРАТЕГІЇ



«КІЛЬКІСНЕ» VS. «ЯКІСНЕ»

ГОЛОВНІ ДОСЛІДНИЦЬКІ СТРАТЕГІЇ



&

ІНТЕГРУЮЧІ ДОСЛІДНИЦЬКІ СТРАТЕГІЇ

«КІЛЬКІСНЕ» VS. «ЯКІСНЕ»

	КІЛЬКІСНІ ДОСЛІДЖЕННЯ	ЯКІСНІ ДОСЛІДЖЕННЯ
Мета	Презентувати данні в кількісній формі і узагальнити результати дослідження вибірки об'єктів на всю генеральну сукупність	Забезпечити якісне розуміння прихованих мотивів і намірів
Вибірка	Велика кількість репрезентативних об'єктів (n > 400)	Мала кількість репрезентативних об'єктів (N=12-60)
Збір інформації	Структурований	Неструктурований
Аналіз інформації	Статистичний	Нестатистичний
Результат	Рекомендації для прийняття остаточних рішень	Отримати початкове уявлення про проблему

«КІЛЬКІСНЕ» VS. «ЯКІСНЕ»

Alan Bryman: Основні відмінності між кількісним і якісним дослідженням

	КІЛЬКІСНІ ДОСЛІДЖЕННЯ	ЯКІСНІ ДОСЛІДЖЕННЯ
Відношення: дослідник - предмет	дистанція	близкість
Позиція дослідника	аутсайдер	інсайдер
Відношення: теорія/концепт – дослідник	підтвердження	випадковість
Стратегія дослідження	структурована	не структурована
Масштаб висновків	нотетичний	ідеографічний
Образ соціальної реальності	статистичний, зовнішній по відношенню до актора	процесуальний, сконструйований актором
Природа даних	“важкі”, надійні	“багаті”, глибокі

3. Коли застосування якісних методів у вивченні медіа-аудиторії є релевантним? Фокус-група та глибинне інтерв'ю як види якісних досліджень

Незалежно від мети дослідження медіа-аудиторії – академічної чи комерційної – якісні підходи застосовують, вивчаючи:

- ✓ практики медіа-споживання: вподобання медіа, типові звички: інтенсивність/регулярність та мотиви звернення, жанрові вподобання тощо,
- ✓ ставлення до певних медіа та продуктів, їх сприйняття, переваги та вади (позиціонування у свідомості),
- ✓ смаки й очікування аудиторії від медіа-продуктів,
- ✓ особливості сприйняття / інтерпретації аудиторією певних повідомлень,
- ✓ визначення цільових аудиторій та їхнього профілю для просування медіа-продуктів на ринку,
- ✓ генерування ідей з приводу поліпшення контенту чи просування медіа-продукту.

Найчастіше у якісних дослідження медіа-аудиторії застосовують фокус-групи та глибинні інтерв'ю.

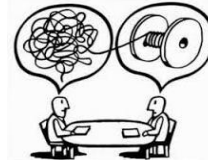
Фокусовані групові інтерв'ю є більш популярним методом у сфері досліджень аудиторії, ніж індивідуальні інтерв'ю, завдяки низці особливостей:

ВИДИ ЯКІСНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ



Фокус-група

Фокус-групою називається неструктуроване інтерв'ю, яке спеціально підготовлений ведучий невимушено бере у невеликої групи респондентів. Ведучий направляє хід обговорення.



Глибинне інтерв'ю

Індивідуальне глибинне (глибоке) інтерв'ю є дискусією з певної теми між підготовленим модератором і респондентом, відібраним відповідно до завдань дослідження.

✓ **Синергія.** У групі отримують ширший спектр думок, суджень, оцінок, ніж у спілкуванні з однією людиною.

✓ **Спонукальний ефект.** Спонукальним чинником є ефект соціальної рівності учасників, на відміну від ефекту соціальної дистанції, який неминуче виникає в індивідуальних інтерв'ю. Це призводить до відчуття безпеки учасників фокус-групи. Внаслідок того, що почуття учасників схожі, вони почуваються комфортно та готові ділитися власними думками й емоціями.

ВИДИ ЯКІСНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

	Фокус-група	Глибинні інтерв'ю
Кількість учасників інтерв'ю	8-12	1
Тривалість інтерв'ю	1-3 години	30 хв. - 1.5 години
Фіксація результатів	Аудіо- і відеозапис	
Обстановка	Неофіційна, невимушена атмосфера	
Інструмент	Заздалегідь розроблений питальник (гайд)	

✓ **Спонтанність.** Під час групових інтерв'ю учасники кидають своєрідний виклик один одному і відповідають на нього, що призводить до високої залученості і забезпечує спонтанність відповідей. Позаяк учасникам не потрібно відповідати на конкретні запитання, відповіді можуть бути спонтанними і нешаблонними.

✓ **Креативність.** Гарні ідеї з'являються несподівано і частіше впродовж групового обговорення, ніж під час індивідуального інтерв'ю.

4. Зондувальні та проєктивні техніки, які застосовуються в якісних дослідницьких проєктах

Серед найпридатніших вирізняють дві категорії технік: проєктивні (projective techniques) і зондувальні (probing techniques). І проєктивні, і зондувальні техніки стимулюють учасників до більш відкритих висловлювань і виявлення власних почуттів з приводу предмета обговорення, порівняно зі звичайними питаннями або традиційними методиками модерування.

Проєктивні методи спрямовані на несвідомі шари психіки, які багато в чому визначають своєрідність ставлення людини до різноманітних аспектів соціального середовища. В таких техніках стимули (запитання або завдання) мають невизначений смисл, і респондент змушений самотужки інтерпретувати їх, тобто проєктувати на них незавжди усвідомлювані думки, оцінки та ставлення. Модератори-практики найчастіше звертаються до вербальних асоціацій.

Зондувальні техніки відрізняються від проєктивних тим, що вони менш абстрактні, простіші в використанні та подальшій інтерпретації. Найбільш ефективними серед них є:

- ✓ ледеринг (техніка «сходінки»),
- ✓ групування і ранжування.

ПРИЙОМИ АКТИВІЗАЦІЇ УВАГИ є проміжним варіантом між прямими запитаннями та зондувальними техніками. Не всі учасники фокус-групи почуваються комфортно, коли від них вимагають негайної вербальної відповіді на поставлене запитання. І не на всі запитання можна дати таку відповідь. У багатьох випадках відповіді будуть неповними та малоінформативними через складність або соціальну значущість теми. Прийоми активізації уваги ліпше за прямі запитання розкривають респондентів і сприяють уникненню стереотипних формулювань. З їхньою допомогою важче здійснити глибоке зондування. Проте вони вможливають більшу залученість респондентів до процесу обговорення й одержання щиріших відповідей.

1. Перелік (складання списку)

Мабуть, це найпростіша і найпоширеніша техніка. Модератор пропонує учасникам висловлювати ідеї з того чи іншого питання й одночасно з

роботою групи записує їх на дошці або фліп-чарті (fleep chart). Приклад: *«Сьогодні протягом дня, що саме ви робили в соціальних мережах?»*

2. Аналіз протилежного

Техніка, яку можна назвати аналізом протилежного, ґрунтується на вивченні сприйняття продукту шляхом аналізу сприйняття його протилежності. Можна говорити про три способи дослідження протилежного.

✓ Перший – досліджувати невикористання чи нероблення. Запитання можна сформулювати так: *«Якою може бути людина, що жодного разу нічого не замовляла через Інтернет?»*, *«Як би це виглядало, якби Ви більше не могли користуватися Viber?»*

✓ Другий – представити версію наявного продукту, що не має суттєвих характеристик, наприклад як *«розважальний»* чи *«аналітичний»*.

✓ Третій – досліджувати сприйняття протилежних типів продуктів, ситуацій, станів, споживачів. Пояснення респондентом тих якостей, які він подає як протилежні, дає змогу істотно наблизитися до розуміння найважливіших характеристик ключового продукту. Скажімо, протилежністю жіночому глянсовому часопису може бути газета, *«позаяк це чоловіче читво, без картинок»* або це може бути Велика радянська енциклопедія, бо *«її не підняти і там лише правда»*. Те, як респондент визначає протилежності, є розшукуваним ключем щодо реального значення й суті об'єкта дослідження.

3. Запитання стосовно смислу очевидного

Що означають для респондентів слова *«політично ангажований ресурс»*? Що означає фраза: *«стиль викладу статті»* чи *«сумнівна якість»*? Навіть, якщо учасники обговорення дійшли консенсусу з приводу того, що медіа-продукт є *«корисним і цікавим»*, смисли, які респонденти вкладають у ці характеристики, не збігатимуться повною мірою. З досвіду можна стверджувати, що учасники інтерв'ю іноді відчують складнощі, коли треба уточнити значення поняття *«корисність»*. Цілком доречним тут буде перехід до описаної вище процедури: до аналізу протилежного. *«А як би Ви описали некорисну інформацію? Що її визначає?»* Семантика варіюватиме від *«в одне вухо влетіла, в інше вилетіла»* і *«як цукерка, смачна, але потім карієс чи діабет»* до *«про це не буде з ким поговорити»*.

4. «Людина з Місяця»

Ця методика дає змогу виявити найбільш значущі для аудиторії характеристики продукту. Запитання можна сформулювати так: *«Я з Місяця. Я ніколи не читала/-в журнал «Наталі». Опишіть його мені. Чому мені слід його почитати? Переконайте мене»*.

5. Виявлення суперечностей

Запитання, що виявляють суперечності в репліках респондентів, сприяють більшій залученості їх до дискусії й генеруванню точніших визначень свого ставлення до досліджуваного феномена. *«Зачекайте хвилинку, Ви щойно сказали мені, що хотіли б, аби газета не була схожа на*

дошку оголошень, а тепер кажете, що це добре. Поясніть, будь ласка, свою позицію».

6. Рольова гра

«Зараз Ви генеральний директор каналу СТБ і Вам необхідно створити з нього найретинговий канал в Україні. Що б Ви змінили в першу чергу? Які б програми зняли, а що б додали?»

Модератори широко використовують прийоми рольової гри. Але справжня майстерність полягає не в знанні цих прийомів, а в розумінні того, коли їх використовувати і як залучити респондентів у таку гру, а потім домогтися, щоб вони самостійно осмислили та пояснили те, що сказали модераторові.

7. Проективні запитання

Проективні запитання дають змогу респондентам бути вільнішими у власних висловлюваннях, не спричиняючи дискомфорту чи ускладнень у разі передачі власних почуттів, які не завжди є бажання афішувати.

«У попередній групі люди, з якими я говорила, вважають, що цей сайт публікує фейкові новини. Чому вони так вважають?»

«Як Ви вважаєте, що є найголовнішим у цьому гаджеті для людини, що має смартфон?»

«Чоловіки, з якими ми обговорювали цей ролик учора, розкритикували його вцінті. Як ви гадаєте, чому?»

Відповіді на такі запитання зазвичай відображають власні думки респондентів. Такі запитання корисні з двох причин: по-перше, вони наводять на думки, про які респонденти, мабуть, і не думали, даючи модераторові змогу виявити істинні причини занепокоєння. По-друге, вони підстраховують респондентів, бо дають їм змогу не знічуватися, висловлюючи думки «інших людей», що, як вони вважають, є ексцентричними або нетиповими. Проективні запитання розкривають глибокі емоційні шари, зберігаючи відчуття безпеки респондентів під час опитування.

8. Вибір з-поміж альтернативних варіантів

Цю техніку застосовують із метою оцінювання різних варіантів дизайнерських рішень реклами, макетів сторінок, слоганів тощо. Учасникам пропонують кілька варіантів – зазвичай, від трьох до п'яти. Вони мають ретельно розглянути кожен альтернативний варіант, обговорити їхні переваги та вади, оцінити чи проранжувати їх, а потім обрати найкращий або той, що найбільше годиться під конкретний опис, а також пояснити свій вибір. Іноді, якщо немає змоги продемонструвати учасникам кожен альтернативний варіант, їм пропонують фотографії чи стислі описи цих варіантів (так звані концепти).

При цьому слід дотримуватися такої умови. У кожній наступній групі (або індивідуальному інтерв'ю) треба змінювати порядок подання концепцій, аби вплив порядку їх обговорення не вплинув на підсумковий результат. Обговорення кожного концепта відбувається за однаковим сценарієм. Наприклад, загальна емоційна оцінка, оригінальність, відповідність категорії

продукту, відповідність бренду, зрозумілість повідомлення, переваги та вади кожного концепту тощо. На завершальному етапі обговорення респондентам демонструють усі концепти одночасно та пропонують так само обґрунтовано обрати лідера за кожним із обговорюваних критеріїв, а також абсолютного лідера – найвдаліший концепт, зважаючи на всі характеристики.

ЗОНДУВАЛЬНІ ТЕХНІКИ

1. Ледеринг (laddering)

Ця методика являє собою лінію запитань, що ведуть від характеристик продукту до характеристик самого споживача. Часто це називається «проникненням у смислову мережу споживача» і означає, що від атрибутів продукту (новизна, подання матеріалу, оформлення, стиль, теми) ми просуваємося до висвітлення переваг цих характеристик для споживача, а потім – до глибинних цінностей респондента. Вибір споживача має наслідки, що є психологічним результатом і еквівалентом поняття «вигода». Наслідки можуть бути психологічними (зняття стресу, розвага, пізнання) або соціальними (підвищення статусу, членство в групі).

Перше запитання стосується причини преферентності медіа із конкретними атрибутами «*Чому Ви віддаєте перевагу новинним сайтам, а не ТВ-програмам?*» А в перебігу подальшого розпитування у формі «*Навіщо?..*» або «*Чому це важливо для Вас?..*» фігурують категорії, названі респондентом у попередньому запитанні. Ланцюг завершується при виявленні граничного смислу, після якого респондент вже не може відповісти на запитання «*Навіщо?..*» Зрештою, виникає дерево смислових категорій, на вершині (або, радше, в основі) якого перебувають глибинні цінності.

Отриману інформацію використовують переважно для розширення перспектив розвитку, позаяк замовникові стають відомі ключові особистісні причини, що спонукають споживача звертатися саме до цього медійного контенту.

2. Групування та ранжування

Зазвичай респондентам пропонують набір зразків продуктів, до якого обов'язково входить досліджуваний бренд і його найближчі конкуренти. Після стислого ознайомлення з набором учасникам пропонують згрупувати або проранжувати запропоновані зразки. Критерії може задавати модератор, але більш цінну інформацію можна отримати, якщо запропонувати респондентам самостійно назвати критерії сортування чи ранжування. Подальше обговорення або супутній коментар допомагають зрозуміти, за якими значущими для респондентів властивостями медіа-продукту відбувається розподіл на ці групи. Наприклад, суспільно-політичні видання, інтернет-платформи для e-commerce, усі талант-шоу на українському телебаченні.

На жаль, цей метод має низку вад. Процедура потребує групового рішення, і щоб дійти єдиної думки, групі іноді потрібно чимало часу. Але техніка приваблює своєю простотою, структурованістю та використовується дуже широко як у групових, так і в індивідуальних інтерв'ю. Метод не

потребує надто високої кваліфікації від модератора і доволі легко піддається аналізу й опрацюванню.

ПРОЕКТИВНІ ТЕХНІКИ

Мотиви, суб'єктивне ставлення, неусвідомлений досвід, що впливає на сприйняття людиною різноманітних об'єктів, не можна з'ясувати, прямо запитавши про це. Як процес перцепції, так і практично будь-яка діяльність суб'єкта зазнають впливу неусвідомлених компонентів. Щоб визначити особливості несвідомого ставлення до об'єктів сприйняття, використовують проективні техніки.

Специфіка проективного підходу полягає в тому, що стимули не є строго однозначними, вони передбачають різноманітну інтерпретацію. Стимул набуває сенсу не внаслідок його об'єктивного змісту, а насамперед у зв'язку з особистісним значенням, що його надає йому учасник експерименту. Найпопулярнішою проективною технікою є вербальні асоціативні прийоми.

Розрізняють два види асоціацій: 1) вільні, коли у відповідь на запропонований стимул респондент відповідає першим словом, яке спаде йому на думку, причому відповідь нічим не обмежується, та 2) спрямовані, коли вибір очікуваної реакції обмежується заданими параметрами. Для інтерпретації результатів буває цілком достатньо інтуїтивного відчуття модератором стандартності або, навпаки, неадекватності реакцій з боку респондентів.

1. Вільні асоціації

У низці випадків метод асоціацій «працює» ефективніше за найвитонченіші та трудомісткі проективні прийоми. Мабуть, причина успішності полягає в асоціативній ємності самого стимулу. Чимало, звісно ж, залежить від креативності й налаштованості групи. Проте найчастіше результати методу асоціацій забезпечують багату фактуру, якщо рівень майстерності модератора доволі високий. У фокус-групі, всупереч узвичаєній думці, перші, поверхові асоціації далеко не завжди найцінніші (здебільшого вони вельми банальні), й уміння «розкрутити» групу безпосередньо пов'язане з результативністю.

Асоціації незамінні при з'ясовуванні ставлення респондентів до певного продукту, різних форматів, при тестуванні назв чи дизайну (газети, сайту тощо), при роботі з усіма компонентами реклами (текстом, зображенням, персонажами). В усьому цьому легко простежується погляд респондента на продукт як на засіб соціальної самоідентифікації. Глибше цю ідею розвиває техніка спрямованих асоціацій.

2. Спрямовані асоціації/примусові зв'язки

При використанні цієї методики учасникам пропонують відповісти на запитання про те, який об'єкт заданої категорії найбільше відповідає предметові обговорення. Найуживанішими серед модераторів категоріями є автомобілі, тварини, кольори, музичні інструменти, пейзажі, картини різних

митців, варіанти декору приміщень у різних стилях. Наприклад: «З яким музичним інструментом у Вас асоціюється канал 1+1?» Часто застосування цієї техніки передбачає підготовку стимульного матеріалу до обговорення: від 6 до 12 фотографій з об'єктами обраних категорій. Під час групового обговорення можна застосовувати цю техніку декілька разів, тобто попросити проасоціювати продукт з кількома категоріями, наприклад, з тваринами, марками автомобілів і картинами, виконаними в різних стилях. Необхідним елементом відпрацювання техніки є коментарі респондентів, адже може статися, що смисл, вкладений в асоціацію, не збігається з загальновідомим.

3. Персоніфікація

Менш лінійно, але набагато повніше дає уявлення про образ продукту техніка персоніфікації. У ході використання персоніфікації учасникам групи пропонують «вдихнути життя» в неживий предмет. Модератор пропонує кожному скласти невелике оповідання про товар або послугу з описом того, якою людиною був би цей предмет, якби був живим. Продукт потрібно наділити людськими рисами, характером і зовнішніми фізичними якостями, описати його особисті переваги, соціальну позицію. У перебігу дискусії чи інтерв'ю модератор може зробити акцент на певних особистісних характеристиках, наприклад, на особливостях поведінки людини-бренду в конкретній ситуації, наголосити на її відносинах із близькими, ставленні до кар'єри тощо, залежно від аспекту, в якому потрібно вивчити сприйняття бренду. Безпосередньо в гайді цей блок може виглядати так:

«Якщо уявити собі, що бренд X перетворився на людину, то що це за людина, як Ви можете цю людину змалювати? Це чоловік чи жінка? Скільки їй років? Як вона виглядає, у що вбрана?

А який у неї характер? Як до неї ставляться люди?

Хто ця людина за професією? Яке має хобі?

Як Ви почуваетесь поряд із цією людиною?

Який вигляд Ви поруч із нею маєте?

Ким ця людина могла б стати у Вашому житті?»



Приклад персоніфікації жіночого глянцевого часопису

«Образ людини-часопису пов'язаний у читацької аудиторії із недалекою, консервативною жінкою. Вона не відчуває життя, існує в ідеальному, створеному нею самою світі, забезпечена, трохи кумедна через власну претензійність.

Жінка, яка нічого не хоче змінювати у своєму житті, нездатна до самовдосконалення. «Примітивний консерватор і, найголовніше, не цікавиться нічим новим..., її влаштовує той рівень або те гніздечко, де вона перебуває». «... Таке враження, ніби ти йдеш уперед, а вона десь застрягла у своїх рюшах».

Жінка, яка не має в житті проблем, вона забезпечена чоловіком або заможними батьками. Домогосподарка із претензією на гламурність, світськість, ідеальність, «бла-бла, із подружками попліткувати ... Мені здається, до гламуру вона ще не доросла. Вона вважає, що вона гламурна. А насправді у неї ілюзія в усьому».

Недалека жінка, яка живе за правилами. «...Це бабуся, в якій вже онуки дорослі... Вона нагадує їм про якісь там пудинги. Скута така ... боїться зайве сказати, зайве зробити, яскравіше вдягтися, ...домогосподарка. Вишиває вдома».

Людина-часопис не викликає жодних емоцій, радше навіть навіює нудьгу чи дратує необґрунтованими претензіями. З цим брендом у читачок прохолодні відносини. «Це просто надокучлива подруга».

Техніку персоніфікації модератори використовують у двох версіях:

1. Учасникам обговорення пропонують подати марку у вигляді людини;
2. Респондентів просять представити портрет типового споживача продукту.

Як свідчить досвід, одночасне використання обох методик («образ продукту» і «образ типового користувача») в одному дослідницькому проекті приводить практично до одного результату: образ самого продукту й образ його типового користувача дуже часто зливаються у свідомості респондентів у щось єдине, тому доцільно обирати одну з методик. Методика дає змогу зняти особливості іміджу продукту чи марки, що сформувалися у свідомості споживачів, а також їх уявлення про соціальні групи в їхньому зв'язку з певними товарами.

4. Ідеальний продукт

Одним із продуктивних вербальних методів є «ідеальний продукт». «Створімо ідеальну університетську газету. Що це за видання? Що його визначає в першу чергу?» Процес формування образу ідеального продукту має бути керованим: респондентам слід задати необхідну структуру образу – періодичність виходу, редколегія, автори, обсяг, дизайн, якість поліграфії, тематика матеріалів, стиль/подання матеріалів тощо.



Запитання для самоконтролю та завдання для самостійного опрацювання:

1. У чому полягають основні відмінності між академічними і комерційними якісними дослідженнями медіа-аудиторій?
2. Для вирішення яких завдань є релевантним застосування якісних методів у вивченні медіа-аудиторії?
3. Як Ви розумієте термін «техніка» у процесі якісних досліджень? Дайте визначення зондувальних і проєктивних технік.
4. Назвіть основні зондувальні та проєктивні техніки, що застосовуються в дослідженнях аудиторії, наведіть приклади.
5. Чому цілий клас технік якісних досліджень дістав назву проєктивних? У чому полягає суть проєкції?

6. Оберіть мету та сформулюйте низку завдань для проекту дослідження аудиторії. Напишіть гайд (сценарій) групової дискусії для вирішення цих завдань із застосуванням проєктивних і зондувальних технік і прийомів активізації уваги.

Література:

1. Белановский С. А. Индивидуальное глубокое интервью. Москва : Николо-Медиа, 2001. 320 с.

2. Белановский С. А. Метод фокус-групп. Москва : Николо-Медиа, 2002. 280 с.

3. Крюгер Р., Кэйси М. Фокус-группы. Практическое руководство. Москва : Издательский дом «Вильямс», 2003. 256 с.

4. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. 3-е изд. : пер. с англ. Москва : Издательский дом «Вильямс», 2002. 920 с.

5. Мельникова О. Т. Фокус-группы в маркетинговом исследовании. Методология и техника качественных исследований в социальной психологии : учеб. пособие для студ. психол. фак. высш.учеб. заведений. Москва : Издательский центр «Академия», 2003. 272 с.

6. Наумова М. Зондувальні та проєктивні техніки в маркетингу / Якісні дослідження в соціологічних практиках : навчальний посібник / за ред. Н. Костенко, Л. Скокової. Київ : Інститут соціології НАНУ, 2009. С. 271-296.

7. Семенова В. В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию : учеб. пособие для студентов вузов / Ин-т социологии РАН. Москва : Добросвет, 1998. 289 с.

8. Черчилль Г. Маркетинговые исследования. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 752 с.

9. Якісні дослідження в соціологічних практиках : навч. посібник / за ред. Н. Костенко, Л. Скокової. Київ : Інститут соціології НАНУ, 2009. 400 с.

ДИСКУРС-АНАЛІЗ ЯК МІЖДИСЦИПЛІНАРНИЙ ПІДХІД У МЕДІАДОСЛІДЖЕННЯХ

Олена Олександрівна Семенець – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри теорії комунікації, реклами та зв'язків із громадськістю Запорізького національного університету.

Докторську дисертацію на тему «Лінгвістична синергетика ідіолекту Євгена Маланюка» захистила у 2005 р. в Інституті мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України. Учасник програм академічних обмінів US Department of State Joint project on «Democracy in Education» between Kirovohrad State Pedagogical University and Montclair State University, Erasmus+ Teaching Mobility, Mevlana Exchange Program. Читала лекції в університетах Румунії, Туреччини.

Автор 130 наукових праць, серед яких монографії, навчальні посібники, статті у фахових виданнях України та закордоння. Сфера дослідницьких інтересів – медіа-філософія, критичний дискурс-аналіз медійної галузі, медіа-екологія, медіа-освіта, візуальні комунікації, комунікативна урбаністика.

План.

1. Дискурс: аспекти феномену, історія поняття. Міждисциплінарність та комплексність методології.
2. Напрями, школи, теорії дискурс-аналізу.
3. Методи дискурс-аналізу.
4. Дослідний потенціал дискурс-аналізу у вивченні медіа.
5. Аналіз мультимодальних параметрів дискурсу.
6. Критичний дискурс-аналіз (КДА) медійних повідомлень:
 - проблематика досліджень і концептуальні інструменти;
 - наукові школи, дослідні центри КДА;
 - методологія інтерпретативної аналітики.

1. Дискурс: аспекти феномена, історія поняття. Міждисциплінарність і комплексність методології

Дискурс – одне з найскладніших, найбільш багатозначних і неоднопланових понять у сучасній науці. Особливої актуальності це поняття набуває з часів так званого **лінгвістичного повороту** у філософії, соціальних та гуманітарних науках ХХ ст., усвідомленню якого сприяла поява антології «Лінгвістичний поворот» («The Linguistic Turn», 1967), підготовленої за редактуванням американського філософа Річарда Рорті. Тексти 29 авторів, представлені в цій книзі, велика вступна стаття та бібліографія з 985 праць, укладена Дж. Неу та Р. Рорті, дають цілісну картину еволюції наукових

поглядів протягом ХХ століття на роль досліджень мови в розв'язанні філософських питань.

Перша хвиля лінгвістичного повороту (1920-ті рр.) була пов'язана з лінгвістичною філософією Л. Вітгенштайна, феноменологією Е. Гуссерля, фундаментальною онтологією М. Гайдеггера, неопозитивізмом. «Межі моєї мови означають межі мого світу», – стверджував Людвіг Вітгенштайн у «Логіко-філософському трактаті». Якщо ця перша хвиля була спрямована на аналіз репрезентативної функції мови, засвідчувала спроби філософів прояснити суть мови та прагнення реформувати її відповідно до законів логіки, то під час другої хвилі (1940–1950-ті рр.) увага була зосереджена на прагматичних аспектах мовного значення, у зв'язку з реальним уживанням мови. Герменевтика, лінгвістична філософія звертаються до контекстів використання та передумов формування мовних висловлень, розмаїття типів мови в її повсякденному вжитку, аналізують аспекти релятивізму та історичності лінгвальних феноменів, подають опис соціальних та політичних функцій мови, розглядають структури безсуб'єктного, об'єктивованого дискурсу на тлі історії соціуму. Лінгвістичний поворот сприяв розширенню сфери використання та переосмисленню наукових концептів «мова», «текст», «дискурс», «суб'єкт мовлення» та інших.

Важливу роль в актуалізації використання терміна «дискурс» та вивченні феноменів дискурсивної природи відіграли й зміни **мовознавчої парадигми**.

Якщо у французькій лінгвістиці слово *discours* традиційно означало мовлення загалом, то в 1950-ті рр. Еміль Бенвеніст, розробляючи теорію висловлення, надає йому нового термінологічного сенсу й використовує *discours* на позначення **«мовлення, присвоєного тим, хто говорить»** та протиставляє це поняття об'єктивній оповіді – *récit*, що розгортається без експліцитного втручання суб'єкта (ці форми мовлення відрізняються граматично – системою часів, займенників тощо).

Інший підхід у розумінні феномену дискурсу представлений у дослідженнях американського лінгвіста Зелліга Харріса, який прагнув поширити метод дистрибутивного аналізу з рівня речення на рівень зв'язного тексту і залучити до такого опису соціокультурну ситуацію. Терміном «дискурс» він позначає **послідовність висловлень, надфразну єдність**. У своїй статті «Discourse analysis» (Language, 1952, v. 28, № 1), присвяченій застосуванню методу дистрибуції щодо надфразних єдностей, З. Гарріс уперше використовує термінологічне сполучення **«аналіз дискурсу»** на позначення цього напряму досліджень.

Отже, ці два лінгвісти у своїх новаторських підходах під «дискурсом» розуміли різні об'єкти досліджень. Е. Бенвеніст пов'язував дискурс із вираженням позиції мовця у висловленні (на протигагу соссюріанській структуралістській парадигмі, «відновлення ролі суб'єкта в лінгвістиці і є нововведення, здійснене Бенвеністом», – писав П. Серіо). В інтерпретації З. Харріса об'єктом аналізу стає послідовність висловлень, тобто уривок тексту, більший, ніж речення.

З позицій лінгвістики, у найзагальніших рисах дискурсом можна вважати зв'язну послідовність усних або писемних висловлень, яка розглядається з урахуванням контексту, ситуації спілкування та інших функціонально-прагматичних, психологічних, соціально-культурних аспектів комунікації.

Складністю й багатовимірністю цього явища зумовлене розмаїття підходів сучасного мовознавства в його дослідженні, різні дефініції поняття й, відповідно, різні типології в його описах. Дискурс тлумачать як

✓ зв'язний текст разом з екстралінгвальними чинниками (прагматичними, соціокультурними, психологічними);

✓ текст, інтерпретований у подієвому аспекті («текст як подія»);

✓ мовлення, що розглядається як цілеспрямована соціальна дія, компонент у процесах взаємодії людей та механізмах їхньої свідомості (когнітивних процесах).

Н. Д. Арутюнова визначає дискурс як «**мовлення, занурене в життя**» й акцентує увагу на тому, що однією своєю стороною дискурс звернений до прагматичної ситуації (життєвий контекст дискурсу моделюється у формі фреймів або сценаріїв), а другою стороною звернений до ментальних процесів учасників комунікації (етнографічних, психологічних та соціокультурних правил і стратегій породження й розуміння мовлення) [Арутюнова 1990, с. 137].

У сучасній лінгвістиці дедалі більше утверджується думка, що людина сприймає мову актуалізованою та специфікованою в дискурсах (можливих світах, ідеологіях). У розумінні Ю. С. Степанова, дискурс – це «**мова в мові**», представлена у вигляді особливої соціальної даності, врешті – це **особливий світ**: «Дискурс існує насамперед і головним чином у текстах, але таких, за якими постає особлива граматики, особливий лексикон, особливі правила слововживання й синтаксису, особлива семантика, – врешті – особливий світ. У світі кожного дискурсу діють свої правила синонімічних замінів, свої правила істинності, свій етикет. Це – «можливий (альтернативний) світ» у повному сенсі цього логіко-філософського терміна. Кожен дискурс – це один з «можливих світів» [Степанов 1995, с. 44–45].

Таке розширення методологічних настанов мовознавців відбувалося значною мірою під впливом **філософії постмодернізму**, праць Мішеля Фуко передусім. З погляду сучасної філософії, **дискурс** є формою **соціальної взаємодії**, формою об'єктивації змісту свідомості, залежною від типу раціональності, який є домінантним у певній соціокультурній традиції.

Французька школа аналізу дискурсу, яка розвивається з 1960-х років, представлена працями М. Фуко, Л. Альтюссера, Ж. Лакана, Р. Барта, А. Греймаса, М. Пешо та ін., а також франко-швейцарського лінгвіста П. Серію. Ця школа вирізняється увагою до історичних, ідеологічних, психоаналітичних аспектів дискурсу. Для неї характерна інтеграція різних аспектів розгляду дискурсивних феноменів, долання дисциплінарних бар'єрів. Методологічне підґрунтя формується на перетині філософії мови,

семіотики, новітніх концепцій лінгвістики, соціології знання, історії, когнітивної антропології та інших дисциплін.

Поняття дискурсу в розумінні Мішеля Фуко має надіндивідуальний характер. Філософ переступає через матеріальну даність окремих чуттєво сприйманих творів – чи то усна розмова, наукова праця, конкретний твір одного чи кількох авторів – та охоплює загальний плин дискурсивної діяльності в певну добу, виділяючи в цьому динамічному та мінливому потоці спільні риси й загальні закономірності.

Якщо ідеї Е. Бенвеніста стосовно «присвоєння мови тим, хто говорить» відновлювали роль суб'єкта й тим самим, по суті, відстоювали суб'єктний дискурс, то філософи-постструктуралісти прагнуть виявити об'єктивовані структури дискурсу, поза зв'язком із суб'єктом мовлення. Безсуб'єктний дискурс «не мислиться в парі: мова – дискурс, а сам посідає місце мови. Він має – на відміну від тексту – саме ті характеристики, які приписуються мові: безсуб'єктний дискурс анонімний, нелінійний, відтворюваний» [Ревзина 1999, с. 27].

Мішель Фуко використовує поняття «дискурс» на позначення соціально-історично сформованих систем людського знання. Дискурсивний аналіз, на його думку, спрямований на вивчення історичного, культурного, подієвого фону – «світу дискурсу» – і мусить відповісти на питання, чому за певних історичних умов і обставин виникає саме таке висловлення і ніяке інше на його місці.

У праці «Слова і речі» (1966) Мішель Фуко постулює дискурсивний характер людської свідомості. Увага філософа зосереджена на історично змінних формах наукового дискурсу – дискурс-формуваннях, які представляють певні способи пізнання. Епохи розвитку знання, на думку М. Фуко, відрізняються особливими **епістемами** – історично змінними структурами, які визначають умови можливості думок, теорій і самих наук у кожний період. Поняття епістемі близьке до наукових парадигм Т. Куна або до загальної проблематики наукових дисциплін. Воно постає як узагальнення чітко визначеного коду пізнання й характеризується сукупністю певних правил, приписів та заборон. Норми дискурсу в межах тієї чи тієї епістемі визначають мовну поведінку, а отже й мислення індивідів. Таким чином, у межах кожної науки неминуче переплітаються «воля до знання» та «воля до влади».

У «Словах і речах» Фуко виділяє три ключові етапи формування сучасного «європейського менталітету», яким відповідають три основні епістемі Нового часу: ренесансна (XVI ст.), класична (раціоналізм XVII – XVIII ст.) та сучасна (з кінця XVIII – початку XIX ст.). Організація кожної з епістем ґрунтується на співвідношенні «слів» та «речей». *Слово-символ* ренесансної епістемі (де слово і річ тотожні, безпосередньо співвіднесені й навіть взаємозамінні) – *слово-образ* в епістемі класичного раціоналізму (слово і річ співвідносяться опосередковано, через осмислення та репрезентацію) – *слово-знак* сучасної епістемі (де слово і річ опосередковані «життям», «працею», «мовою» – новими об'єктами пізнання). І, нарешті, в

постмодерну добу *слово замикається на самому собі*, виявляє своє самостійне буття, що зумовлює виникнення кризи референції у відношеннях «слів» і «речей» [Фуко 1994].

Отже, епістеми – це інваріанти наукового мислення в певні епохи. Вони не залежать від окремих суб'єктів, які продукують висловлення в загальному мовленнєвому потоці й заступають один одного в тимчасових, змінних і плінних ситуаціях, підтримуючи тим самим існування загального мовленнєвого (дискурсивного) середовища з його характерними ознаками в певну історичну добу.

Дискурсивна формація в концепції М. Фуко постає як когнітивна системна єдність, мережа когнітивних відношень між поняттями, теоріями, висловлюваннями в межах цілісного типу знання. Розглядаючи таку системну єдність, філософ виявляє близькість ментальних структур у прибічників різних концепцій певної історичної доби, представників різних галузей знань (наприклад, у XVII та XVIII ст. – загальної граматики, природничих наук, аналізу багатств).

Та чи інша дискурсивна формація, на переконання М. Фуко, детермінує набір знань, напрям думок, спосіб їх мовного вираження, а також можливість (чи неможливість) виникнення нових ідей і тем. Дискурсивна формація диктує вибір понять і категорій мислення, релевантних за певних соціально-історичних та культурних умов, відбір комунікаційних стратегій та принципи їхньої взаємодії. «Влада дискурсу» виявляє себе в тому, що він наперед установлює можливість виникнення певного, чітко визначеного типу висловлень та дій, і в такий спосіб скеровує формування окремого висловлення.

Дискурсивні практики становлять змістовно та формально близькі дискурси, об'єднані особливими правилами побудови, особливою «регулярністю дискурсу». Смилова єдність у межах дискурсивної практики визначається усталеним, загальноприйнятим способом інтерпретації дійсності. Таким чином, той чи той дискурс задає свою ідеологію (сукупність базових ідей), спосіб світобачення, світосприймання і, як наслідок, формує онтологію ментального образу дійсності. (Важливо, що дискурсивна практика, згідно з розумінням М. Фуко, охоплює як мовленнєві, так і немовленнєві дії).

Різні типи й різновиди дискурсів функціонують одночасно й пронизують простір спілкування у вигляді гетерогенних, континуальних, відносно відокремлених, проте взаємопов'язаних і взаємозалежних інформаційних потоків. **Дискурсивна практика** може бути визначена в межах історично зумовленої дискурсивної формації як типізований спосіб реалізації комунікаційної діяльності, здійснюваної відповідно до вимог певного типу дискурсу, що є загальноприйнятим у певній сфері спілкування соціальної групи.

У сучасних дискурс-аналітичних дослідженнях сам термін «дискурс» залишається неоднозначним, його по-різному тлумачать представники різних концепцій і підходів. Один з провідних представників критичного дискурс-

аналізу Т. А. ван Дейк узагальнює: «Дискурс, у широкому розумінні слова, є складною єдністю мовної форми, значення та дії, яка могла б бути найкраще схарактеризована за допомогою поняття комунікаційної події або комунікаційного акту» [ван Дейк 1989, с. 121–122].

Дослідник окреслює основні підходи в розумінні цього поняття [Van Dijk 1998]:

Дискурс у широкому розумінні (як комплексна комунікаційна подія). Дискурс – комунікаційна подія, що відбувається між суб'єктом мовлення та слухачем (спостерігачем і т.д.) у процесі комунікаційної дії в певному часовому, просторовому та ін. контексті. Ця комунікаційна дія може бути у формі усного або писемного мовлення, може мати вербальні та невербальні складники. Типові приклади – звичайна розмова з другом, діалог між лікарем і пацієнтом, читання газети.

Дискурс у вузькому розумінні (як текст або розмова). У такому разі мають на увазі лише вербальний складник комунікаційної дії, розглядають завершений або тривалий «продукт» спілкування, його писемний або уснорозмовний результат, який сприймається реципієнтами. Тобто йдеться про *вербальний продукт* комунікаційної дії.

Дискурс як жанр. При такому підході поняття «дискурс» використовується на позначення того чи того жанру (або, точніше – типу мовленнєвих продуктів), наприклад: «новинний дискурс», «політичний дискурс», «науковий дискурс».

Дискурс як соціальна формація. Це найбільш узагальнене розуміння поняття, коли воно застосовується до певного історичного періоду, соціальної єдності або цілої культури. Тоді вживають сполучення, наприклад, «комуністичний дискурс», «буржуазний дискурс» або «організаційний дискурс». У подібних випадках – за аналогією до соціологічних понять «соціальна формація» або «соціальний порядок» – використовують сполучення «дискурсивна формація» або «дискурсивний порядок». Саме в такому розумінні Т. А. ван Дейк говорить, наприклад, про ідеологічний дискурс.

У сучасних дослідженнях дискурсу релевантне також термінологічне розмежування:

- **дискурс-аналіз** – міждисциплінарний підхід у **суспільних науках**, засадничими положеннями якого є визнання провідної ролі дискурсів у формуванні знань про світ, історичної та культурної зумовленості способів розуміння світу, зв'язків між знанням та соціальними процесами, знанням та соціальною поведінкою. У цьому підході представлені напрями критичного дискурс-аналізу, дискурсивної психології та інші;

- **дискурсивний аналіз** – підхід у сучасній **лінгвістиці**, який спрямований на аналіз способів використання мови членами певної мовної спільноти й охоплює дослідження лінгвопрагматики, соціолінгвістики взаємодій, мовного варіювання тощо.

Як окрема галузь наукового знання **дискурс-аналіз** зароджується в 1960-ті рр. у Франції на ґрунті розвитку структуралістської ідеології у

взаємодії лінгвістики, критичної соціології та психоаналізу. У працях засновників цього напрямку Е. Бенвеніста, М. Фуко, Л. Альтюссера, Р. Барта, Ж. Лакана, А. Греймаса та інших переосмислення сосюріанської структуралістської парадигми відбувалося з урахуванням здобутків теорії мовленнєвих актів, прагматики тексту, лінгвістики усного мовлення, когнітивістики.

Протягом своєї еволюції, починаючи з 1960-х рр., дискурс-аналіз зазнав впливів домінуючих у певні періоди теоретичних парадигм: критичної, інтерпретативної, структуралістської й постструктуралістської, деконструктивізму та нового історизму, культурологічної та інших теорій. Нині дискурс-аналіз усвідомлюється як комплексний міждисциплінарний підхід, який використовує методи й прийоми різних гуманітарних та соціальних наук: мовознавства та літературознавства, комунікативістики, риторики, філософії, культурології, психології, соціології, політології тощо.

Один з варіантів інтерпретації зв'язків між основними теоріями тексту й дискурсу та джерелами їхнього концептуально-методологічного наповнення схематично представлений у виданні [Тичер 2009, с. 84–86] (Рис. 5).

2. Напрями, школи, теорії дискурс-аналізу

Починаючи з праць Мішеля Фуко, термін «дискурс» застосовують не лише до вербальних повідомлень як об'єктів лінгвістичного аналізу, але й у широкому соціально-філософському розумінні – у значенні інституціоналізованих патернів знання, які реалізуються засобами різноманітних семіотичних систем та знаходять вираження в контекстах різних наукових дисциплін, а у своїх глибинних структурах спираються на відношення між знанням та владою.

У сучасній західній традиції соціальні та гуманітарні науки представляють широкий спектр наукових напрямів, шкіл, теорій, які мають у своїй основі поняття дискурсу та інші пов'язані з ним концепти, розроблені в працях М. Фуко.

Загальна концептуальна доміююча дискурс-аналізу – спрямованість досліджень на розкриття соціокультурних передумов комунікаційної діяльності (ідеологічних, політичних, етнокультурних, психологічних тощо), які визначають явну або приховану ангажованість повідомлень.

Наукові школи та напрями у сфері дискурс-аналізу відрізняються своїми теоретичними доміюючими, методиками дослідження та сформованими дослідними практиками. Вони мають яскраві концептуальні акценти, особливу історію розвитку та певну регіонально локалізовану специфіку.

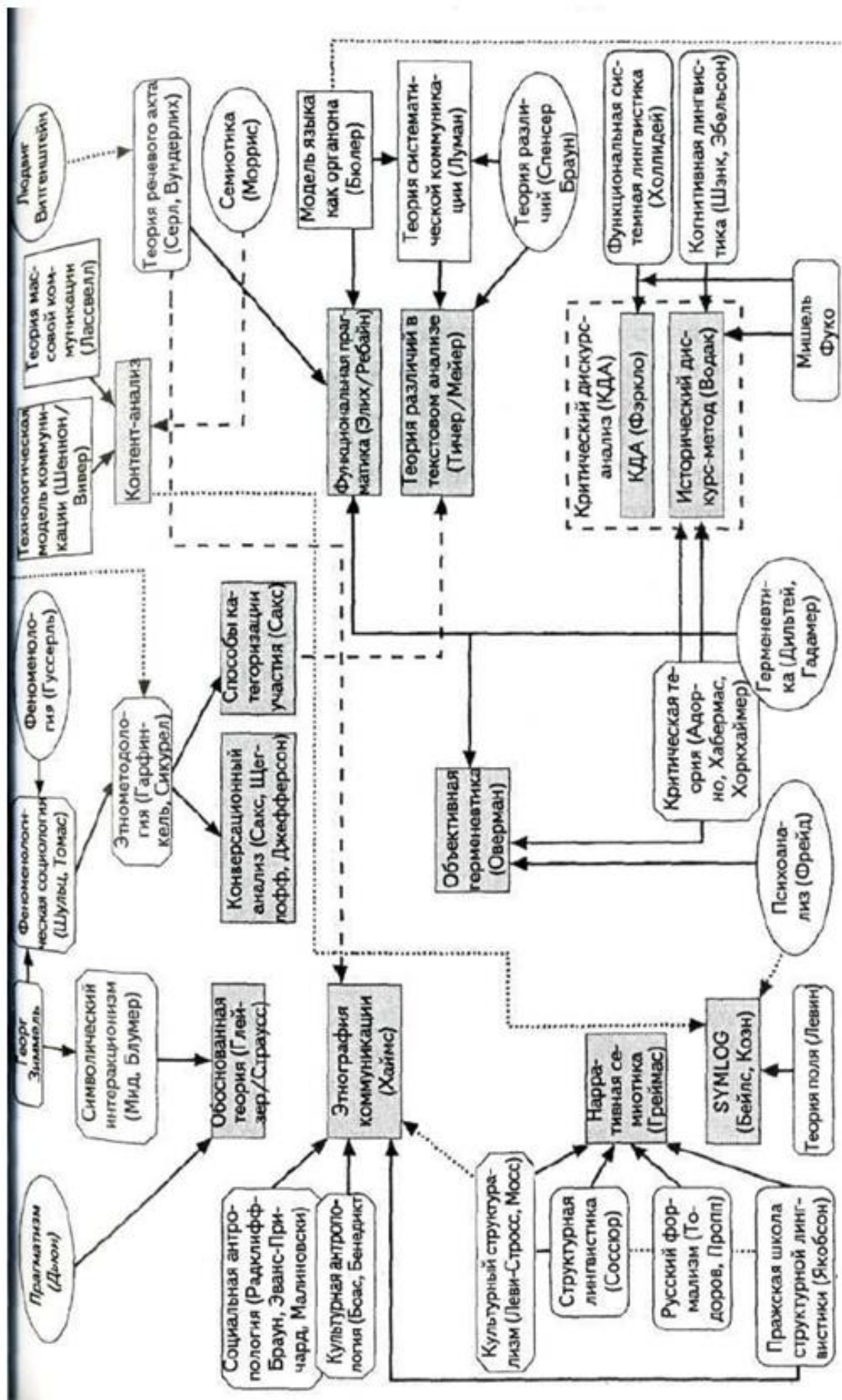


Рис. 5. Аналіз тексту і дискурсу. Мапа методів і теорій (джерело: [Тичер 2009, с. 85]).

Якщо європейські наукові школи зберігають традиційну зацікавленість у проблемах риторики, герменевтики, стилістики та естетики, чим зумовлена, зокрема, й стійка увага до літературних творів, – то в англо-американській академічній традиції важлива роль належить етнографічним студіям, що сприяло особливому інтересу до аналізу природного усного мовлення в соціально-когнітивному контексті.

І хоча більшість із цих теорій зосереджують увагу на тих чи інших лінгвістичних аспектах вивчення дискурсу – всі вони розглядають мову як спосіб соціальної взаємодії і неодмінно залучають до поля досліджень ті соціальні контексти, у які дискурс вбудований. У центрі уваги різних напрямів дискурс-аналізу – рівні та виміри дискурсивної організації (фонетичний, лексичний, граматичний, а також паралінгвальні ресурси – інтонація, жести тощо), стилістичні та риторичні аспекти, реалізація мовленнєвих актів і стратегій розгортання дискурсу, жанрова й тематична специфіка повідомлень, зв'язок з контекстом, зі сферою комунікації (різні типи дискурсів у політиці, медіа, освіті, науці, бізнесі тощо), відносини між дискурсом і владою, зв'язки між дискурсом та пам'яттю, пізнанням.

До найбільш впливових і продуктивних напрямів та шкіл в аналізі дискурсу й мовної прагматики зараховують, зокрема, такі:

- теорія мовленнєвих актів (Дж. Остін, Дж. Серль, Д. Вандервекен, П. Ф. Стросон та інші);
- французька школа аналізу дискурсу (М. Пешо, П. Серіо, П. Анрі, Ж.-Ж. Куртін);
- логіко-прагматична теорія комунікації (Г. Грайс, Дж. Ліч та їх послідовники);
- лінгвістичний дискурс-аналіз (Бірмінгемська школа – Дж. Синклер, М. Култхард, Д. Брезил, Д. Гіббон);
- конверсаційний аналіз (Х. Сакс, Е. Щеглов, Г. Джефферсон);
- етнографія комунікації (Д. Хаймс, Дж. Гамперц, Дж. Філіпсен);
- наративний аналіз (Ф. Шютце, В. Фішер, Г. Розенталь, Дж. Брунер);
- критичний дискурс-аналіз (Н. Ферклаф, Т. А. ван Дейк, Р. Водак);
- когнітивні та психолінгвістичні моделі опрацювання й розуміння дискурсу (Т. А. ван Дейк, В. Кінч).

Це далеко не повний перелік визнаних і відомих своїми здобутками наукових шкіл. Поряд із тими, що вже мають значні традиції, інтенсивно розвиваються й нові концепції. Зокрема, одна з новітніх – соціологія знання в аналізі дискурсу (*Sociology of Knowledge Approach to Discourse (SKAD)*), розроблена Рейнером Келлером на ґрунті концепції соціології знання Пітера Бергера і Томаса Лукмана. Ця концепція, спочатку поширена переважно в німецькомовній науці, набуває дедалі більшого визнання й в англomовному академічному середовищі. SKAD розкриває евристичну цінність поєднання теорії дискурсу і влади Мішеля Фуко (інституційні контексти виробництва та інтеграції знання) з аналізом процесів соціальної побудови реальності в процесах комунікаційної взаємодії на різних рівнях суспільного життя

(соціологія знання П. Бергера і Т. Лукмана, «The Social Construction of Reality» (1966)).

Корисні ресурси стосовно актуальних наукових конференцій та публікацій представлені на багатомовному міждисциплінарному дослідницькому порталі **Discourseanalysis.net**. Це своєрідна соціальна мережа, інтерактивний веб-сайт для тих, хто досліджує мову й суспільство.



The multilingual and interdisciplinary research portal of Discourse Studies. The interactive web site for all those working on language and society:

✓ <http://www.discourseanalysis.net>

3. Методи дискурс-аналізу

Дискурс-аналіз – це міждисциплінарний науковий підхід, а не окремий дослідницький метод. Дискурс-аналіз використовує комплекс методів дослідження, релевантних щодо поставлених завдань.

Задля того, щоб увиразнити комплексний характер методології цього підходу, деякі вчені пропонують розрізняти назви «дискурс-аналіз» (*Discourse Analysis*) і «дискурсивні дослідження» (*Discourse Studies*) та віддають перевагу другій назві, тому що вона не містить асоціацій з одним конкретним методом. Т. А. ван Дейк звертає особливу увагу на те, що дискурсивні дослідження можуть використовувати будь-які методи, співвіднесені з метою та завданнями наукової розвідки. Дискурс-аналізу як окремого методу досліджень просто не існує, наголошує вчений: «<...> дискурс-аналіз сам не є методом, а, радше, галуззю наукової практики, міждисциплінарним проектом, поширеним в усіх гуманітарних та соціальних науках. Із тієї самої причини, я волю використовувати термін «дискурсивні дослідження» на позначення цієї міждисциплінарної галузі» [Van Dijk 2008, p. 2].

Пор. також: дискурс-аналіз «не є просто методом; він становить підхід до вивчення природи мови у зв'язку із центральними концептами соціальних наук. Точніше, ми розглядаємо дискурс-аналіз як сукупність взаємопов'язаних підходів до вивчення дискурсу – підходів, які передбачають не тільки практики збирання та опрацювання інформації, але й низку метатеоретичних і теоретичних припущень, а також систему принципів і методів дослідження» [Wood 2000, p. X].

Дискурсивні дослідження залучають такі способи аналізу структур і стратегій дискурсу, як:

- ✓ лінгвістичний аналіз (фонологічний, лексичний, семантичний, синтаксичний);
- ✓ прагматичний аналіз мовленнєвих та комунікаційних актів;
- ✓ риторичний аналіз;
- ✓ стилістичний аналіз;

- ✓ аналіз жанрової специфіки структур дискурсу (історій, новин, парламентських дебатів, лекцій, рекламних текстів тощо);
- ✓ конверсаційний аналіз розмови;
- ✓ семіотичний аналіз звукового, візуального матеріалу та інших мультимодальних параметрів дискурсу.

Різні види аналізу (спостереження, опис тощо), підкреслює Т. А. ван Дейк, можуть комбінуватися й перетинатися, тому дослідження може бути спрямоване на вивчення і семантики наративів, і риторики політичного дискурсу, і прагматики розмови, й семіотики стилю. «У кожному різновиді дослідження можна виділити багато альтернативних способів роботи з інформацією (які часто позначають як «методи» або «підходи»), наприклад, формальний або функціональний види аналізу, які самі по собі мають різні версії в різних теоріях, наукових напрямках або школах у рамках кожної наукової дисципліни. Переважно ці види аналізу становлять якісні описи деталей структури дискурсу, проте водночас, оскільки залежать від емпіричних даних, вони можуть бути й кількісними, що більшою мірою справедливе стосовно лінгвістики, яка виробляє нові методи для критичних дискурсивних досліджень» [Van Dijk 2008, р. 3]. Окрім зазначених аналітичних підходів, зауважує вчений, у дискурсивних дослідженнях застосовують також методи соціальних наук – залучене спостереження, етнографічні методи, експерименти.

За висновком Нельсона Філліпса та Синтії Харді [Філліпс <http>], дискурс-аналітики вдаються до використання широкого спектра інтерпретативних технік – від мікроаналізу індивідуальних висловлень до макроаналізу корпусу текстів. Ці вчені наводять таблицю видів даних і традицій у дискурс-аналізі (за джерелом [Wetherell 2001]), яка засвідчує потенціал використання традиційних якісних методів у дискурс-аналізі (див. табл. 4).

Таблиця 4. Види даних і традиції в дискурс-аналізі

<i>Види даних у дискурс-аналізі</i>	<i>Традиції в дискурс-аналізі</i>
Інтерв'ю	Конверсаційний аналіз
Фокус-групи	Фукодінський аналіз
Документи й архіви	Критичний дискурс-аналіз
Природні розмови	Критична лінгвістика
Політичні виступи	Дискурсивна психологія
Газетні статті	Бахтіанські дослідження
Мультиплікаційні фільми	Інтераційна лінгвістика
Романи	Етнографія розмови

У сучасних дискурсивних студіях дедалі більшої ваги набуває **метод корпусних досліджень**. Завдяки використанню комп'ютерних технологій, він дає можливість опрацьовувати великі масиви (корпуси) текстів, відібраних за певними принципами, анотованих (тобто розмічених) за певними параметрами та забезпечених системою пошуку. Такий метод

передбачає можливість статистичного опрацювання даних, він незамінний у дослідженні дискурсивних практик – змістово та формально близьких дискурсів, які вибудовуються за повторюваними патернами.

Конкретні тексти – це матеріальні продукти дискурсів. Аналіз сукупностей текстів дає змогу простежити зв'язки між ними, а також процеси, які відбуваються в масивах текстів із плином часу, динаміку змін та виникнення нових явищ, тобто побачити розвиток дискурсивних практик у часі. Урахування соціального контексту, в якому виробляються та функціонують дискурси, а також соціальної реальності, яка конструюється в дискурсах, робить такий дискурс-аналіз потужним інструментом дослідження закономірностей організації соціуму.

Утім, нині найбільш тривала традиція й найбільші здобутки дискурс-аналізу пов'язані з використанням якісних методів досліджень. **Узагальнена модель** якісного змістового дискурс-аналізу складається з наступних покрокових **стратегій** дослідження [Аналіз дискурса 2003]:

- 1) фіксація досліджуваного матеріалу; виділення його формальних характеристик;
- 2) позначення контексту як комунікаційної ситуації; вибір напрямку та стратегії аналізу;
- 3) теоретичне диференціювання та структурування етапів дослідження;
- 4) визначення техніки та засобів аналізу при використанні конкретної моделі дослідження;
- 5) визначення одиниць аналізу; перевірка системи категорій у теорії та на емпіричному матеріалі;
- 6) реалізація основних етапів дослідження (дескрипція, реконструкція, інтерпретація);
- 7) фіксація результатів дослідження, їх узагальнення, інтерпретація та структурування.

Методична схема дискурс-аналізу, подібно до інших форм змістового аналізу, вибудовується за такими **етапами**:

- визначення мети дослідження;
- забезпечення вибірки (відбір одиниць аналізу);
- збір матеріалів і документів (методами опитування, інтерв'ю тощо);
- фіксація основних показників мовленнєвого матеріалу;
- розшифрування отриманих даних;
- виявлення їхніх основних параметрів;
- перекодування відповідно до системи прийнятих категорій;
- реконструкція сенсу отриманих повідомлень;
- аналіз опрацьованих даних, їх узагальнення та систематизація;
- загальний звіт і висновки.

Програма **емпіричних досліджень** у напрямі дискурс-аналізу становить низку послідовних **запитань** і виконуваних **завдань**:

- ✓ як сформувався цей тип дискурсу;

- ✓ які зміни фіксуються в ньому за певний відтинок часу;
- ✓ до якої аудиторії він звернений і в яких соціальних сферах задіяний;
- ✓ які явні та приховані сюжети, жанри, сценарії (когнітивні схеми, ідеологічні програми, моральні оцінки) в ньому реалізуються;
- ✓ які логічні, риторичні, естетичні засоби використовуються;
- ✓ у чому виявляється специфіка експресивних засобів повідомлення;
- ✓ хто є їхнім носієм (творцем мовленнєвої практики);
- ✓ у яких відношеннях з іншими дискурсами (можливо, конкурентними) вони перебувають;
- ✓ наскільки успішний (ефективний) цей тип дискурсу і яка сила його впливу на аудиторію.

У межах такої узагальненої моделі дискурс-аналізу на різних етапах можуть використовуватися різні методи й прийоми, які доповнюють та коригують один одного.

Міждисциплінарний статус дискурс-аналізу зумовлює використання цілого комплексу методик, а також понять, концепцій, фактичних даних суміжних дисциплін. Вибір певних методів виразно спеціалізований відповідно до предмета дослідження: для глибокого аналізу окремих дискурсів у зв'язках з їхніми контекстами та для виявлення прихованих, латентних смислів релевантними є якісні методи, натомість кількісні методи, приміром, цілком виправдані в аналізі дискурсивних практик.

Крім того, поєднання кількісних та якісних методів аналізу дискурсу в межах однієї розвідки дає можливість реалізувати більш коректний підхід і наблизитися до більш адекватної картини досліджуваного об'єкта. Загалом, плюралізм методів і теорій у межах дискурс-аналітичних студій дозволяє відкривати нові аспекти й властивості явищ, і разом з тим ставити нові дослідні проблеми.

4. Дослідницький потенціал дискурс-аналізу у вивченні медіа

Актуальними проблемами дослідження медійного дискурсу, зокрема в напрямі критичного дискурс-аналізу, виступають такі:

- ✓ У який спосіб парадигми знань утілюються в дискурсах?
- ✓ Як виявляється в дискурсах соціальна та психологічна сутність носіїв мови?
- ✓ Як репрезентовані в дискурсах соціальні відношення?
- ✓ Як дискурси конструюють соціальну реальність?
- ✓ Які механізми реалізації владного домінування в дискурсі?

Окрім перспектив розроблення теоретичних питань, дискурс-аналіз формує також концептуальне та методологічне підґрунтя для розв'язання прикладних завдань медійної галузі.

Так, напрацювання критичного дискурс-аналізу становлять теоретичну базу для розбудови медіаосвітньої діяльності, формування медіаграмотності аудиторії. Т. ван Дейк, фундатор однієї з найвідоміших наукових шкіл критичного дискурс-аналізу, звертає увагу на потребу виховання в молоді та

розповсюдження серед широких верств населення навичок критичного погляду на медіа та дійсність: «Загальна освіта, починаючи з молодших класів, мусить бути побудована так, щоб ми навчали людей бути критично налаштованими громадянами демократичних держав, забезпечувати їх інтелектуальними інструментами опору зловживанням дискурсивною владою з боку символічних еліт, особливо в політиці, ЗМІ та освіті. Ми вчимося читати й писати, проте нам варто не лише вчити граматику, але й вчитися критично аналізувати форми дискурсу, які впливають на свідомість людей» [Ван Дейк <http>].

Дискурс-аналітичні студії сприяють, зокрема, й з'ясуванню механізмів дискурсивної взаємодії суб'єктів. Релевантним поняттям у такому аспекті виступає **метадискурс**, що несе інформацію про міжособистісні стосунки комунікаторів, як постійні, так і ситуаційно зумовлені. Термін «метадискурс» був запропонований у 1959 р. Зеллігом Харрісом, який вивчав «рух інформації в дискурсі». Цим терміном вчений позначав спосіб розуміння мови у використанні, який репрезентує спроби автора керувати процесом сприймання тексту реципієнтом.

Взаємодія власне дискурсу та метадискурсу – важливий чинник смислотворення в процесі комунікації. Метадискурс, як відомо, може бути виражений:

- експліцитно (на рівні мовного вираження думки – це коментарі, вставні та вставлені конструкції, модальні слова, експресивно забарвлена лексика, морфеми емоційно-оцінної семантики тощо; а також за допомогою паралінгвальних засобів – наприклад, просодії, кінесики, проксемики тощо в усному дискурсі, або ж шрифтового оформлення в друкованому чи електронному тексті, зображень та загалом мультимедійного супроводу вербального тексту);

- імпліцитно (приховані смисли, які народжуються зі взаємодії складників цілісного дискурсивного простору та можуть бути відновлені з урахуванням загального контексту й ситуації спілкування, інтертекстуальності та інтердискурсивності).

Н. В. Зелінська, аналізуючи дискурсивні практики сучасного українського наукового книговидання, розкриває перспективи застосування інструментарію метадискурсивного аналізу не лише в плані наукової рефлексії, але й у прикладному аспекті – з метою оптимізації підготовки наукових праць.

На думку дослідниці, впровадження апробованих у світі методик метадискурсивного аналізу та застосування системи «метадискурсивних сигналів» у видавничій практиці дозволить покращити якість вітчизняної наукової продукції [Зелінська 2008].

5. Аналіз мультимодальних параметрів дискурсу

Дискурс – складно організована система, яка постає внаслідок синергійної взаємодії окремих підсистем, що дає понадсумарний ефект. Один

зі шляхів дослідження такої системної організації – аналіз мультимодальних параметрів дискурсу.

Термін **«модальність»**, так само як і термін «дискурс», неодноплановий у своєму змісті. Загалом, «модальність» використовується в різних науках на позначення характеристики певного способу існування (модусу) явищ.

В аспекті **семіотики** дискурсу релевантне поняття **знакової модальності**. Сучасний медійний дискурс будується на взаємодії різних знакових систем, використовує знаки різної природи: вербальне повідомлення (форма реалізації якого може бути усна, друкована, електронна) взаємодіє з паравербальним супроводом (в усному мовленні – це просодія, «мова тіла», проксеміка (тобто значущість дистанції між комунікаторами) тощо), а також з іншими аудіальними та візуальними (фото, відео, інфографіка тощо) складниками.

Мультимодальна природа медійного дискурсу вимагає комплексного аналізу знаків різних систем та їхньої взаємодії в межах цілого – дискурсивної єдності.

У структурі власне вербального повідомлення **лінгвісти** розрізняють **модальність об'єктивну** (відношення змісту висловлення до дійсності) та **суб'єктивну** (ставлення мовця до повідомлюваного – оцінка, емоції). Очевидно, що ці два типи модальностей можуть бути виділені й у межах повідомлень інших знакових систем – аудіальних, візуальних тощо.

У **філософії** та **філософській логіці** склалася традиція розмежування таких типів модальності:

1) **онтологічна** модальність – характеристика способу існування об'єкта або перебігу певного явища;

2) **гносеологічна**, або логічна, модальність – характеристика способу розуміння судження про об'єкт, явище або подію. До гносеологічних модальностей належать:

- **алетична** (істинність висловлення: оператори «логічно необхідно», «логічно можливо», «логічно неможливо»);

- **епістемічна** (визначає знання, пізнання: оператори «довідне», «спростовне», «нерозв'язне», – а також поняття, що стосуються переконання: «переконаний», «вважає», «сумнівається», «відкидає», «припускає»);

- **аксіологічна** (позитивна чи негативна оцінка повідомлюваних подій: оператори «добре», «погано»);

- **деонтична** (пов'язана з логічним поняттям норми: оператори «обов'язково», «дозволено», «заборонено», «нормативно байдуже»).

Модально-логічні поняття різних груп виконують спільну функцію уточнення, конкретизації зв'язку, встановлюваного у висловленні. Внутрішні формально-логічні відношення модальних понять виявляє таблиця-систематизація Г. фон Врігта (доповнена А. Андерсоном і О. Муром), наведемо її на основі видання [Логическая семантика 1967, с. 174] (див. табл. 5).

Таблиця 5. Модальні оператори висловлення

Модальні поняття			
алетичні	епістемічні	деонтичні	екзистенційні
необхідний	верифікований	обов'язковий	універсальний
можливий	нефальсифікований	дозволений	існуючий
випадковий	нерозв'язний	байдужий	частковий
неможливий	фальсифікований	заборонений	порожній

Аналіз мультимодальної організації дискурсу зумовлює й увагу до феномену **інтердискурсивності** – як вербальної, так і невербальної. Інтердискурсивні зв'язки онтологічно притаманні дискурсу як феномену діалогічному за своєю природою. Саме інтердискурсивність забезпечує внутрішню когерентність і цілісність дискурсивної формації, а також її відкритість до інформаційного обміну із зовнішнім середовищем, з іншими дискурсивними формаціями. Саме інтердискурсивність відкриває дискурс і до зв'язків із соціальним контекстом його функціонування.

Аналіз мультимодальних параметрів медійного дискурсу може бути реалізований як у рамках одного типу модальностей, в одній предметній галузі (семіотиці, лінгвістиці, філософській логіці), так і комплексно – при міждисциплінарному підході, з урахуванням складної природи дискурсивних явищ та взаємодії модальностей різної природи (наприклад, у дослідженні того, як об'єктивна та суб'єктивна модальності виражені в повідомленні за допомогою засобів різних знакових систем).

6. Критичний дискурс-аналіз медійних повідомлень

Проблематика досліджень та концептуальні інструменти

Критичний дискурс-аналіз (КДА) спрямований на встановлення взаємозв'язків між дискурсом та соціальним і культурним станом суспільства, розкриття взаємної детермінованості їхнього розвитку. Якщо в рамках дескриптивного підходу вчений залишається нейтральним, незалежним експертом, то для критичного дискурс-аналізу характерна соціальна ангажованість дослідника, його відверта позиція на боці залежних, позбавлених влади соціальних груп. У центрі уваги цього дослідного напрямку – виявлення способів репрезентації соціальної та інформаційної нерівності, аналіз використання мови (та повідомлень інших знакових модальностей) як засобів реалізації влади та соціального контролю, як знаряддя боротьби ідеологій.

Отже, в центрі уваги КДА перебувають такі аспекти досліджень:

- ✓ феномен домінування (політичного, соціального, економічного, етнічного тощо);
- ✓ способи дискурсивної реалізації владних стосунків і впливів;
- ✓ процеси дискурсивного формування ментальних структур (картини світу, ключових концептів, зв'язків між компонентами картини світу);

- ✓ механізми формування стереотипів та настанов в аудиторії медійного дискурсу;
- ✓ медійні дискурсивні практики як спосіб формування соціальних структур.

Наукові школи, дослідні центри КДА

Найбільш авторитетними й впливовими в напрямі критичного дискурс-аналізу є такі **наукові школи**:

- дискурс-аналіз Н. Ферклафа (в руслі традиції М. Фуко та соціальної семіотики мови М. Холлідея);
- соціокогнітивний аналіз дискурсу Т. А. ван Дейка;
- німецька школа критичного аналізу дискурсу (З. Егер, У. Маас, Ю. Лінк), особливе місце в якій посідає соціолінгвістичний дискурс-аналіз Р. Водак та її колег з Віденської школи дискурс-аналізу (Г. Вайс, Х. Людвиг, П. Новак, Й. Пелікан, М. Седлак).

Потужний вплив на формування напряму критичного дискурс-аналізу мали праці Мішеля Фуко, який тлумачив дискурс як спосіб реалізації владної сили, що створює відношення нерівності між соціальними суб'єктами. На теорії М. Фуко ґрунтується ідея соціального конструкціонізму (тобто формування соціальної реальності в дискурсах), яскраво виражена в напрямі КДА. Окрім засадничих положень філософії М. Фуко, дискурс-аналіз Нормана Ферклафа розвиває також ідеї системно-функціональної лінгвістики Майкла Холлідея. Концепції Тена ван Дейка і Рут Водак зазнали значного впливу когнітивних підходів в аналізі тексту.

Норман Ферклаф пропонує тривимірну модель аналізу дискурсу, складниками якої виступають:

- ✓ дискурсивна практика;
- ✓ текст;
- ✓ соціальна практика.

Згідно з такою моделлю, дискурсивна практика становить процес продукування та сприймання тексту; цей процес залучений до ширшої соціальної практики, до якої належить комунікаційна подія.

У своїй концепції КДА Норман Ферклаф зосереджується на аналізі того, як влада реалізується через мову. Він пропонує модель текстуально орієнтованого дискурс-аналізу (Textually Oriented Discourse Analysis (TODA)). Основна ідея такого підходу полягає в наступному: якщо, згідно з теорією М. Фуко, практики формуються й реалізуються в дискурсах, то лінгвістичний аналіз внутрішніх властивостей дискурсу може бути ключовим моментом для їх інтерпретації. У центрі уваги при цьому перебувають процеси дискурсивного формування соціальних практик, а також подальші дискурсивні наслідки соціальних практик.

У руслі історичного дискурс-методу, який розробляє **Рут Водак**, дослідниця пропонує таке визначення дискурсу: це «кластер контекстно залежних практик, які перебувають у певних сферах соціальної дії, є соціально сформованими та соціально творчими, співвіднесеними з макротемою, пов'язаними з аргументацією стосовно вимог достовірності,

таких, як правда й нормативна валідність, та які залучають декілька соціальних акторів з різними поглядами» [Reisigl and Wodak 2009, p. 89]. Концепція Рут Водак несе відбиток ідей соціокогнітивістики та франкфуртської школи, особливо критичної теорії Юргена Габермаса.

Тен Адрианус ван Дейк досліджує соціокогнітивні аспекти репрезентації в дискурсі расових, етнічних, гендерних та інших упереджень. На ґрунті досягнень граматики тексту, прагматики дискурсу та когнітивного моделювання комунікації, ван Дейк розкриває особливості функціонування мови в медіа з урахуванням таких соціальних чинників, як думки, настанови автора і адресата, їхній соціальний статус, етнічна належність тощо. Він пропонує ситуаційну модель дискурс-аналізу і розглядає процеси комунікаційної взаємодії не як жорстку алгоритмічну, а як гнучку стратегічну процедуру.

Одним з основних завдань критичних дискурсивних досліджень Т. ван Дейк вважає аналіз дискурсивного відтворення зловживання владою. На думку вченого, такі дослідження скеровані на аналіз соціальних проблем, соціальної нерівності, домінування, а також ролі дискурсу, мовних практик і комунікації загалом у їх відтворенні. Саме тому такі дослідження не є «нейтральними», вони вимагають відкритої, соціально ангажованої позиції дослідника, який поділяє інтереси залежних, підпорядкованих груп і відстоює необхідність соціальних змін на користь цих залежних груп. «Ми хочемо дослідити численні способи, якими дискурс може використовуватися в корисливих цілях, і з цією метою, зокрема, проводити систематичний аналіз дискурсивної маніпуляції, дезінформації, брехні, образ, пропаганди та інших форм дискурсу, спрямованих на нелегітимне управління свідомістю та контроль над діями людей з метою відтворення влади. Я пов'язую це складне дослідницьке завдання з поняттями *дискурсу* й *домінування*. Це доволі об'ємне завдання, і я вважаю його ключовим у критичних дискурсивних дослідженнях» [Van Dijk 2008, p. 8].



Активна наукова діяльність у напрямі критичного дискурс-аналізу провадиться, зокрема, в таких **дослідних центрах**:

- *Language, Ideology and Power Research Group at Lancaster University* (<http://wp.lancs.ac.uk/lip>)
- *Newcastle Critical Discourse Group* (<http://www.criticaldiscoursegroup.net>)
- *Discourse and Rhetoric Group at Loughborough University* (<http://www.lboro.ac.uk/departments/socialsciences/research/darg/>)
- *Discourse in Society*. Website of Teun A. van Dijk (<http://www.discourses.org>)
- *Critical Approaches to Discourse Analysis across Disciplines*. CADAAD is an open community of researchers who are critically engaged with discourse (<http://www.cadaad.net>).

За кордоном видаються спеціальні журнали, пов'язані з проблематикою критичного дискурс-аналізу:

✓ «*Journal of Language and Politics*»

(<https://www.benjamins.com/#catalog/journals/jlp/main>)

✓ «*Critical Discourse Studies*» (<http://www.tandfonline.com/loi/rcds20>)

✓ «*Social Semiotics*» (<http://www.tandfonline.com/toc/csos20/current>)

✓ «*Discourse & Society*» (<http://www.discourses.org/journals/das>)

✓ «*CADAAD. Critical Approaches to Discourse Analysis across Disciplines*» (<http://www.cadaad.net/journal>).

Методологія інтерпретативної аналітики

Згідно з концепцією Т. ван Дейка, одним з основних завдань критичних дискурсивних досліджень є аналіз механізмів дискурсивного відтворення соціального домінування та зловживання владою. Той, хто контролює дискурс, має можливість контролювати свідомість людей і, таким чином, опосередковано керувати їхніми діями. Фундаментальний процес відтворення влади через дискурс має вираження в таких аспектах [Van Dijk 2008, p. 10–12]:

1) управління контекстом

2) управління дискурсом

3) управління свідомістю.

Управління контекстом: доступ

Якщо комунікаційні події охоплюють не тільки вербальні тексти, а й ширший контекст, який впливає на дискурс, то першим кроком в управлінні дискурсом є управління його контекстом. Наприклад, владні еліти можуть вирішувати, хто, коли, де і з якою метою буде брати участь у певній комунікаційній події. Відповідно, необхідно детально вивчати способи, якими владні групи регулюють доступ до дискурсу, що важливе передусім для найвпливовішого з публічних дискурсів – мас-медійного:

✓ Хто має доступ до виробництва новин або програм? Хто контролює цей доступ?

✓ Хто відповідає за організацію прес-конференцій, які відвідують журналісти?

✓ Чиї прес-релізи читають і використовують для публікації?

✓ Кого інтерв'юють і цитують?

✓ Чиї дії визначаються як новини?

✓ Чиї статті або листи до редакції друкують?

✓ Кого запрошують на телешоу?

✓ І ширше – чиє визначення соціальної та політичної ситуації всерйоз приймається та сприймається?

Управління дискурсом

У цьому аспекті важливо дослідити, як структури самого дискурсу стають предметом управління:

✓ Що може або повинне бути висловлене (від глобальних тем до локальних значень)?

✓ Як це може або повинне бути сформульоване (якими словами, наскільки детально й точно, у яких формах речень, у якому порядку, наскільки акцентоване висуванням на перший план)?

✓ Які мовленнєві або інші комунікаційні акти мусять або можуть бути реалізовані такими дискурсивними значеннями та формами? Як ці акти організовані в соціальній взаємодії?

Управління свідомістю

Дослідження кожної фази процесу дискурсивного відтворення влади вимагає детального й глибокого соціального, когнітивного, дискурсивного аналізу. Сучасні дослідження тільки починають заглиблюватися в ці ментальні процеси: «Ми тільки починаємо осягати, як відбувається розуміння дискурсу, але ще менше ми знаємо, як таке розуміння веде до різних форм «змін свідомості», а саме до навчання, переконання, маніпулювання чи навіювання» [Van Dijk 2008, р. 11]:

«Управління свідомістю» стосується не лише розуміння текстів і мовлення, але й

- ✓ особистого та соціального знання;
- ✓ попереднього досвіду;
- ✓ особистих переконань та соціальних настанов;
- ✓ ідеологій, цінностей, норм;
- ✓ інших факторів, які впливають на зміни свідомості індивіда.

Т. ван Дейк наголошує, що дослідження медіавпливів в аспекті «управління свідомістю» повинне відбуватися в рамках ширшого соціокогнітивного підходу, який пов'язує складні структури сучасного медіаландшафту зі способами використання медіа і, врешті, з численними засобами та прийомами впливу на свідомість людей.

Підхід, який розробляє Т. ван Дейк в аналізі дискурсивного відтворення влади, спрямований на виявлення фундаментальних відношень трьох концептів, які перебувають в основі дослідження: дискурс, знання, суспільство, – а також зв'язків історії та культури.

Отже, дискурс-аналіз становить цілий комплекс міждисциплінарних досліджень, у руслі якого виявляють значний евристичний потенціал, інтенсивно розвиваються й мають значні здобутки численні наукові напрями, школи, теорії, з-поміж яких особливе місце посідає критичний дискурс-аналіз медійних повідомлень, з його домінантною спрямованістю на аналіз взаємозв'язків дискурсу, соціуму, ідеології та культури.

Глосарій:

Дискурс-аналіз – міждисциплінарний підхід у **суспільних науках**, засадничими положеннями якого є визнання провідної ролі дискурсів у формуванні знань про світ, історичної та культурної зумовленості способів розуміння світу, зв'язків між знанням та соціальними процесами, знанням та соціальною поведінкою.

Дискурсивний аналіз – підхід у сучасній **лінгвістиці**, який спрямований на аналіз способів використання мови членами певної мовної

спільноти й охоплює дослідження лінгвопрагматики, соціолінгвістики взаємодій, мовного варіювання тощо.

Епістема – історично змінна структура, яка визначає умови можливості думок, теорій, самих наук у певний історичний період; інваріант наукового мислення в певну епоху.

Дискурсивна формація – когнітивна системна єдність, мережа когнітивних відношень між поняттями, теоріями, висловленнями в межах цілісного типу знання.

Дискурсивна практика в межах історично зумовленої дискурсивної формації – типізований спосіб реалізації комунікаційної діяльності, здійснюваної відповідно до вимог певного типу дискурсу, що є загальноприйнятим у певній сфері спілкування соціальної групи.

Метадискурс – спосіб розуміння мови у використанні, який репрезентує спроби автора керувати процесом сприймання тексту реципієнтом.

Модальність у семіотиці – характеристика способу існування плану вираження (signans) знаків різних семіотичних систем (вербальних і паравербальних, візуальних, аудіальних тощо).

Модальність у мовознавстві – функціонально-семантична категорія, яка виражає різні види відношень змісту висловлення до дійсності (об'єктивна модальність), а також різні види ставлення мовця до повідомлюваного (суб'єктивна модальність).

Модальність у філософії, філософській логіці – характеристика способу існування об'єкта або перебігу певного явища (онтологічна модальність), а також способу розуміння судження про об'єкт, явище чи подію (гносеологічна, або логічна, модальність). До гносеологічних модальностей належать алетична (стосується висловлень чи предикатів, характеризує їхню істиннісну природу); епістемічна (визначає власне знання, тобто обґрунтовані й доведені твердження, які прагнуть до самодостовірності); аксіологічна (виражає авторську оцінку повідомлюваних подій – позитивну чи негативну); деонтична (пов'язана з логічним поняттям норми).

Література:

Анализ дискурса (дискурс-анализ) // Социология : Энциклопедия / Сост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О. В. Терещенко. Минск : Книжный Дом, 2003. С. 28–31.

Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. Москва : Советская Энциклопедия, 1990. С. 136–137.

Ван Дейк Т. О трендах в дискурсном подавлении, европейском национализме и гуманитарной ядерной бомбе: Интервью // СДА. Современный дискурс-анализ: Научный журнал. Вып. 9. URL: <http://discourseanalysis.org/ada9/st61.shtml>.

Ван Дейк Т. А. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. Москва : Либроком, 2013. 344 с.

Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. Москва : Прогресс, 1989. 312 с.

Зелінська Н. В. Дискурсивні практики української науки у дзеркалі видавничих реалій. Наукові записки (Українська академія друкарства) : Науково-технічний збірник. Вип. 1 (13). Львів, 2008. С. 3–11.

Йоргенсен М. В. Дискурс-анализ. Теория и метод / М. В. Йоргенсен, Л. Дж. Филлипс. 2-е изд., испр. Харьков : Изд-во Гуманитарный Центр, 2008. 352 с.

Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса / пер. с фр. и португ.; общ. ред. П. Серио. Москва : ОАО ИГ «Прогресс», 1999. 416 с.

Кожемякин Е. А. Дискурс-анализ как междисциплинарная методология: исторический аспект // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2008. № 15 (55). С. 5–12.

Кулик В. Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки. Київ : Критика, 2010. 656 с.

Логическая семантика и модальная логика / отв. ред. П. В. Таванец. Москва : Наука, 1967. 279 с.

Макаров М. Л. Основы теории дискурса. Москва : ИТДГК «Гнозис», 2003. 280 с.

Ревзина О. Г. Язык и дискурс // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. 1999. № 1. С. 25–33.

Степанов Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца 20 века / под ред. акад. Ю. С. Степанова. Москва : Рос. гос. гуманитар. ун-т, 1995. С. 35–73.

Тичер С. Методы анализа текста и дискурса / С. Тичер, М. Мейер, Р. Водак, Е. Веттер. Харьков : Изд-во Гуманитарный Центр, 2009. 356 с.

Филлипс Н. Что такое дискурс-анализ? / Н. Филлипс, С. Харди // СДА. Современный дискурс-анализ. Научный журнал. Вып. 1. Т. 1. URL: <http://discourseanalysis.org/ada1/st4.shtml>.

Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. Санкт-Петербург : А-cad, 1994. 407 с.

Фэрклоу Н. Диалектика дискурса // СДА. Современный дискурс-анализ. Научный журнал. Вып. 1. Т. 1. URL: <http://discourseanalysis.org/ada1/st9.shtml>.

Reisigl M. The discourse-historical approach (DHA) / M. Reisigl, R. Wodak // Methods of Critical Discourse Analysis / Ed. by Ruth Wodak and Michael Meyer. London : Sage, 2009. P. 87–121.

The Linguistic Turn: Recent Essays in Philosophical Method / Ed. and with an Introduction by R. Rorty. Chicago: University of Chicago Press, 1967. 393 p.

Van Dijk T. A. Introduction: Discourse and Domination // Van Dijk T. A. Discourse and Power. New York : Palgrave Macmillan, 2008. P. 1–26.

Van Dijk T. A. Ideology: A Multidisciplinary Approach. London : Sage, 1998. 386 p.

Wetherell M. Debates in discourse research // M. Wetherell, S. Taylor, and S. J. Yates (Eds.). Discourse theory and practice : A reader. Thousand Oaks, CA : Sage, 2001. P. 380–399.

Wood L. A. Doing discourse analysis: Methods for studying action in talk and text / L. A. Wood, R. O. Kroger. Thousand Oaks, CA : Sage, 2000. 240 p.



Запитання для самоконтролю:

1. Розкрийте зміст поняття лінгвістичного повороту у філософії, соціальних та гуманітарних науках ХХ ст. Як він пов'язаний із розвитком дискурс-аналізу?
2. Чому, на Вашу думку, існує така неодноплановість у тлумаченні поняття «дискурс» у сучасній науці?
3. Який вплив мала філософія постмодернізму на розвиток дискурс-аналітичних студій?
4. Розкрийте зміст поняття «дискурс» та інших пов'язаних з ним концептів у філософії М. Фуко.
5. Назвіть провідні напрями, школи, теорії дискурс-аналізу. Схарактеризуйте їхні основні концептуальні та методологічні домінанти.
6. Які методи і з якою метою використовуються в дискурс-аналізі?
7. Розкрийте дослідний потенціал корпусного методу в дискурс-аналізі.
8. Окресліть актуальну проблематику застосування дискурс-аналітичного підходу в сучасних дослідженнях медійної сфери.
9. Поясніть, як аналіз метадискурсу сприяє з'ясуванню механізмів дискурсивної взаємодії суб'єктів.
10. У чому специфіка підходів семіотики, мовознавства, філософської логіки в розумінні поняття «модальність»?
11. Які напрями аналізу мультимодальних параметрів дискурсу ви вважаєте найбільш актуальними в сучасних дослідженнях різних медіа?
12. Визначте основну проблематику досліджень медійного дискурсу в напрямі критичного дискурс-аналізу.

Завдання для самостійного виконання:

Аналіз мультимодальних параметрів дискурсу.

Проаналізуйте один із сюжетів політичних новин на телебаченні в аспекті дискурсивного втілення модальностей. Для цього виписіть засоби вираження лінгвістичних та інших семіотичних модальностей, встановіть основні кореляції між ними.

<u>Журналіст</u>	<u>Політики</u>
Лінгвістичні модальності	
Об'єктивна модальність (відношення змісту вербального висловлення до дійсності)	
Суб'єктивна модальність (ставлення мовця до повідомлюваного)	
оцінка	
емоції	
Інші знакові модальності (зв'язки між вербальним текстом, паралінгвальними засобами, «мовою тіла», зоровими, звуковими образами тощо)	
вербальна	
візуальна	
аудіальна	
проксеміка	
інші знакові модальності	
Інтердискурсивність	
вербальна	
невербальна	

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ АНАЛІЗ У МАС-МЕДІЙНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Павло Васильович Мірошніченко – кандидат філологічних наук, доцент, докторант Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Закінчив філологічний факультет Запорізького державного університету (1999 р.), дістав ступінь магістра з української філології. 2002 р. захистив кандидатську дисертацію. Працює над докторською дисертацією з соціальних комунікацій на тему «Звуковий образ українського радіомовлення: проблеми національної іманентності та комунікативної ефективності». Автор понад 55 наукових публікацій і 3 навчальних посібників із питань програмування радіомовлення, спічрайтингу, специфіки аудиторії електронних медіа.

Має багаторічний досвід практичної радіожурналістської діяльності як ведучий прямого ефіру, редактор програм, кореспондент. З 2005 до 2007 р. обіймав посаду головного редактора, директора ДП «Радіо «Університет» (ЗНУ). Член Національної спілки журналістів України. Постійний член експертної ради конкурсу професійної журналістики «Честь професії».

План.

1. Загальна характеристика концептології як галузі когнітивістики.
2. Концептосфера та картина світу: особливості взаємозв'язку.
3. Концепт»: основні підходи до визначення та тлумачення.
4. Структура концепту.
5. Методика концептуального аналізу.

1. Загальна характеристика концептології як галузі когнітивістики

Концептологія – галузь когнітивної психології (когнітології), що вивчає приховані механізми формування та збереження знань мозком і свідомістю людини. Мовознавчим відгалуженням когнітивістики (когнітології) є когнітивна лінгвістика. Її сфера інтересів – пошук відповідей на питання, як організована людська свідомість і як мова репрезентує ментальний простір?

Когнітивна лінгвістика вивчає способи збереження, опрацювання та використання вербалізованих знань про світ, які відображають не так звану реальну дійсність, а лише її образ, змодельований свідомістю (В. Манакін).

О. Леонт'єв пояснює співвідношення мови та свідомості за принципом гомоморфізму на прикладі співвідношення карти і місцевості: все, що є на карті, є на місцевості, але не все, що є на місцевості, відображене на карті, тобто все, що є в мові, є у свідомості, але не все, що є у свідомості, може бути вербалізованим. Однак відкритим залишається питання щодо взаємодії

мовних знань і концептуальної організації свідомості в пізнавальних процесах.

Наприкінці 90-х рр. XX ст. у складі когнітивної лінгвістики виокремилася нова галузь – лінгвоконцептологія, метою якої став опис концептів і мовних засобів їхньої репрезентації.

Завдання лінгвоконцептології :

1) дослідження процесів концептуалізації світу та внутрішнього рефлексивного досвіду;

2) аналіз залежності концептуалізації від різноманітних чинників: етносвідомості, соціуму, культури та субкультури певної групи, індивідуальної свідомості;

3) опис концептуалізації у філогенезі й онтогенезі;

4) визначення параметрів концептосистеми і її зв'язку з концептуальною й мовною картинами світу;

5) диференціація концептуальних сфер (доменів) у концептосистемі й етносвідомості;

6) опис констант культури як системи культурних концептів народу;

7) обґрунтування поняття концепту, його співвідношення з поняттям і значенням;

8) з'ясування структури концепту;

9) визначення ролі мовної репрезентації при встановленні його складу;

10) вироблення методики концептуального аналізу;

11) створення типології концептів;

12) характеристика текстових і художніх концептів у творах і творчості майстрів слова тощо.

Головне поняття лінгвоконцептології – **концептуалізація** – один із процесів пізнавальної діяльності людини, що полягає в осмисленні й упорядкуванні результатів внутрішнього рефлексивного досвіду людини й уявлень про об'єкти, явища дійсності та їхні ознаки.

Результат концептуалізації – формування **концептуальної системи** – системи концептів у свідомості людини або етносвідомості, що відтворює у вигляді структурованих й упорядкованих знань уявлення про світ, дійсність і результати внутрішнього рефлексивного досвіду. Колективна концептосистема представлена в етносвідомості як узагальнення колективного досвіду певного етносу, що дає змогу його представникам ідентифікувати себе та взаємодіяти.

Створення концептуальної системи особистості відбувається під впливом мови, стереотипи якої дають змогу людині впорядкувати та структурувати власний досвід і поєднати його з колективним досвідом народу. Мовна й культурна ідентичність у процесах концептуалізації є визначальними і взаємно детермінованими.

У межах концептуальної системи виокремлюють **концептуальні сфери (conceptual domains), або домени**. Вони репрезентують певну предметну галузь (наприклад, рослин, тварин, політику, музику тощо). Співвідношення домену та концепту в концептуальній системі залежить від

установок дослідника, адже існує чимало концептів, які входять до різних доменів, або домен може ототожнюватися з концептом і т. ін.

Концептосфера – сукупність специфічних для певної національної лінгвокультурної спільноти концептів культури, які найповніше виражають її особливості (В. Манакін). Термін «**концептосфера**» ввів **Д. Лихачов**, який розглядав її як сукупність концептів нації й зауважував, що чим багатшими є культура нації, її фольклор, література, наука, образотворче мистецтво, історичний досвід, релігія, тим багатшою є концептосфера народу.

2. Концептосфера та картина світу: особливості взаємозв'язку

Фрагментом концептосистеми, який представляє інтеріоризований людиною або етносом світ, є **концептуальна картина світу**. Термін «картина світу» вперше застосував фізик В. Герц на межі XIX і XX ст. у значенні сукупності внутрішніх образів зовнішніх об'єктів, які служать для виведення логічних суджень щодо поведінки цих об'єктів.

Положення про існування **мовної картини світу** належить В. фон Гумбольдту, який вважав, що за допомогою мови людина тлумачить світ, утворюючи його картину.

У науковій літературі висувається припущення, що «**мовна картина світу передуює концептуальній** і формує її, тому що людина здатна розуміти світ і саму себе завдяки мові; саме в мові закріплюється суспільно-історичний досвід – як загальнолюдський, так і національний» (В. Маслова).

Мова – факт культури, складова частина культури, яку ми успадковуємо, і водночас її знаряддя. Культура народу вербалізується в мові, саме мова акумулює ключові концепти культури, транслюючи у знаковому втіленні – словах. Створювана мовою модель світу є суб'єктивний образ об'єктивного світу, вона має риси людського способу осягнення світу, тобто антропоцентризму, що пронизує всю мову. Тоді концепти – згустки національно-культурних смислів. Вивчення їх допомагає виявити особливості світосприйняття народу, представити концептуальну та національну картину світу (В. Маслова).

3. «Концепт»: основні підходи до визначення та тлумачення

Уперше поняття **концепт** виникає у філософських дискусіях реалістів і номіналістів 14 ст. стосовно проблеми апріорності – апостеріорності загальних понять (універсалій) (І. Голубовська).

У сучасному когнітивному розумінні **концепт** як ментальну одиницю, інформаційну структуру, що відображає знання та досвід людини, опрацював американський мовознавець Р. Джакендорф «Семантичні структури» (1990), виділивши концепти об'єкта та його частин, руху, дії, простору, часу, таким чином зіставив їх з певними частинами мови.

Д. Лихачов пропонував вважати концепт «алгебраїчним вираженням значення», яким ми оперуємо в усному та писемному мовленні, наполягаючи

на тому, що концепт існує не для самого слова, а для кожного основного (словникового) значення окремо. Концепт не прямо пов'язаний зі значенням слова, а виникає внаслідок зіткнення цього значення з особистим і народним досвідом людини. Природу концепту, на думку Д. Лихачова, як ментальної одиниці обумовлює взаємодія слова з екстралінгвістичними характеристиками людини (вік, освіта, соціальний статус, професія). Отже, потенції концепту ширші та багатші, якщо ширшим і багатшим є культурний досвід людини (І. Голубовська).

Концепт – семантичне утворення, відзначене лінгвокультурною специфікою, таке, що певним чином характеризує носіїв певної етнокультури. Концепт, відображаючи етнічний світогляд, маркує етнічну мовну картину світу та є цеглинкою для будівництва «оселі буття» (В. Маслова). Концепт оточений емоційним, експресивним, оцінним ореолом (В. Маслова). Концепт – той пучок уявлень, понять, знань, асоціацій, переживань, який супроводжує слово та поняття ним виражене (В. Маслова).

Поряд із класичним розумінням концепту існує власне мовознавчий, так званий «семантичний підхід» до його тлумачення. Згідно з ним зміст концепту вичерпується змістом мовного знака. Тобто, концепт потрактовано як когнітивну структуру, що стоїть за мовним значенням і відбиває певні культурно зумовлені уявлення людини про світ (С. Єрмоленко).

Надзвичайно популярним залишається культурологічний підхід, який запропонував Ю. Степанов, до тлумачення концепту. Сама культура виступає сукупністю концептів і відношень між ними. Концепт – своєрідна матриця культури у психіці людини. Концепт – культурно маркований зміст поняття. Культурологічне розуміння концепту полягає в усвідомленні структуровальної функції етномовного мислення, що маркує певний квант знання як національно специфічний (І. Голубовська).

Нині поняття «**концепт**» використовується з двома основними значеннями:

- 1) загальне поняття (традиційне розуміння),
- 2) комплекс культурно детермінованих уявлень про предмет (нове осмислення терміна в межах антропологічної наукової парадигми).

Робота з концептом у другому значенні вимагає від дослідника нетрадиційних методів дослідження, позаяк «культурне» підґрунтя концепту в цьому розумінні пов'язане з певними ідеальними ментальними утвореннями (І. Голубовська).

Відмінності між поняттям і концептом (за І. Голубовською):

1. Поняття, являючи собою сукупність суттєвих ознак об'єкта пізнання, є універсальними логічними категоріями. Концепти як ментальні утворення можуть містити й несуттєві ознаки. Крім того, концепти є національно марковані, отже, специфічні утворення, зміст яких складається з усіх наявних знань про певний об'єкт дійсності.

2. Поняття передається зазвичай словом або сталим словосполученням (пральна машина), а концепт вербалізується за допомогою

не тільки лексичного, а й морфемного, фразеологічного, синтаксичного мовних рівнів.

3. Не кожне поняття є концептом. Ним може бути лише те, що є значущим для певної культури, в яких сконцентрована культурна пам'ять народу.

Але між концептами та поняттями не існує непереборних перешкод. Так, приміром, у художньо-поетичному, фольклорному дискурсі поняття можуть набувати форми концепту (наприклад, поняття «чорні туфлі» у міському фольклорі набуло статусу концепту).

Також **не можна зводити концепт до семантичного, власне мовного значення слова**. Так, наприклад, численні праці А. Вежицької, виконані на матеріалі різних мов, чітко демонструють специфіку категоризації ними загальнолюдських концептів (дружба, свобода, гнів, смуток та ін.), що зумовлено різними «культурними сценаріями», притаманними відповідним етнічним спільнотам (І. Голубовська).

Наявність у колі ментальних орієнтирів понять, які мають негативну оцінність, дали підстави науковцям (С. Воркачову, А. Приходькові) виокремити **антиконцепти** – концепти картини світу, що асоціюються з негативними уявленнями в певному соціумі: туга, досада, хабар, хамство, підлість, чиновник, посміховище, дурень, стукач, сексот, депресія, стрес, нетерпимість, безлад, брехня, злість, насильство, фобії (В. Манакін).

Отже, **концепт** – культурно марковане багатомірне поняття, яке об'єктивується різноярусними мовними засобами. Частина концептуальної інформації може залишатися не експлікованою на мовному рівні, існуючи у психіці людини у вигляді образів, картин, схем – невербальних ментальних структур, одиниць універсального предметного коду (УПК) (І. Голубовська).

Концепт – явище **гетерогенне**, полісубстратне, багатовимірне, тому його структура складна. До того ж, маємо різні підходи до визначення структури концепту, що зумовлено неоднозначністю його складників.

4. Структура концепту



Ознаки концепту за *Ю. Степановим*:

- 1) Основна (актуальна) ознака;
- 2) Додаткова (пасивна, історична ознака);
- 3) Внутрішня форма (яка зазвичай не усвідомлюється).

Структура концепту за *В. Масловою*:

- 1) Універсальний, загальнолюдський;
- 2) Національно-культурний;
- 3) Соціальний;
- 4) Груповий;
- 5) Індивідуально-особистісний.

Структура концепту за *А. Приходьком*:

- 1) Поняттєвий компонент;

- 2) Перцептивно-образний компонент;
- 3) Ціннісний компонент.

В. Маслова наголошує на ще одному підході до структури концепту. У його центрі – ціннісний компонент, адже позаяк концепт слугує дослідженню культури, то в основі культури полягає ціннісний принцип. Показником ціннісного складника є можливість оцінити феномен (якщо щось добре, погане, втомлює, надихає, дратує, то цей феномен формує в певній культурі концепт). Крім ціннісного в структурі концепту є фактуальний і образний елементи (В. Маслова).

5. Методика концептуального аналізу

Концептуальний аналіз виходить із припущення про цілісність репрезентації образу предмета чи явища в усіх його численних зв'язках з іншими предметами та явищами в свідомості людини. Когнітивісти розглядають значення як концептуалізацію і трактують його в термінах певних цілісних поняттєвих сутностей – гештальтів, скриптів, сценаріїв, фреймів. Однак концептологи не виключають доречність застосування в концептуальному аналізі структурно-семантичного підходу: розклад значення слова на елементарні семантичні ознаки, впорядковані ієрархічно як родо-видова організація. Власне, А. Вежбицька вважає, що використання в концептуальному аналізі обох підходів може сприяти підвищенню об'єктивності результатів дослідження.

Концептуальний аналіз має формалізувати те, що дається дослідникові інтуїтивно, на підсвідомому рівні, однак посилення на культурно-мовне чуття аж ніяк недостатньо при відборі матеріалу в дослідженні, що претендує на суто науковий підхід (І. Голубовська).

Методика опису концепту (основні підходи):

1. Метафоричний аналіз (Дж. Лакофф і М. Джонсон «Метафори, якими ми живемо», 1987 р.) Метафора – фундаментальна когнітивна операція людської психіки, що полягає у перенесенні образних схем з однієї концептуальної ділянки до іншої (В. Маслова). Метафоричний аналіз найчастіше застосовується для вивчення концептів у лінгвістичній когнітивістиці.

2. Аналіз загального поняття (М. Мамардашвілі, Н. Арутюнова, Ю. Степанов);

3. Засіб дослідження культурно детермінованих понять (конкретні уявлення, що сформувалися в певній культурі щодо тієї чи іншої нематеріальної сутності). Вивчаються абстрактні номени (нереферентні культурно детерміновані імена) як найпоширеніші контексти функціонування слова (А. Вежбицька, А. Бартмінський, І. Голубовська);

4. Методика профілювання – творення вербального портрета концепту, його «озовнішнювання». Тобто, виявлення синтагматичної поведінки імені концепту на основі дослідження різноманітних контекстів його мовних

втілень. Основні профілі концептів (А. Приходько): синонімічні, метафоричні, алюзивні і паремійні.

Яким чином верифікувати такі специфічні (лінгвокультурні) міркування, дані концептологічних досліджень? Якими об'єктивними критеріями слід керуватись, аналізуючи культурно-специфічні мовні категорії, які відображають специфіку мовної свідомості різних етносів? Як відібрати потрібний «культурно навантажений» матеріал для більш-менш репрезентативного дослідження?

Шість основних принципів об'єктивізації вибірки слів-концептів:

- 1) Принцип словникової (культурної) розробленості;
- 2) Принцип частотності вживання;
- 3) Принцип високої словотвірної розробленості;
- 4) Принцип поширеності в межах фразеологічних одиниць мови;
- 5) Принцип облігаторності аксіологічної маркованості;
- 6) Їх «ключовий» характер для духовності певного лінгвокультурного ареалу.

«**Ключові слова**» належать до тієї унікальної для кожної культури лексики, через яку етнос самоідентифікується як колектив носіїв національної мови, що певним чином відчуває, мислить, сприймає та оцінює навколишню дійсність. Висока частотність таких слів, яскраве та широкого спектра емоційне, експресивне й оцінне їхнє забарвлення, їхня «розробленість» у фразеологічній системі мови, широта вживаності в популярних піснях, назвах фільмів, книжок, рекламі, мас-медійних текстах загалом. Якщо вибір слів зроблено некоректно, то їх аналіз НЕ дасть змоги **НІЧОГО** з'ясувати стосовно особливостей культури того чи іншого етносу (І. Голубовська).

Основні етапи опису концепту:

1. Референтна ситуація, до якої належить концепт.
2. Досліджується поняттєве ядро концепту за допомогою тлумачних та енциклопедичних словників.
3. Етимологічні особливості концепту.
4. Контексти функціонування імені концепту (філософські, культурологічні, наукові, публіцистичні, художньо-поетичні, фольклорні тощо).
5. З метою верифікації одержаних даних – психолінгвістичний аналіз з використанням вільного або скерованого асоціативного експерименту чи семантичного шкалування.



Завдання для самостійного опрацювання:

1. Проаналізуйте концепти «кохання» та «любов», спираючись на власну мовну компетенцію, культурні та літературні знання, прецедентні тексти. Накресліть якомога ширші значеннєві та смислові поля цих концептів. Простежте специфіку закріпленості кожного з концептів і їх образів за конкретними об'єктами, явищами та процесами в мові й культурі, зокрема у фольклорі.

Проінтерпретуйте смислове навантаження концептів «кохання» та «любов» у сучасній українській масовій культурі на прикладі музичного кліпу Андріани «Бред Пітт» (https://www.youtube.com/watch?v=lveV_x-cfN8).

2. Переглянувши мультфільм «Петрик П'яточкін» (<https://www.youtube.com/watch?v=z1gul74YRZo>), дайте відповідь на питання: які образи, продемонстровані в стрічці, можна вважати концептами та чому? Чи є концептом сам «Петрик П'яточкін»? Чому?

Література:

1. Бартминский Е. Когнитивное определение, профилирование понятий и субъективная интерпретация мира / Е. Бартминский, С. Небжеговская // Когнитивная лингвистика конца XX века: Материалы Междунар. науч. конф. 7 – 8 октября 1997 г.: В 2-х ч. Минск, 1997. Ч. 1. 250 с.; Ч. 2. 262 с.

2. Василик Л. Є. Світоглядна публіцистика сучасних літературно-художніх видань: концептосфера національної ідентичності : монографія. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2010. 416 с.

3. Вежбицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики. Москва : Языки славянской культуры, 2001. 272 с.

4. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. Москва : Русские словари, 1996. 416 с.

5. Голубовська І. О. Актуальні проблеми сучасної лінгвістики: курс лекцій / І. О. Голубовська, І. Р. Корольов. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. 223 с.

6. Голубовська І. О. Етнічні особливості мовних картин світу. Київ : Логос, 2004. 284 с.

7. Єрмоленко С. С. Мова в культурі народу (план-проспект) // Мовознавство. 1998. № 4-5. С. 3-17.

8. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики. Москва : Смысл, Академия, 1999. 288 с.

9. Лихачев Д. С. Концептосфера русского языка // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. Москва : Наука, 1993. Т. 52. №1. С. 3-9.

10. Манакін В. М. Мова і міжкультурна комунікація : навч. посіб. Київ : ВЦ «Академія», 2012. 288 с.

11. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика. Минск : ТетраСистемс, 2004. 256 с.

12. Маслова В. А. Лингвокультурология : учебное пособие. Москва : ИЦ «Академия», 2004. 208 с.

13. Мірошніченко П. В. Концептосфера посттоталітарного українського радіомовлення // Наукові записки Інституту журналістики. Київ : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2017 січень-березень. Т. 1 (66). С. 8-19.

14. Мірошніченко П. В. Музика як концепт масової культури у звуковому образі українського радіомовлення // Українське журналістикознавство: науковий журнал / гол. редкол., голов. ред. В. В. Різун; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. Київ, 2016. Вип. 17. С. 43-52.

15. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивній дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя : Прем'єр, 2008. 332 с.

16. Русанівський В. М. Єдиний мовно-образний простір української ментальності // Мовознавство. 1993. №6. С. 3 – 13.

17. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник. Полтава : Довкілля, 2008. 712 с.

18. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Москва : Школа «Языки русской культуры», 1997. 824 с.

ІНТЕНТ-АНАЛІЗ ЯК СПРОБА РЕКОНСТРУКЦІЇ ТОНКИХ МЕНТАЛЬНИХ СТРУКТУР СВІДОМОСТІ

Ірина Анатоліївна Чудовська – доктор соціологічних наук, доцент кафедри галузевої соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

2012 – докторська дисертація на тему «Соціокультурний та комунікативний статус реклами як соціальної технології», 2001 – кандидатська дисертація на тему: «Соціокультурні чинники ефективності соціальної комунікації».

2000-2001 – Варшавський університет, кафедра соціології культури та комунікації, стажування. 2000 – Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології та психології, аспірантура. 1997 – Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології та психології, магістратура.

Брала участь у 14 наукових, науково-практичних та міжнародних конференціях. Оpubліковано 29 наукових та навчально-методичних праць

План.

1. Теоретичні підґрунття інтент – аналізу.
2. Поняття «інтенції», «референційні об'єкти».
3. Методика виявлення інтенцій в тексті. Структура інтенціональних блоків. Дескриптори.
4. Співвідношення інтенціональних блоків. Представлення інтенціональних складників тексту у вигляді «ментальних карт».

1. Теоретичні підґрунття інтент – аналізу

Перш ніж слово розірве пута контролю людської свідомості, прорветься через Суперого, що на засадах охоронця захищає його від чужих очей, воно з'являється в мороці нашої підсвідомості, імпульсивно вибудовує траєкторію своєї власної динаміки, власного руху.

Невизначене та динамічне, невиразне й ментально тонке – інтенціональне за своєю природою, воно лише проектує слід у свідомості, щоб стати проявленим, але незавжди виявленим у своїй автентичності. Воно подекуди приховує головний смисл-посил, особливо, коли мова йде про політичний дискурс, у якому гра слів настільки витончена й завуальована, що через суцільний морок відшліфованих промов досить складно знайти саме проекцію основної або основних інтенцій.

Звичайно, це не позбавляє нас права вдаватися до цього пошуку, але це суттєво ускладнює шлях до розуміння інтенціональних підвалин промов, розмов, дискусій. Урізані та приховані смисли політичного дискурсу спонукають до дій, будучи не завжди зрозумілими і побаченими. Політичні

мовленнєві акти швидко змінюються, залишаючи незмінним лише глибину розкриття самої проблеми розуміння.

Маючи до діла інтент-аналіз, ми стикаємося з цілими пластами філософської культури міркувань над мисленнєвими процесами та їх проявом у різних культурних практиках. Важко перелічити всі напрямки, які можуть пролити світло на розуміння смислового наповнення поняття «інтенція», бо, власне, в нашому випадку ми маємо справу з перехрестям філософського, соціологічного, лінгвістичного, психологічного теоретизування.

Герменевтика (Ф. Шлеєрмахер, В. Дільтей та ін.), феноменологія (Е. Гуссерль, А. Шютц та ін.), «Теорія мовленнєвих актів» (Оксфордська школа лінгвістичної філософії: Дж. Остін, Дж. Сьорль, П. Стросон, Г. Грайс), онтологія сучасності в структурах (епістемах) М. Фуко, – це лише та невелика частка теоретичних конструктів, які виступають фундаментом у формуванні уявлень навколо розуміння «інтенції». Звичайно, наведені підходи мають дещо суб'єктивний присмак, бо значущість того чи іншого Автора у межі дотику до інтенцій може зростати або зменшуватися залежно від персонального сприйняття і прийняття тексту як відповіді.

Зазвичай, коли мова доходить до методології та використання інтент-аналізу, то практика зміщується в політичне поле. Простір, де виголошують політичні промови, проводять дебати, де учасники прагнуть не лише поінформувати, а домогтися прихильності аудиторії, переконати слухачів прийняти ту чи іншу позицію, залучитися підтримкою. Тож, політичний дискурс постає як досить завуальований текст з подвійним дном, який активізує явні та приховані мовленнєві конструкти. У межах інтент-аналізу, як правило, «жива мова» завмирає у склепі «політичного тексту», з яким ми має справу. Тому ми можемо охарактеризувати інтент-аналіз як дослідження мовлення, що дає змогу:

- реконструювати інтенції того, хто говорить за його мовленням;
- розкрити прихований підтекст, недоступний в інших формах аналізу.

2. Поняття «інтенції», «референційні об'єкти»

Маючи досить розмаїте теоретичне підґрунтя, було б досить необачно очікувати простоти й однозначності в визначенні ключового поняття «інтенція».

У філософському плані інтенції виступають співвідношенням суб'єкта з зовнішнім світом. У психології під інтенцією розуміють активність свідомості суб'єкта, її спрямованість на об'єкт. Сьорль зазначав, інтенціональність як «властивість багатьох металевих станів і подій, за посередництвом яких вони спрямовані на об'єкти і стан справ зовнішнього світу» [2, с. 96]. У лінгвістиці закріпилося уявлення про комунікацію як реалізацію інтенцій: інтенцій привертання уваги, самовизначення, аналізу ситуації тощо. Незважаючи на бурхливий розвиток досліджень, пов'язаних з дискурсом, не виробилося ще єдиного розуміння інтенцій, не вироблено чітких методик щодо їх виявлення. Сьорль зазначає, що поняття інтенції

може бути застосоване як для ментальних уявлень, так і мовних одиниць: речень, слів тощо. Зв'язок між інтенціональним станом і мовленнєвим актом полягає в тому, що через мовленнєвий акт здійснюється вираження відповідного інтенціонального змісту.

Інтенціональний стан є умовою щирості мовленнєвого акту. Поняття «намір», «мета» для пояснення ситуацій, коли певний індивід бере участь у процесі спілкування за допомогою слів. Саме розпізнавання намірів того, ХТО говорить (авторських намірів), і є вкрай потрібною умовою для адекватного реагування, і саме на це спрямовані зусилля дослідника.

У комунікативних інтенціях наявні два елементи:

- Об'єкт інтенції;
- Відношення суб'єкта до об'єкта.

У випадку політичних текстів ми можемо мати справу з такими об'єктами як: «Вони», «Ми», «Третя сторона», зазвичай, аудиторія або громадськість, до якої звертаються. Причому дані об'єкти можуть бути достатньо конкретизовані і в подальшому представлені як відповідні соціальні групи (діячі, партнери, культури, пенсіонери, депутати, молодь і т. д.). Ч. Озгуд показав, що об'єкти можна розмістити у трьохвимірному просторі, де осями будуть: оцінка, сила, активність. У контексті політики сила й активність зливаються в одне.

3. Методика виявлення інтенцій у тексті. Структура інтенціональних блоків. Дескриптори

Інтенціональні спрямування в тексті можуть бути достатньо різноманітні і, здебільшого, вони мають достатньо авторський відтінок, хоч і спираються на мовленнєві схеми та слова-дії, метафори й інші мовні конструкції. Наведу невеликий «прайс» інтенцій, що може бути застосований при використанні методики інтенцент-аналізу:

- критика
- відкидання критики
- самокритика
- прохання
- відмова у проханні
- дискредитація
- кооперація
- звинувачення
- спонукання до дії
- презентація фактів
- аналіз ситуації
- протиставлення
- протистояння
- попередження
- розмежування
- відвід звинувачення

- оцінювання ситуації
- самопрезентація (явна чи неявна)
- похвала
- погроза
- заспокоєння аудиторії
- заклик до дій
- заклик до спокою
- точна відповідь
- обережність інформування

Процедура «згортання» текстів включає два етапи:

1. Виокремлення кола обговорюваних предметів. Значущість об'єкта, детальність його опису. Відношення більше, ніж двох дескрипторів.

2. Експертна кодифікація дескрипторів. *Дескриптор – термін на позначення рис, які характеризують об'єкт (від лат. descriptor – «той, хто описує»). Кодифікація дескрипторів. Кодифікація дескрипторів – надання кожному дескрипторові певного значення за двома параметрами:

- Оцінка (гарний – поганий)
- Динамізм (сильний, енергійний – слабкий, пасивний).

4. Представлення інтенціональних складників тексту в вигляді «ментальних карт»

Ментальна модель становить інформацію, що міститься в тексті і входить в потрібну аперцепційну базу, наявну у слухачів. Модель може бути як статичною, так і динамічною (нинішній ситуації). Модель дає змогу поєднати ментальні уявлення та їх представлення в дискурсі.

Ментальна модель заснована на неповних фактах, досвіді і особистісному сприйнятті. Ментальна модель – образ, що вибудовує наша свідомість, стикаючись з навколишнім світом.

Ментальна модель візуалізується через ментальну карту, яка може бути індивідуальним авторським проявом іконографіки чи чіткого табличного формату. «Ментальна карта» – це представлення формалізованого способу опису мовленевої феноменології.

«Ментальна карта» базується на припущенні, що в психіці людини формується ментальна модель обговорюваної ситуації.

Структура ментальних карт може включати в себе не тільки об'єкти, представлені більш загально, чи більш конкретизовано, але й зв'язки, відносини, які формуються між об'єктами, що дає змогу повніше представити змістовий складник тексту.

Література:

1. Интенции, конвенции и символы // Психоллингвистика. Москва, 1984. С. 50-103.
2. Серль Дж. Р. Что такое речевой акт? // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. Москва, 1986. С.195-170.

4. Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса / под. ред. Т. Н. Ушаковой, Н. Д. Павловой. Санкт-Петербург : Алетейя, 2000. 316 с.

3. Ушакова Т. Н., Цепцов В. А., Алексеев К. И. Интент-анализ политических текстов // Психологический журнал. 1998. №4. С.98-109.

Завдання для самостійної роботи



1. Знайти об'єкти й інтенції в одній із політичних промов.
2. Проаналізувати та порівняти промови двох відомих політиків стосовно однієї події, використовуючи інтент-аналіз.
3. Провести аналіз дебатів в одному з політичних шоу.
4. Створити ментальну карту виступу одного з політичних лідерів.

*Для формування візуального уявлення щодо проведення інтент-аналізу використовуйте додаток.

*Додаток



Фрагмент політичної промови та таблиця, що складається з категорій = об'єктів і відповідних інтенцій, має суто демонстраційний характер і представлена у скороченому вигляді. *

Промова П. Порошенка на загальних дебатах 71-ї сесії Генеральної Асамблеї ООН.

«Шановний пане Голово! Шановні колеги! Пані та панове! Від імені України я щиро вітаю вельмишановного пана Пітера Томсона з обранням на посаду Голови 71-ї сесії Генеральної Асамблеї ООН. Висловлюю повну підтримку України Вашим зусиллям. В один із найгірших років двадцятого сторіччя Ернест Хемінгуей написав великий гуманістичний роман. Епіграфом він узяв слова англійського поета Джона Донна: «Немає людини, яка була б, як острів, сама по собі; кожна людина є частиною материка. ... Смерть кожної людини применшує й мене, бо я єдиний з усім людством...» В цих словах полягала суть моральної та історичної трансформації, яку пройшло людство по слідах двох великих війн 20 сторіччя. Ми вступили у 3 тисячоліття з твердим відчуттям, що ми є разом – як оновлене людство, для якого не існує такого поняття, як «чуже горе». Що трапилося із цим відчуттям? Куди воно зникло? Звідки взялися десятки причин замкнутися на своєму «острові» та не бачити чужого горя?...»

№	Об'єкт	Інтенції	Кількість згадок у промові
1.	Ми	Самопрезентація	1
2.		Неявна самопрезентація	3
3.		Інформування	2
4.		Спонування до дискусії	1
5.		Самовиправдання	1

СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕНЬ У СОЦІАЛЬНИХ НАУКАХ

Кудінов Ігор Олексійович – кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри соціології Запорізького національного університету.

Дістав повну вищу освіту за спеціальністю «соціальна робота», кваліфікація «соціолог» у Запорізькому національному університеті. Захистив кандидатську (PhD) дисертацію «Стратегія життя особистості як фактор розвитку суспільства».

Активно бере участь в організації та проведенні соціальних проєктів міжнародного, всеукраїнського та регіонального рівнів, зокрема проєктах ЄС-ПРООН, USAID, OSI, Swedish Institute, Caritas Ukraine, Соціологічної асоціації України. Спеціалізація: статистичний аналіз і візуалізація даних, бізнес-розвідка, аналіз соціальних мереж, інформаційні технології.

Є автором 45 робіт, серед них: 3 монографій, 3 навчальних посібників із проблем соціально-політичного прогнозування, сталого розвитку й миротворчості, методології соціологічних досліджень і впровадження інформаційних технологій у наукову та навчальну діяльність.

Зміст курсу:

Модуль 1-2. Описова статистика.

1. Узагальнювальні показники: типові значення та перцентилі.
 1. Мода.
 2. Медіана.
 3. Середнє, зважене середнє.
 4. Перцентилі, екстремуми, квартилі.
 5. Викиди.
2. Міри різноманітності даних
 1. Дисперсія та стандартне відхилення.
 2. Розмах даних.
 3. Коефіцієнт варіації.

Модуль 3. Ймовірність

1. Методологія дослідження невизначеності.
2. Джерела визначення ймовірності.
3. Форми візуалізації ймовірності (діаграма Вена, дерево ймовірностей, таблиця ймовірностей).
4. Правила розрахунку ймовірностей.

Модуль 4. Кореляційний аналіз даних. Регресійний аналіз даних.

Модуль 5. Візуалізація категоріальних даних.

Візуалізація кількісних даних.

СЕРЕДНЄ АРИФМЕТИЧНЕ

Для генеральної сукупності:

$$\mu = \frac{x_1 + x_2 + \dots + x_N}{N} = \frac{\sum x_i}{N}$$

Для вибіркової сукупності:

$$\bar{x} = \frac{x_1 + x_2 + \dots + x_n}{n} = \frac{\sum x_i}{n}$$

ПРИКЛАД

№	Студент	Бал
1.	Ірина	82
2.	Віра	77
3.	Яна	90
4.	Анна	71
5.	Єлизавета	62
6.	Валерія	68
7.	Юлія	74
8.	Максим	84
9.	Дар'я	94
10.	Ярослав	88

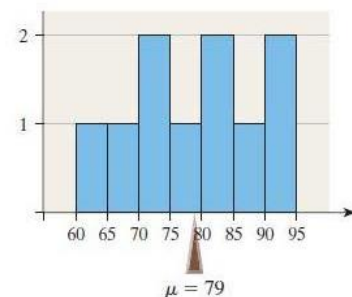
РІШЕННЯ

- (а) Розрахуємо середнє для генеральної сукупності шляхом складання значень всіх 10 студентів:

$$\begin{aligned} \sum x_i &= x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_{10} \\ &= 82 + 77 + 90 + 71 + 62 + 68 + 74 + 84 + 94 + 88 = 790 \end{aligned}$$

та поділимо результат на 10
(кількість студентів)

$$\mu = \frac{\sum x_i}{N} = \frac{790}{10} = \mathbf{79}$$



(б) Для отримання вибірки розміром $n=4$ студенти з генеральної сукупності розміром $N=10$, скористаємося функцією **sample**.

(в) Розрахуємо середнє для вибірки шляхом складання значень для чотирьох студентів:

$$\begin{aligned}\sum x_i &= x_1 + x_2 + x_3 + x_4 \\ &= 90 + 77 + 71 + 82 = 320\end{aligned}$$

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n} = \frac{320}{4} = \mathbf{80}$$



- `score <- c(82, 77, 90, 71, 62, 68, 74, 84, 94, 88)`
- `student <- c("Ірина", "Віра", "Яна", "Анна", "Єлизавета", "Валерія", "Юлія", "Максим", "Дар'я", "Ярослав")`
- `Sscore <- data.frame(Student=student, Score=score)`
- `attach(data)`
- `mean(Sscore)`
- `sample1 <- sample(Sscore, 4)`
- `mean(sample1)`

СЕРЕДНЄ ЗВАЖЕНЕ

$$\bar{X}_w = \frac{\sum w_i x_i}{\sum w_i} = \frac{w_1 x_1 + w_2 x_2 + \dots + w_n x_n}{w_1 + w_2 + \dots + w_n}$$

ПРИКЛАД

Юля щойно завершила свій перший семестр в коледжі. Вона заробила А в своєму 4-годинному курсі статистики, В в своєму 3-годинному курсі соціології, С в своєму 5-годинному курсі комп'ютерного програмування та А в своєму 1-годинному курсі драми. Розрахувати середній бал Юлі.

РІШЕННЯ

$$\bar{X}_w = \frac{\sum w_i x_i}{\sum w_i} = \frac{4(4)+3(3)+3(4)+5(2)+1(4)}{4+3+3+5+1} = \frac{51}{16} = \mathbf{3.19}$$

МЕДІАНА

значення, яке знаходиться всередині впорядкованого набору значень.

Алгоритм пошуку

Крок 1: упорядкувати за зростанням.

Крок 2: визначити кількість спостережень, n .

Крок 3: визначити спостереження всередині набору даних:

- для непарної кількості медіаною є саме середнє значення набору даних, знайдених за формулою $\frac{n}{2} + 1$;
- для парної кількості медіаною є середнє між двома середніми спостереженнями, знайдених за формулами $\frac{n}{2}$ та $\frac{n}{2} + 1$

ПРИКЛАД

№	Назва композиції	Тривалість
1	«Мить»	201
2	«Зелені очі»	257
3	«Не твоя війна»	284
4	«Джув'єтта»	208
5	«Мовчати»	179
6	«Незалежність»	222
7	«Стіна»	217
8	«Рандеву»	206
9	«Стріляй»	240

РІШЕННЯ (для непарної кількості)

Крок 1

179, 201, 206, 208, 217, 222, 240, 257, 284

Крок 2

$$n=9$$

Крок 3

$$\frac{n+1}{2} = \frac{9+1}{2} = 5\text{те спостереження}$$

179, 201, 206, 208, **217**, 222, 240, 257, 284

РІШЕННЯ (для парної кількості)

№	Студент	Бал
1.	Ірина	82
2.	Віра	77
3.	Яна	90
4.	Анна	71
5.	Єлизавета	62
6.	Валерія	68
7.	Юлія	74
8.	Максим	84
9.	Дар'я	94
10.	Ярослав	88

РІШЕННЯ (для парної кількості)

Крок 1

82, 77, 90, 71, 62, 68, 74, 84, 94, 88

Крок 2

$$n=10$$

Крок 3

$$\frac{n}{2} = \frac{10}{2} = 5 \text{ та } \frac{n}{2} + 1 = \frac{10}{2} + 1 = 6$$

62, 68, 71, 74, 77, 82, 84, 88, 90, 94

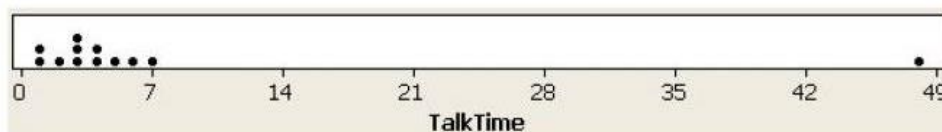
↑
M = 79.5



- `duration <- c(179, 201, 206, 208, 217, 222, 240, 257, 284)`
- `median (duration)`
- `median (score)`

СЕРЕДНЄ VS МЕДІАНА

1	7	4	1
2	4	3	48
3	5	3	6



РІШЕННЯ

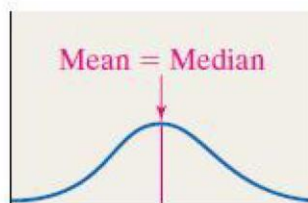
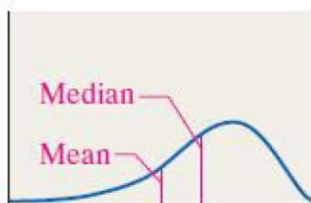
```
> summary(talktime)
```

```
  Min. 1st Qu.  Median    Mean 3rd Qu.    Max.
  1.00   2.75   3.50   7.25   5.25  48.00
```

Статистичний показник набору даних слід вважати стійким, якщо екстремуми (дуже великі або малі значення) істотно не впливають на його значення.

Тому медіана стійка, в той час, як середнє – ні.

РОЗПОДІЛ	СЕРЕДНЄ vs МЕДІАНА
Скошений вліво	Середнє значення істотно менше ніж медіана
Симетричний	Середнє значення приблизно дорівнює медіані
Скошений вправо	Середнє значення істотно більше ніж медіана





- `talktime <- c(1,7,4,1,2,4,3,48,3,5,3,6)`
- `summary(talktime)`
- `dotchart(talktime)`

ПРИКЛАД

5,8	7,4	9,2	7,0	8,5	7,6
7,9	7,8	7,9	7,7	9,0	7,1
8,7	7,2	6,1	7,2	7,1	7,2
7,9	5,9	7,0	7,8	7,2	7,5
7,3	6,4	7,4	8,2	9,1	7,3
9,4	6,8	7,0	8,1	8,0	7,5
7,3	6,9	6,9	6,4	7,8	8,7
7,1	7,0	7,0	7,4	8,2	7,2
7,6	6,7				



- `weight <- c(5.8,7.4,9.2,7.0,8.5,7.6,7.9,7.8,7.9,7.7,9.0,7.1,8.7,7.2,6.1,7.2,7.1,7.2,7.9,5.9,7.0,7.8,7.2,7.5,7.3,6.4,7.4,8.2,9.1,7.3,9.4,6.8,7.0,8.1,8.0,7.5,7.3,6.9,6.9,6.4,7.8,8.7,7.1,7.0,7.0,7.4,8.2,7.2,7.6,6.7)`
- `summary(weight)`

МОДА

спостереження, що **НАЙЧАСТИШЕ** зустрічається в наборі даних певної змінної

ПРИКЛАД

0, 0, 0, 0, 0, 0, 0, 0, 0, 0, 0, 1, 1, 1, 1, 2, 3

РІШЕННЯ

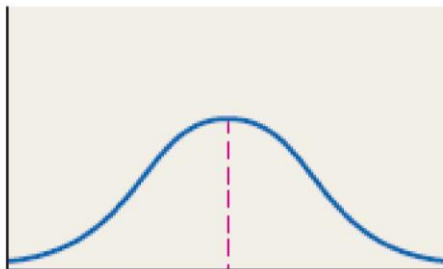
Мода = **0**

ПРИКЛАД

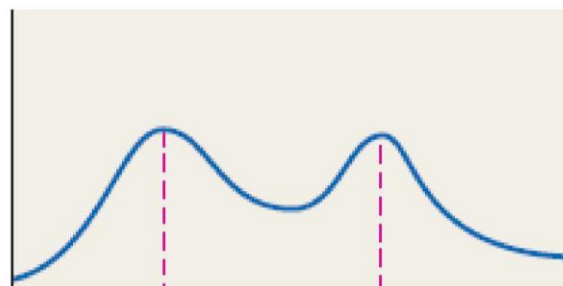
82, 77, 90, 71, 62, 68, 74, 84, 94, 88

РІШЕННЯ

Мода



Mode



Mode

Mode



- `getmode <- function(v) {
 uniqv <- unique(v)
 uniqv[which.max(tabulate(match(v, uniqv)))]
}`
- `v1 <- c(0,0,0,0,0,0,0,0,0,0,0,0,1,1,1,1,2,3)`
- `result <- getmode(v1)`
- `charv <- c("o","it","the","it","it")`
- `result <- getmode(charv)`

СТАНДАРТНЕ ВІДХИЛЕННЯ

- число, яке описує, наскільки значення даних зазвичай відрізняються від середнього
- основний інструмент визначення ступеня випадковості в досліджуваній ситуації
- засноване на відхиленні середнього значення
- сума всіх відхилень відносно середнього повинна дорівнювати нулю: $\sum(x_1 - \mu) = 0$, $\sum(x_1 - \bar{x}) = 0$

ВИДИ СТАНДАРТНОГО ВІДХИЛЕННЯ

- **стандартне відхилення генеральної сукупності** (для всієї генеральної сукупності, позначається буквою σ - мала грецька буква "сигма")
- **стандартне відхилення вибірки** (для вибірки, зробленої з більшою генеральної сукупності, позначається буквою S)

СТАНДАРТНЕ ВІДХИЛЕННЯ ПОПУЛЯЦІЇ

$$\sigma = \sqrt{\frac{(x_1 - \mu)^2 + (x_2 - \mu)^2 + \dots + (x_N - \mu)^2}{N}} = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \mu)^2}{N}}$$

де:

- N це кількість елементів генеральної сукупності;
- μ є середнє значення генеральної сукупності з N елементів.

Еквівалентна формула:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{N}}{N}}$$

СТАНДАРТНЕ ВІДХИЛЕННЯ ПОПУЛЯЦІЇ

Score, x_i	Population Mean, μ	Deviation about the Mean, $x_i - \mu$	Squared Deviations about the Mean, $(x_i - \mu)^2$
82	79	$82 - 79 = 3$	$3^2 = 9$
77	79	$77 - 79 = -2$	$(-2)^2 = 4$
90	79	11	121
71	79	-8	64
62	79	-17	289
68	79	-11	121
74	79	-5	25
84	79	5	25
94	79	15	225
88	79	9	81
		$\sum (x_i - \mu) = 0$	$\sum (x_i - \mu)^2 = 964$

Score, x_i	Score Squared, x_i^2
82	$82^2 = 6724$
77	$77^2 = 5929$
90	8100
71	5041
62	3844
68	4624
74	5476
84	7056
94	8836
88	7744
$\sum x_i = 790$	$\sum x_i^2 = 63,374$

$$\frac{\sum (x_i - \mu)^2}{N} = \frac{964}{10} = 96.4 \approx 9.8$$

$$\begin{aligned} \sigma &= \sqrt{\frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{N}}{N}} = \sqrt{\frac{63,374 - \frac{(790)^2}{10}}{10}} \\ &= \sqrt{\frac{964}{10}} \\ &= \sqrt{96.4 \text{ points}^2} \\ &\approx 9.8 \text{ points} \end{aligned}$$

СТАНДАРТНЕ ВІДХИЛЕННЯ ВИБІРКИ

$$s = \sqrt{\frac{(x_1 - \bar{x})^2 + (x_2 - \bar{x})^2 + \dots + (x_n - \bar{x})^2}{n-1}} = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n-1}}$$

де:

- x_1, x_2, \dots, x_n є сума квадратів відхилень;
- n – кількість елементів у вибірці, при цьому \bar{x} є вибірковим значенням.

СТАНДАРТНЕ ВІДХИЛЕННЯ ВИБІРКИ

Score, x_i	Sample Mean, \bar{x}	Deviation about the Mean, $x_i - \bar{x}$	Squared Deviations about the Mean, $(x_i - \bar{x})^2$
90	80	$90 - 80 = 10$	$10^2 = 100$
77	80	-3	9
71	80	-9	81
82	80	2	4
		$\Sigma(x_i - \bar{x}) = 0$	$\Sigma(x_i - \bar{x})^2 = 194$

Score, x_i	Score squared, x_i^2
90	$90^2 = 8100$
77	$77^2 = 5929$
71	5041
82	6724
$\Sigma x_i = 320$	$\Sigma x_i^2 = 25,794$

$$\frac{\Sigma(x_i - \bar{x})^2}{n - 1} = \frac{194}{4 - 1} = 64.7$$

$$s = \sqrt{\frac{\Sigma(x_i - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

$$= \sqrt{64.7 \text{ points}^2}$$

$$\approx 8.0 \text{ points}$$

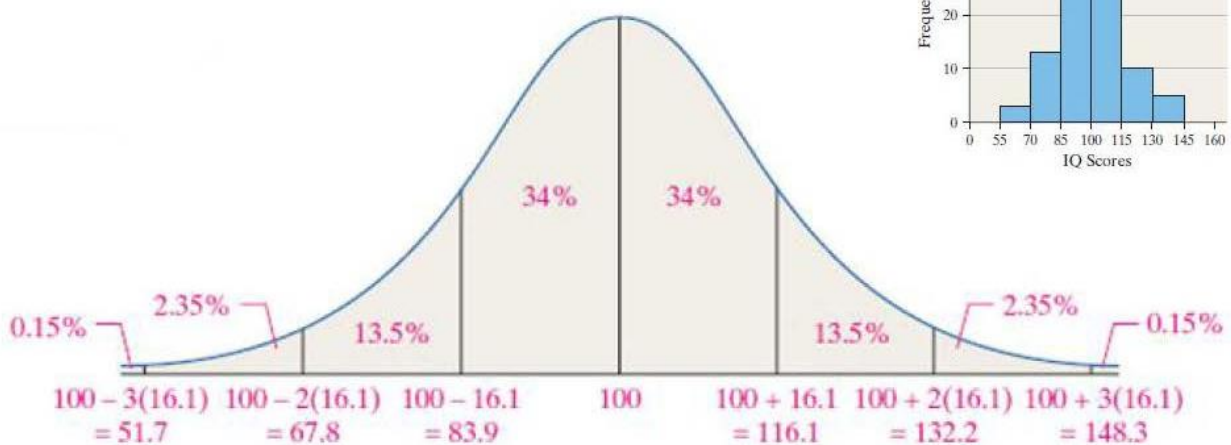
$$s = \sqrt{\frac{\Sigma x_i^2 - \frac{(\Sigma x_i)^2}{n}}{n - 1}} = \sqrt{\frac{25,794 - \frac{(320)^2}{4}}{4 - 1}}$$

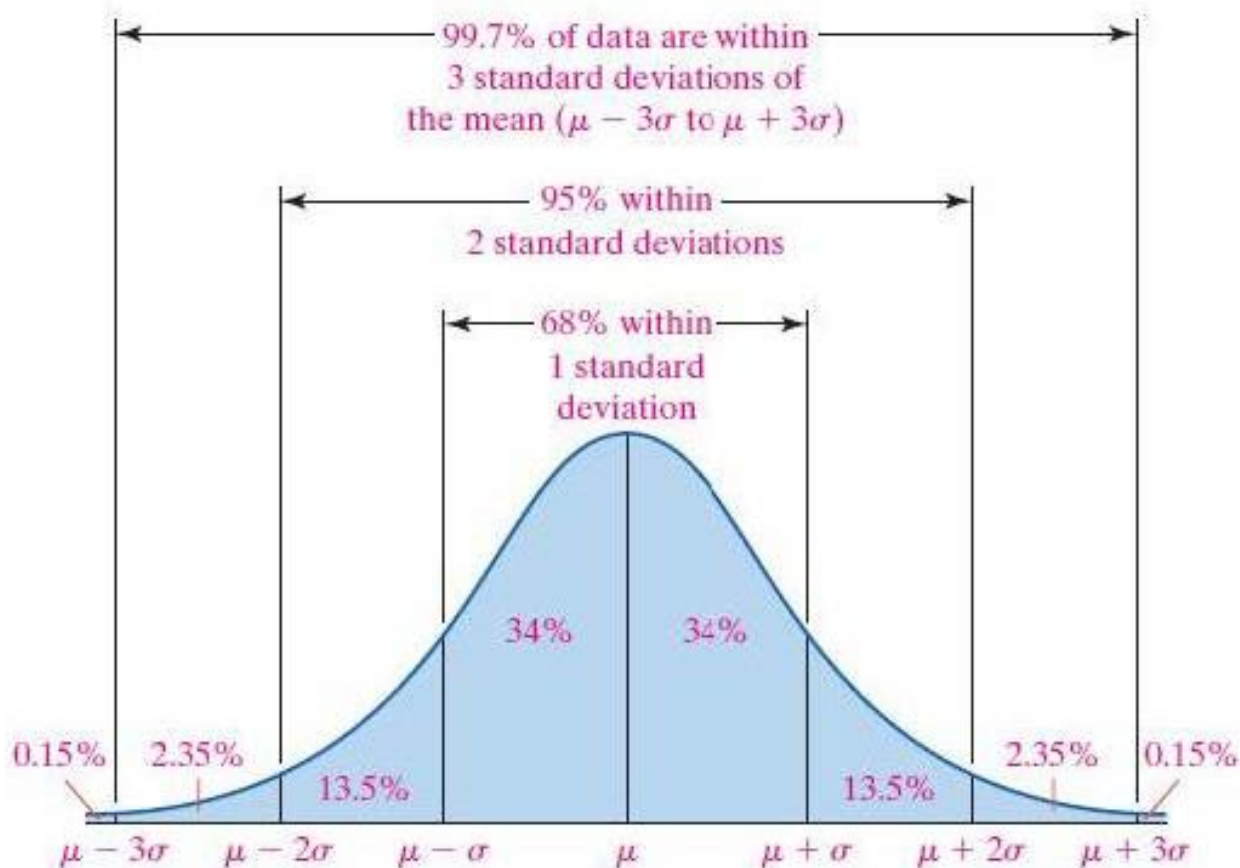
$$= \sqrt{\frac{194}{3}}$$

$$= \sqrt{64.7 \text{ points}^2}$$

$$\approx 8.0 \text{ points}$$

ЕМПІРИЧНЕ ПРАВИЛО ДЛЯ НОРМАЛЬНОГО РОЗПОДІЛУ





Z-ЗНАЧЕНИЯ

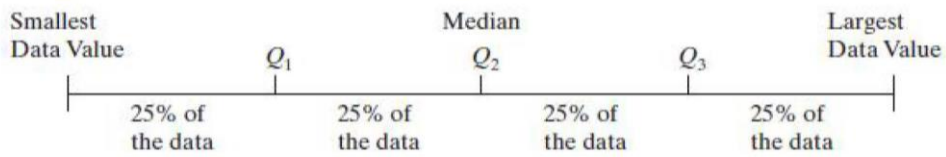
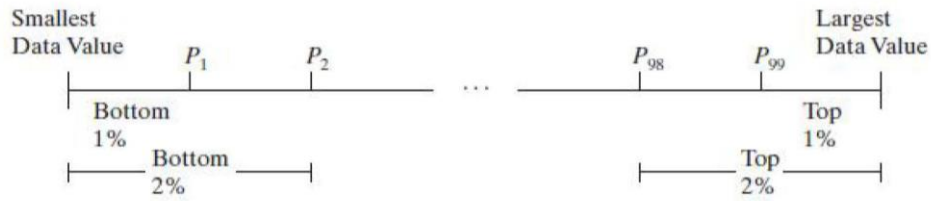
$$Z = \frac{x - \mu}{\sigma}$$

$$Z = \frac{x - \bar{x}}{s}$$

$$z\text{-score} = \frac{x - \mu}{\sigma} = \frac{859 - 721.2}{93.5} = 1.47$$

$$z\text{-score} = \frac{x - \mu}{\sigma} = \frac{790 - 700.7}{58.4} = 1.53$$

ПРОЦЕНТИЛІ



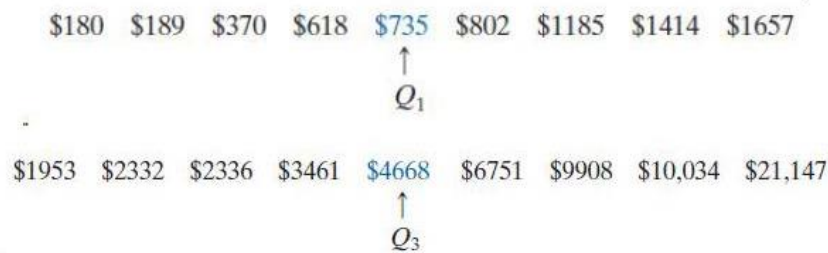
КВАНТИЛІ

\$6751	\$9908	\$3461	\$2336	\$21,147	\$2332
\$189	\$1185	\$370	\$1414	\$4668	\$1953
\$10,034	\$735	\$802	\$618	\$180	\$1657

\$180	\$189	\$370	\$618	\$735	\$802	\$1185	\$1414	\$1657
\$1953	\$2332	\$2336	\$3461	\$4668	\$6751	\$9908	\$10,034	\$21,147

\$180	\$189	\$370	\$618	\$735	\$802	\$1185	\$1414	\$1657
\$1953	\$2332	\$2336	\$3461	\$4668	\$6751	\$9908	\$10,034	\$21,147

$$M = Q_2 = \frac{\$1657 + \$1953}{2} = \$1805.$$

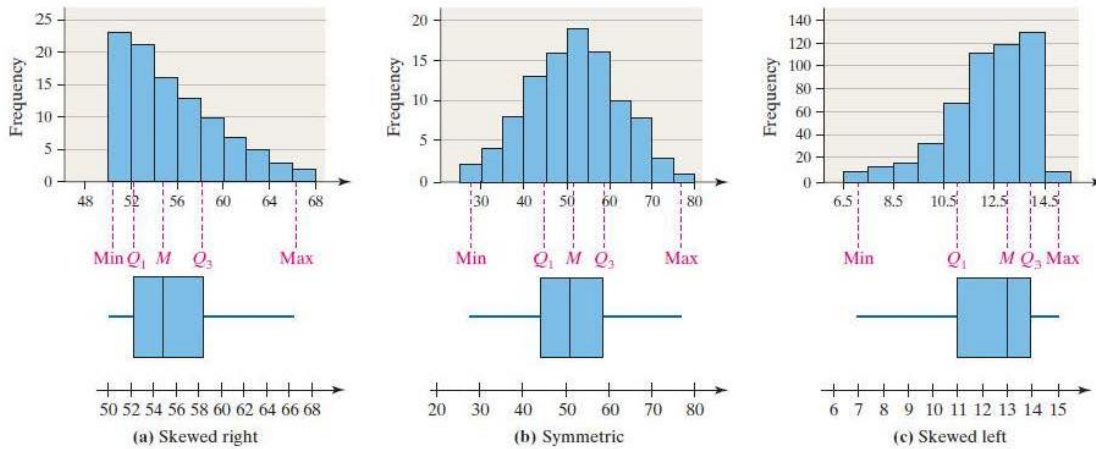


Shape of Distribution	Measure of Central Tendency	Measure of Dispersion
Symmetric	Mean	Standard deviation
Skewed left or skewed right	Median	Interquartile range

$$\text{Lower fence} = Q_1 - 1.5(\text{IQR})$$

$$\text{Upper fence} = Q_3 + 1.5(\text{IQR})$$

BOXPLOT



ВИСНОВКИ

Міра	Обчислення	Інтерпретація	Коли використовувати
Середнє	$\mu = \frac{\sum x_1}{N}$ $\bar{x} = \frac{\sum x_1}{n}$	Центр гравітації	Коли дані є кількісними та розподіл частот приблизно симетричний
Медіана	Упорядкувати дані в порядку зростання і в розділити навпіл.	Ділить дані навпіл	Коли дані є кількісними та в розподілі частот є зсув вліво або вправо
Мода	Визначити найчастотніші спостереження	Найчастотніші спостереження	Найбільш повторювальні дані спостереження є бажаною мірою основної тенденції або дані є якісними

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- Мастицкий С.Э. Статистический анализ и визуализация данных с помощью R. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://r-analytics.blogspot.com>.
- Шипунов А.Б. Наглядная статистика. Используем R. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ashipunov.info/shipunov/school/books/rbook.pdf>.
- Andrew F. Siegel. Practical Business Statistics. – 7th edition. – 2016. – 618 p.
- Andrie de Vries. R For Dummies. - John Wiley & Sons, Inc., 2015. – 435 p.
- Jim Albert. R by Example. – Springer, 2012. – 374 p.
- R programming [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tutorialspoint.com>.

ДОДАТКИ

Додаток А

ПРИКЛАДИ ОФОРМЛЕННЯ БІБЛІОГРАФІЧНОГО ОПИСУ ЗА МІЖНАРОДНИМ СТИЛЕМ APA STYLE BIBLIOGRAPHY

Список використаних джерел подається наприкінці роботи з нової сторінки і починається з розміщеного по центру заголовка *References*. Список має бути складено в алфавітному порядку за прізвищами авторів з указівкою лише ініціалів першого і другого імен автора. Якщо джерело без автора, укладайте список, враховуючи першу літеру назви, оминаючи артиклі *A, An* або *The*.

Щодо дат, то вказуйте повністю назви місяців у тексті роботи, але скорочуйте їх у списку використаних джерел, за винятком *May, June* і *July*. Використовуйте або стиль написання «день-місяць-рік» (22 July 1999), або «місяць-день-рік» (July 22, 1999) і будьте послідовними в обраному стилі. В останньому варіанті обов'язково не забудьте про кому після року, якщо інший стиль пунктуації не передбачено виданням.

Назви публікацій та періодичних видань мають бути виділені *курсивом*.

«Висячі» цитати

Усі цитати, які містять більше трьох рядків, мають бути подані в «висячому» форматі, тобто цитата має починатися з нового рядка, і всі подальші рядки цитати мають бути зміщені ліворуч від основного тексту на 1,25 см (довжина стандартного абзацного відступу).

Велика буква, абрєвіатури та пунктуація

За стилем АРА назви книжок і статей повинні містити велику букву лише у першому слові заголовка та підзаголовка. Виняток становлять назви періодичних видань і ті слова, що за правилами правопису мають написання з великої літери. Назва періодичного видання і номер тому/випуску подається *курсивом*. Якщо джерело має більше, ніж одного автора, використовуйте перед прізвищем останнього автора знак *&*. Якщо авторів більше шести, зазначайте лише прізвище першого автора і використовуйте *et al.* на позначення інших.

Приклади оформлення:

Books

Allen, T. (1974). *Vanishing wildlife of North America*. Washington, D.C.: National Geographic Society.

Nicol, A. M., & Pexman, P. M. (1999). *Presenting your findings: A practical guide for creating tables*. Washington, DC: American Psychological Association.

Toomer, J. (1988). *Cane*. Ed. Darwin T. Turner. New York: Norton.

Encyclopedia & Dictionary

Bergmann, P. G. (1993). Relativity. In *The new encyclopedia Britannica* (Vol. 26, pp. 501-508). Chicago: Encyclopedia Britannica.

Merriam-Webster's collegiate dictionary (10th ed.). (1993). Springfield, MA: Merriam-Webster.

Pettingill, O. S., Jr. (1980). Falcon and Falconry. *World book encyclopedia*. (pp. 150-155). Chicago: World Book.

Magazine & Newspaper Articles

Harlow, H. F. (1983). Fundamentals for preparing psychology journal articles. *Journal of Comparative and Physiological Psychology*, 55, 893-896.

Henry, W. A., III. (1990, April 9). Making the grade in today's schools. *Time*, 135, 28-31.

Kalette, D. (1986, July 21). California town counts town to big quake. *USA Today*, 9, p. A1.

Trillin, C. (1993, February 15). Culture shopping. *New Yorker*, pp. 48-51.

Зверніть увагу: Якщо періодичне видання не має номеру тому чи випуску, як наприклад газети, використовуйте р. або pp. перед зазначенням сторінки чи сторінок.

Website or Webpage

Devitt, T. (2001, August 2). Lightning injures four at music festival. *The Why? Files*. Retrieved January 23, 2002, from <http://whyfiles.org/137lightning/index.html>.

Dove, R. (1998). Lady freedom among us. *The Electronic Text Center*. Retrieved June 19, 1998, from Alderman Library, University of Virginia website: <http://etext.lib.virginia.edu/subjects/afam.html>.

Fredrickson, B. L. (2000, March 7). Cultivating positive emotions to optimize health and well-being. *Prevention & Treatment*, 3, Article 0001a. Retrieved November 20, 2000, from <http://journals.apa.org/prevention/volume3/pre0030001a.html>.

GVU's 8th WWW user survey. (n.d.). Retrieved August 8, 2000, from <http://www.cc.gatech.edu/gvu/usersurveys/survey1997-10>.

Health Canada. (2002, February). *The safety of genetically modified food crops*. Retrieved March 22, 2005, from http://www.hc-sc.gc.ca/english/protection/biologics_genetics/gen_mod_foods/genmodebk.html.

Hilts, P. J. (1999, February 16). In forecasting their emotions, most people flunk out. *New York Times*. Retrieved November 21, 2000, from <http://www.nytimes.com>.

Зверніть увагу: вказуючи інтернет джерело, посилайтеся на конкретний документ на сайті. Якщо документ не має дати, використовуйте "n.d." (на позначення по date) відразу після назви документу. Розривайте довгі URL посилання, що мають довжину більшу за один рядок після скісної риски чи крапки (використовуючи комбінацію клавіш Shift+Enter). Перед URL посиланням крапка не ставиться! Якщо якоїсь із переліченої інформації немає, зазначайте лише ту, яка доступна.

УКРАЇНСЬКО-АНГЛІЙСЬКИЙ ГЛОСАРІЙ
з методології медіадосліджень
(укладач – К. Г. Сіріньок-Долгарьова)

Аксиома – *axiom* – положення, які приймаються без логічного доведення.

Аналіз – *analysis* – це загальнонауковий метод дослідження, за яким явище поділяється на складники.

Аналогія – *analogy* – це метод загальнонаукового пізнання, за допомогою якого досягаються знання про певні предмети чи явища на підставі їхньої схожості з іншими.

Анотація – *annotation* – це коротка характеристика, що містить перелік основних питань наукової роботи. В анотації слід висвітлити основні розділи роботи, з'єднати їх і представити в короткій формі. Вона включає в себе такі основні розділи (по 1-2 речення кожен): актуальність, постановку проблеми, шляхи її розв'язання, результати та висновки.

Бібліографічний опис – *bibliography* – опис використаних у роботі джерел, який подається за певними стандартами та правилами, що встановлюються за загальною домовленістю офіційно на рівні державних стандартів, чи певними асоціаціями, видавництвами тощо.

Валідність – *validity* – одна з основних властивостей дослідження, що свідчить про якість його проведення. Дослідження валідне, якщо вимірює те, що насправді слід вимірювати відповідно до ідеї й гіпотез дослідника.

Валідність внутрішня – *internal validity* – показник якості дослідження, при якому воно побудоване і розроблене так, щоб мінімізувати зовнішні та внутрішні чинники, що негативно впливають на його проведення (наприклад, несприятливі побутові умови, зовнішній вигляд інтерв'юера, настрої аудиторії тощо). Внутрішньо валідними мають бути як кількісні, так і якісні медіадослідження.

Валідність зовнішня – *external validity* – показник якості дослідження, при якому його результати можна об'єктивно поширити на всю генеральну сукупність. Властивий лише кількісним методам медіадосліджень.

Вибірка – *sample* – та частка генеральної сукупності, що відібрана за певними правилами і процедурами для проведення дослідження.

Вибірка випадкова – *probability / random sample* – такий тип вибірки, при якому кожен член групи має рівний шанс бути обраним (наприклад, за допомогою таблиці випадкових чисел або систематичного відбору: кожен 2й, 3й...200й... може бути обраний до вибірки); найпоширеніший тип вибірки у кількісних медіадослідженнях.

Вибірка квотна – *quota sample* – такий тип вибірки, коли досліджується лише та частина аудиторії, що пропорційно відповідає частці цієї аудиторії у досліджуваній генеральній сукупності (здебільшого квоти формуються за демографічними показниками).

Вимірювання у дослідженнях – *measurement in research* – процес призначення певних числових показників змінним дослідження (об'єктам, подіям, явищам і їх характеристикам) на основі певних правил, встановлених дослідником. Вимірювання бувають: номінальні (коли всі категорії дослідження однаково важливі та рівні за значенням), ординальні чи порядкові (вимірювання від меншого до більшого), інтервальні (числові показники з певним інтервалом; наприклад, температура) та пропорційні (інтервальні з певною нульовою точкою; наприклад, час, проведений перед телевизором тощо).

Генеральна сукупність – *population* – це група або клас осіб, змінних, концепцій або явищ, що досліджується.

Гіпотеза – *hypothesis* – наукове припущення, висунуте для пояснення будь-яких явищ (процесів) або причин, які зумовлюють певний наслідок.

Глибинне інтерв'ю – *in-depth interview* – якісний метод медіадосліджень, що дає змогу надати детальну характеристику (бекграунд) об'єкта дослідження, враховувати невербальні відповіді; такі інтерв'ю дуже довгі (кілька годин/сесій), персоналізовані, залежні від особистості інтерв'юера й атмосфери, що встановилася під час інтерв'ю.

Дедуція – *deduction* – загальнонауковий метод дослідження, що полягає в тому, що конкретні положення виводяться із загальних.

Дисертація магістерська – *Master's dissertation / thesis* – це самостійна навчально-дослідна робота, що виконує кваліфікаційну функцію, тобто готується з метою прилюдного захисту та здобуття академічного звання магістра; основне завдання її автора – продемонструвати рівень своєї наукової кваліфікації, вміння самостійно вести науковий пошук і вирішувати конкретні наукові завдання.

Доповідь – *conference paper/presentation* – це публічне повідомлення, розгорнутий виклад певної наукової проблеми (теми, питання).

Закон – *law* – це форма відповідного співвідношення категорій для відображення найбільш суттєвих, стійких, повторюваних внутрішніх зв'язків у природі, суспільстві, мисленні.

Змінна (незалежна/залежна) – *variable (independent/dependent)* – феномени та події, які в дослідженнях вимірюються й аналізуються. Можуть бути незалежні або залежні: вивчається ефект незалежних змінних на залежні.

Експеримент – *experiment* – кількісний метод медіадосліджень, вивчення об'єкта шляхом активного й цілеспрямованого впливу на нього завдяки створенню штучних умов чи використанню природних умов, потрібних для виявлення відповідної властивості.

Ідеалізація – *idealization* – загальнонауковий метод пізнання, що полягає у мисленнєвому конструюванні об'єктів, які не існують насправді або практично нездійсненні, з метою позбавити реальні об'єкти притаманних їм властивостей і наділити ці об'єкти певними нереальними та гіпотетичними властивостями.

Ідея – idea – інтуїтивне пояснення явищ без проміжної аргументації, без осмислення всієї сукупності зв'язків, на основі яких роблять висновки.

Індукція – induction – це загальнонауковий метод пізнання, за яким із окремих фактів і явищ виводять загальні принципи та закономірності, тобто при використанні цього методу логіка мислення розвивається від конкретного до загального.

Інтерсуб'єктна надійність – intercoder reliability – надійність дослідження, що визначається високим (понад 85%) рівнем згоди незалежних кодувальників щодо того самого контенту при використанні однієї й тієї ж інструкції кодування у процесі контент-аналізу.

Категорія – category – найширші поняття (визначення), найбільш загальні абстракції.

Кількісні методи досліджень – quantitative research methods – методи медіадосліджень, які вимірюють, обчислюють, обробляють зібрану інформацію, наголошують на валивості обліку, є статистичними, описують, пояснюють, передбачають гіпотези або теорії.

Ключові слова – key words – слова або стійкі словосполучення з тексту анотації, які з погляду інформаційного пошуку несуть смислове навантаження. Сукупність ключових слів (від трьох до десяти) повинна відображати поза контекстом основний зміст наукової праці.

Когорт-аналіз – cohort-analysis – різновид лонгітюдного дослідження, що спрямований на аналіз когорт – груп аудиторії, що мають спільні соціодемографічні характеристики (вік, стать, дохід тощо).

Кодування – coding – процес переведення одиниць вимірювання/обліку контент-аналізу з вербальної чи візуальної форми у числову (за допомогою кодувальної інструкції і кодувального аркуша) для подальшої їх статистичної комп'ютерної обробки.

Контент-аналіз – content analysis – кількісний метод вивчення й аналізу комунікації в систематичний, формалізований, об'єктивний і кількісний спосіб задля вимірювання змінних дослідження.

Концепція – conception – система поглядів, теоретичних положень, основних тверджень щодо об'єкта дослідження, які об'єднані певною ідеєю.

Конструкція – construct – це концепція, яка має три особливості: по-перше, це комбінація концепцій; по-друге, через її абстрактність, конструкцію важко побачити; і по-третє, зазвичай конструкція має значення тільки в контексті певного дослідження.

Лонгітюдне дослідження – longitudinal research – метод кількісних досліджень, тривале систематичне вивчення одних і тих самих явищ або людей, що дає змогу визначати діапазон вікової й індивідуальної мінливості серед життєвого циклу респондентів.

Медіадослідження – mass media research – дослідження будь-якого комунікаційного каналу, що використовується для одночасного досягнення великої аудиторії, включаючи радіо, телебачення, журнали, книги, фільми, звукозапис, білборди, інтернет і смарт-медіа (смартфони, планшети, смарт-телебачення).

Метод – *method* – це сукупність прийомів або операцій практичного чи теоретичного освоєння дійсності, підпорядкованих розв’язанню конкретного завдання.

Методика – *methodic technique* – системна сукупність прийомів дослідження, це система правил використання методів, прийомів і техніки дослідження.

Методологія – *methodology* – це наука про структуру, логічну організацію, засоби і методи діяльності взагалі; сукупність правил визначення понять, виведення одних знань з інших, методів, прийомів, операцій наукового дослідження у всіх галузях науки і на всіх етапах дослідження.

Моделювання – *modeling* – це загальнонауковий метод пізнання на основі використання моделі як засобу дослідження явищ і процесів природи. Моделі – це аналоги, що замінюють об’єкт пізнання та слугують джерелом інформації щодо нього, характеризуються суттєвою подібністю до оригіналу і несуттєвими розбіжностями.

Надійність дослідження – *reliability* – одна з основних властивостей дослідження, що свідчить про якість його проведення. Дослідження надійне, якщо його повторення (реплікація) дає той самий результат.

Наука – *science* – 1. Сума знань, досягнутих людством; 2. Вид людської діяльності, спрямованої на розширення пізнання людиною законів природи й розвитку суспільства; 3. Сфера людської діяльності, функції якої – розробка та теоретична систематизація об’єктивних знань про дійсність.

Опитування – *survey* – кількісний метод медіадосліджень, що полягає у зборі даних для дослідження шляхом усного (телефонного, вуличного) чи письмового (поштового, онлайн) анкетування аудиторії мас-медіа.

План-проспект – *research proposal* – робота, що містить поетапний календарний план дослідження з поясненням і обґрунтуванням кожного етапу.

Поняття – *concept* – абстрактна ідея, що сформульована шляхом узагальнення відомостей і спостережень, визначає суттєві та потрібні ознаки предметів і явищ, а також взаємозв’язки між ними.

Показник згоди – *acceptance rate* – процентне співвідношення тих респондентів, хто погодився взяти участь в опитуванні, відносно вибіркової сукупності дослідження (зазвичай прийнятним показником вважається 55%).

Панельні дослідження – *panel studies* – різновид лонгітюдного (багаторазового) опитування однієї і тієї ж вибірки респондентів задля встановлення змін і трендів у їх поведінці і ставленні до предмета опитування.

Положення – *statement* – сформульовані думки, висловлені у формі наукового твердження.

Польове дослідження – *field studies* – дослідження, яке відбувається у реальних умовах, та, на відміну від експерименту, не контролюється і не структурується дослідником.

Постулат – *postulate* – твердження, що приймається в межах певної наукової теорії за істинне і відіграє роль аксіоми.

Похибка дослідження – *margin of error* – допустиме значення помилки у дослідженні, при якому, аби дослідження вважалось надійним і валідним, помилковими можуть бути не більше 5% результатів (зазвичай залежить від величини і якості вибірки: чим більша вибірка, тим меншою є похибка).

Синтез – *synthesis* – загальнонауковий метод дослідження явища загалом, на основі об'єднання пов'язаних один з одним елементів в єдине ціле. Синтез дозволяє узагальнити поняття, закони і теорії.

Спостереження – *field observations* – якісний метод медіадосліджень, що полягає в систематичному цілеспрямованому вивченні об'єкта, яке дає змогу отримати первинну інформацію у вигляді сукупності емпіричних тверджень.

Стаття наукова – *scientific article* – один з основних видів публікацій, що має стійку структуру та містить виклад проміжних або кінцевих результатів наукового дослідження, висвітлює конкретне питання дослідження.

Тези наукової доповіді – *theses of research* – це опубліковані до початку наукової конференції (з'їзду, симпозіуму) матеріали попереднього характеру, де викладено основні аспекти наукової доповіді.

Теорія – *theory* – сукупність основних ідей, понять, тлумачень у тій або іншій галузі науки, об'єднаних в одну достовірну систему знань про певний об'єкт.

Фокус-група – *focus group* – це якісний медіадослідницький метод, метою якого є розуміння аудиторії та її поведінки. Одночасно відбувається інтерв'ювання 6-12 осіб, під час якого модератор веде неструктуровану дискусію на задану тему (контрольовану групову дискусію). Метою цією дискусії є збирання попередньої інформації для дослідницького проекту, допомога у створенні питальника для опитування, розуміння причин певного явища або перевірка ідей та планів.

Формалізація – *formalization* – загальнонауковий метод вивчення різноманітних об'єктів шляхом відображення їхньої структури у знаковій формі за допомогою штучних мов (наприклад, мовою математики).

Фреймінг – *framing* – якісний метод медіадосліджень, який має на меті виявити, як засоби масової інформації, висвітлюючи певну подію, ігнорують деякі її сторони, у той же самий час наголошуючи на інших (тобто використовують заздалегідь сконструйовані смислові і структурні «фрейми» («рамки», «кліше») для висвітлення подій).

Якісні методи досліджень – *qualitative research methods* – методи досліджень мас-медіа, що оцінюють певний феномен, використовуються для висунення і пояснення концепції, здебільшого теоретичні, інтерпретаційні.

**«МОНІТОРИНГ
ПОЛІТИЧНИХ НОВИН»
МЕТОДОЛОГІЯ**

Академія Української Преси

□ Проект виконується Академією Української Преси за участю вчених Інституту соціології НАН України з 2002 р. Підтримка досліджень на різних етапах надавалася Міжнародним фондом «Відродження», Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) через програму «У-Медіа» Інтерньюз Нетворк, Посольством США в Україні, Представництвом ОБСЄ, Фондом Євразія. Керівники проекту д.с.н. Наталія Костенко і д.ф.н. Валерій Іванов



«МОНІТОРИНГ ПОЛІТИЧНИХ НОВИН» 2003 – 2012 рр

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ:

- "Класична" версія контент-аналізу (Г.Ласуэл, Б.Берельсон, Д.Гербнер та ін.)
- Соціологічний підхід (вибіркове дослідження, строгий метод, верифіковані дані)
- Концептуальна модель для кожного типу досліджень з урахуванням локального контексту й особливостей інформаційних джерел
- Результати: аналіз стану і динаміки інформаційних потоків, тенденцій медіа змісту
- Командний досвід: моніторинги політичних новин теле-радіоканалів і преси, політичної реклами в передвиборних кампаніях, 2002-2012





«МОНІТОРИНГ ПОЛІТИЧНИХ НОВИН»

ЛЮТИЙ 2012 – ГРУДЕНЬ 2012

МЕТА дослідження: визначення стану й динаміки політичного змісту новин українських телеканалів в умовах передвиборної кампанії

■ **Вибори у Верховну Раду в жовтні 2012 р**

ВИБІРКА:

■ канали	■ програми новин	■ канали	■ програми новин
1+1	ТСН/ 19:30	ІСТУ	Факти/ 18:45
Інтер	Подробности/ 20:00	СТБ	Вікна/ 22:00
Новий канал	Репортер/ 19:00	Україна	События/ 21:00
■ ТВІ	Сьогодні/ 20:30	УТ-1	Підсумки дня: 21:00



- одна програма новин у день, prime-time
- один тиждень в місяць



МЕТОДОЛОГІЯ

ПРОЦЕДУРА КОНТЕНТ АНАЛІЗУ

Концептуальна схема аналізу (основні категорії):

- 1) повідомлення (характеристики повідомлення, тема повідомлення, точки зору, контекст)
- 2) політичні суб'єкти (інститути, партії/фракції, персоналії)
- 3) політичне поле у новинах: диференціація каналів

Одиниця контексту:

програма новин

Одиниця аналізу:

повідомлення

Одиниця підрахунку:

- 1) поява категорії (ознаки категорії) у повідомленні
- 2) час, який відведено на трансляцію категорії



МЕТОДОЛОГІЯ

ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ:

- ступінь збалансованості інтерпретації подій
- рейтинг уваги до політичних суб'єктів/оцінки політичних суб'єктів
- доступ політиків до новинного ефіру (обсяг синхрону)
- типи новинного мовлення

МЕТОД: контент-аналіз аудіовізуальної інформації

- Контент-аналіз здійснювався 6-ма операторами. Коефіцієнт надійності методики: 85-95% (для різних категорій аналізу)
- Цифрові відеозаписи програм новин здійснені АУП



МЕТОДОЛОГІЯ

ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ ВИМІРУ:

- частка уваги до категорії (N, % повідомлень зі згадуванням про подію\суб'єктів (у загальному/ регіональному масиві повідомлень, а також масивах різних типів медіа)
- розподіл оцінок категорії всередині потоку/ каналу/ газети/ сайту (% , N= сума всіх оцінок)
- емпірична типологія медіа за способами презентації політичного & ціннісного простору (X2)

ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ:

- ступінь збалансованості інтерпретації подій



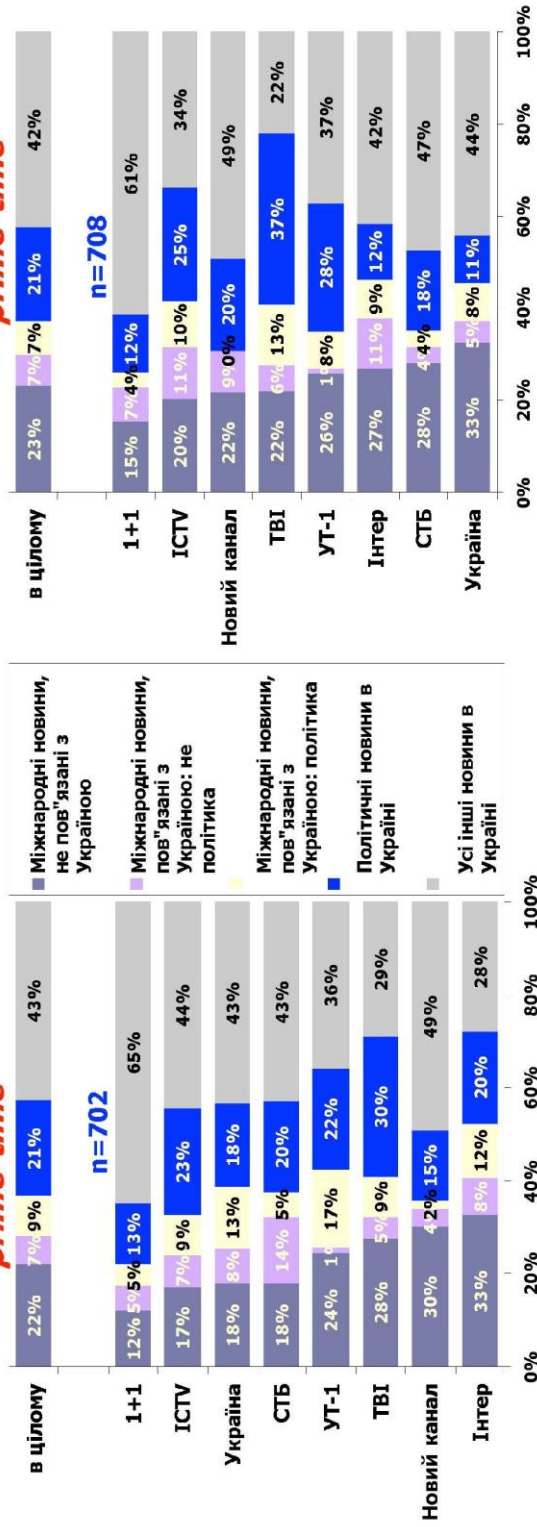


ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПОТІК

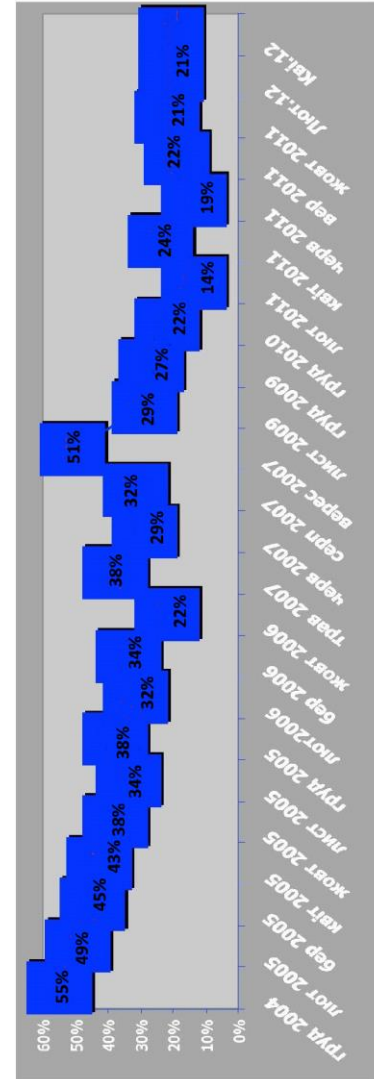
02-07 квітня 2012, prime-time

ПРОГРАМИ НОВИН

06-11 лютого 2012, prime-time



% ПОЛІТИЧНИХ НОВИН в Україні

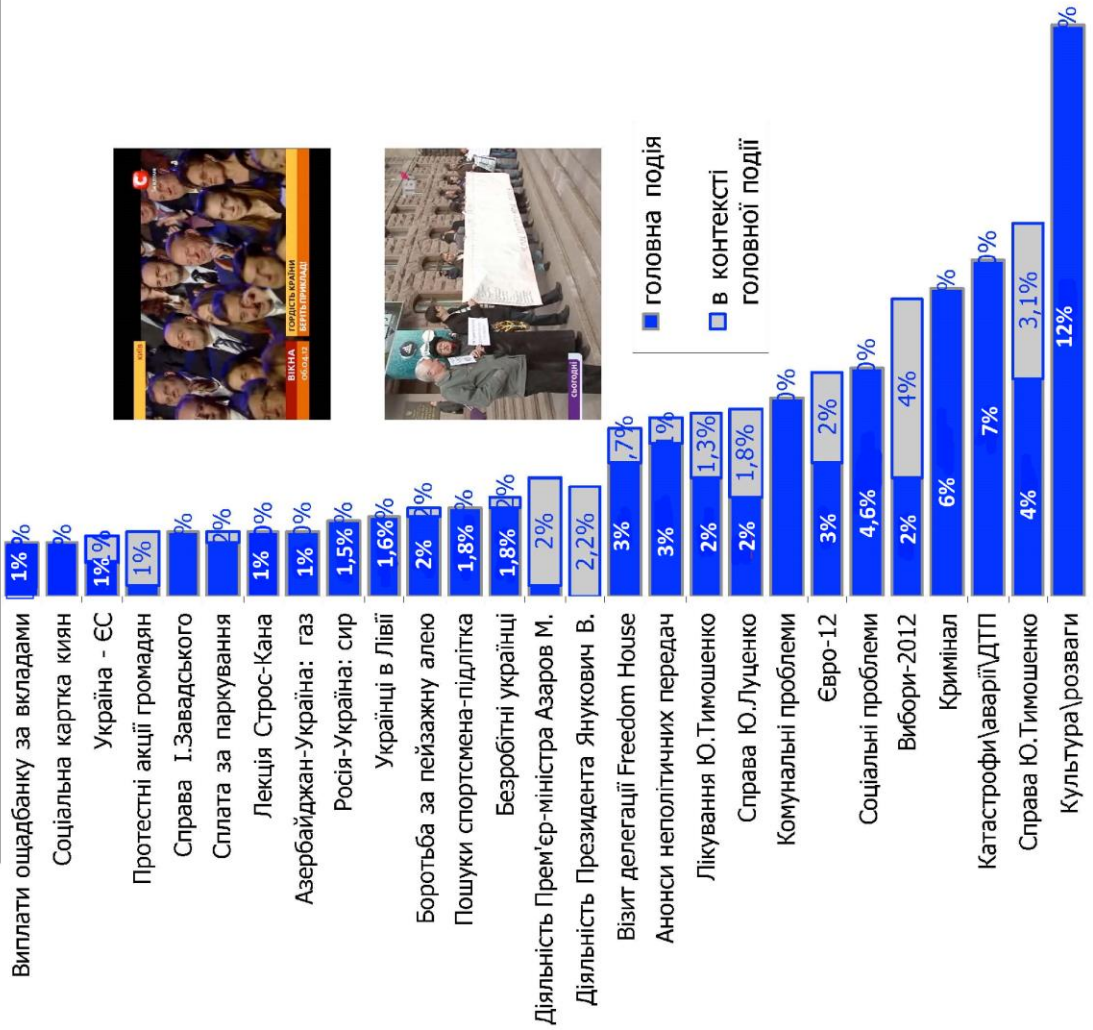




ПОЛІТИЧНІ ПОДІЇ

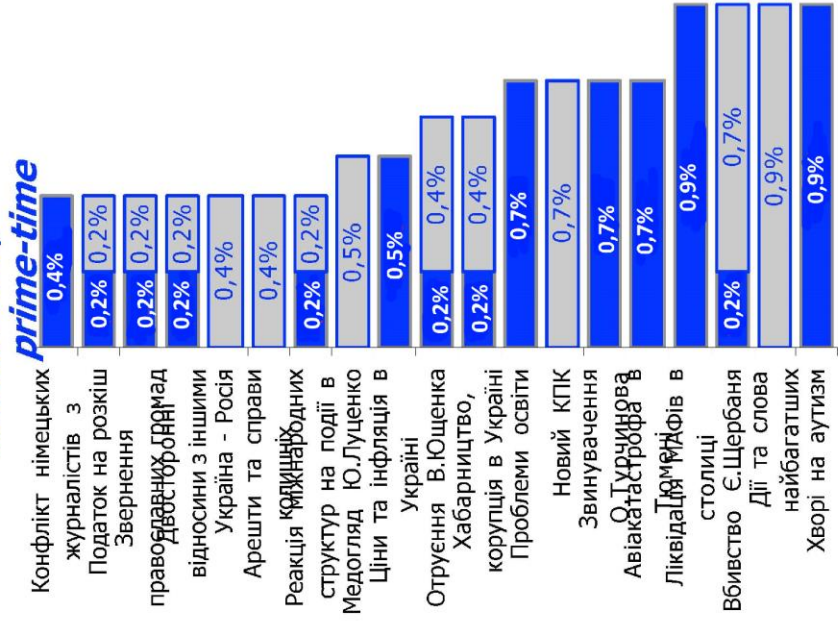
УВАГА ДО ПОЛІТИЧНИХ ПОДІЙ В НОВИНАХ

02-07



■ ГОЛОВНА ПОДІЯ
 ■ В КОНТЕКСТІ
 ГОЛОВНОЇ ПОДІЇ

квітня 2012, Prime-time



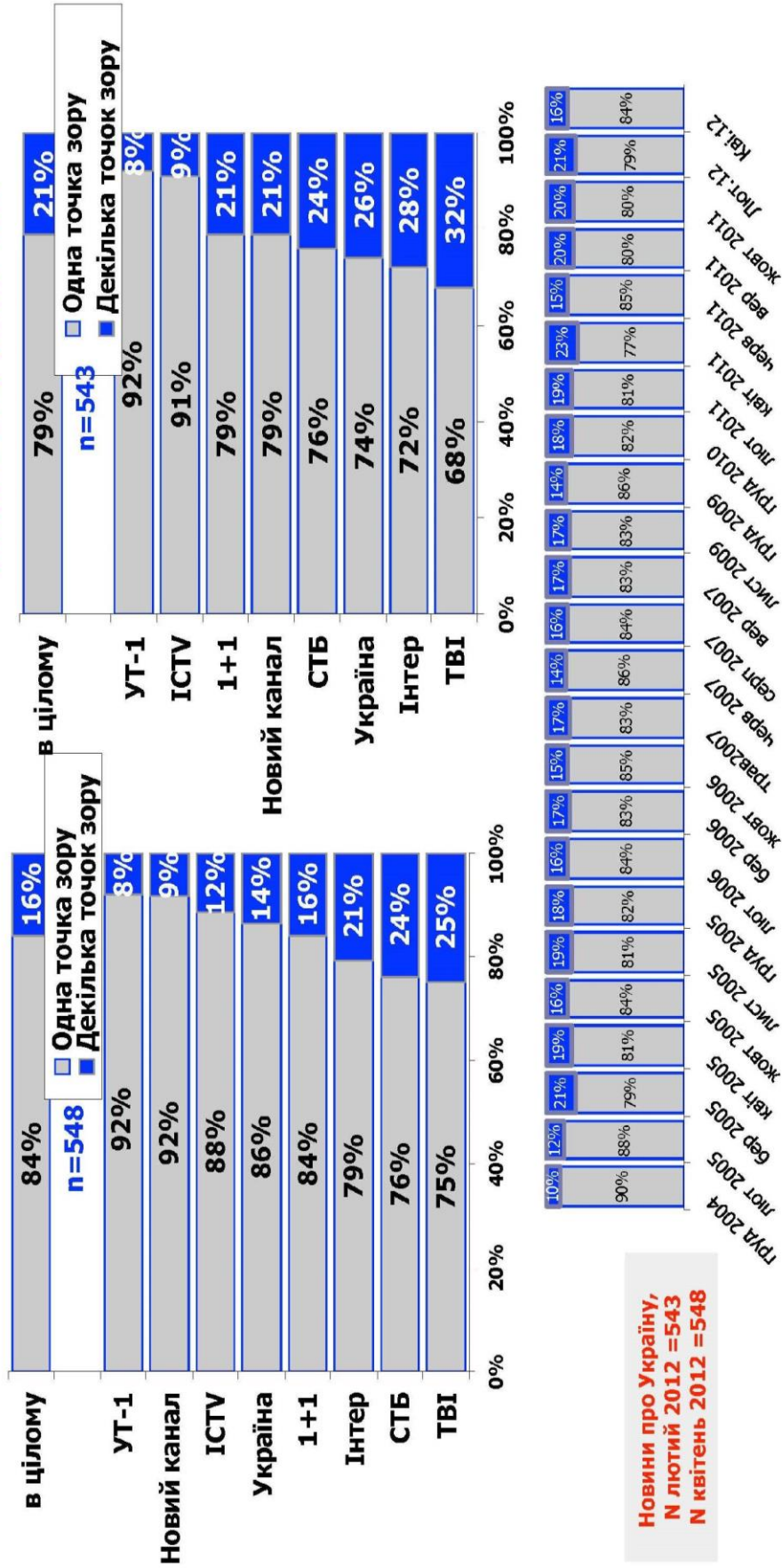


ПОЛІТИЧНІ ПОДІЇ

ТОЧКИ ЗОРУ НА ПОДІЇ В УКРАЇНІ

квітень 2012, prime-time

лютий 2012, prime-time



**Новини про Україну,
N лютий 2012 = 543
N квітень 2012 = 548**

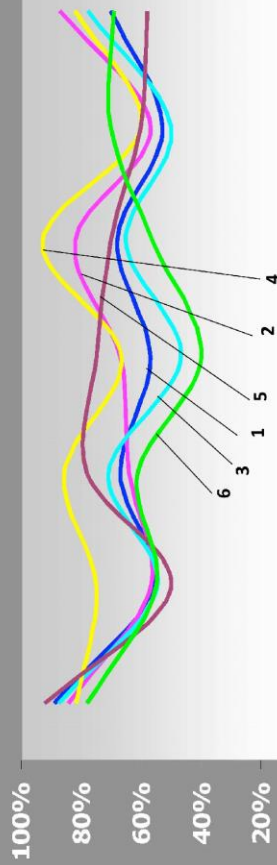


ПОЛІТИЧНІ ПОДІЇ

Політичні новини в Україні

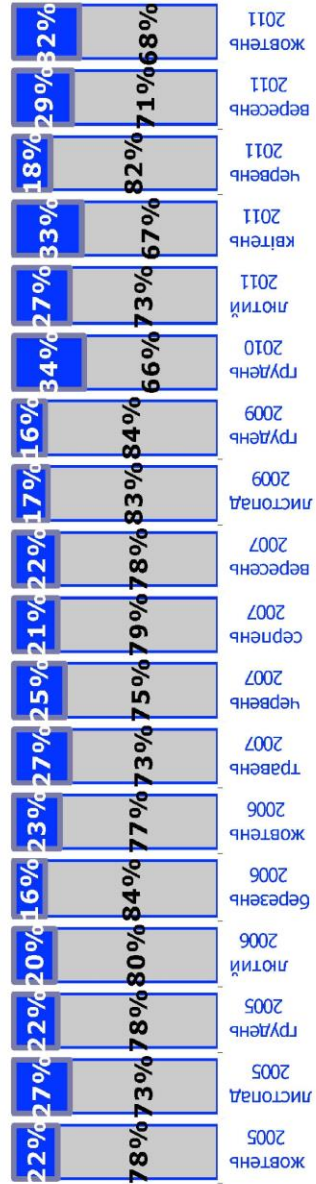
ТОЧКИ ЗОРУ НА ПОЛІТИЧНІ ПОДІЇ

грудень 2010 – жовтень 2011, prime-time



% повідомлень з однією точкою зору

	УТ-1	1+1	Інтер	Новий канал	ICTV	СТБ	ТРК Україна
грудень 2010 1	89%	56%	67%	57%	68%	53%	70%
лютий 2011 2	84%	57%	64%	67%	82%	57%	87%
квітень 2011 3	88%	55%	71%	47%	65%	50%	78%
червень 2011 4	82%	75%	86%	67%	93%	60%	82%
вересень 2011 5	92%	50%	78%	75%	70%	60%	58%
жовтень 2011 6	78%	55%	61%	40%	56%	70%	69%





ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ:

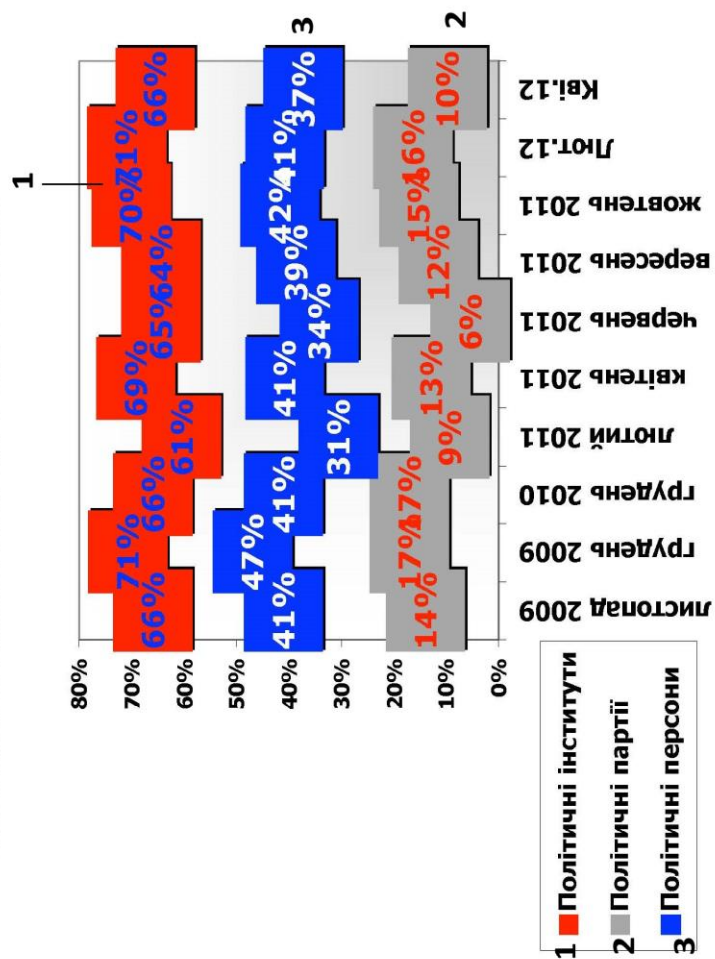
- рейтинг уваги до політичних суб'єктів / оцінки політичних суб'єктів



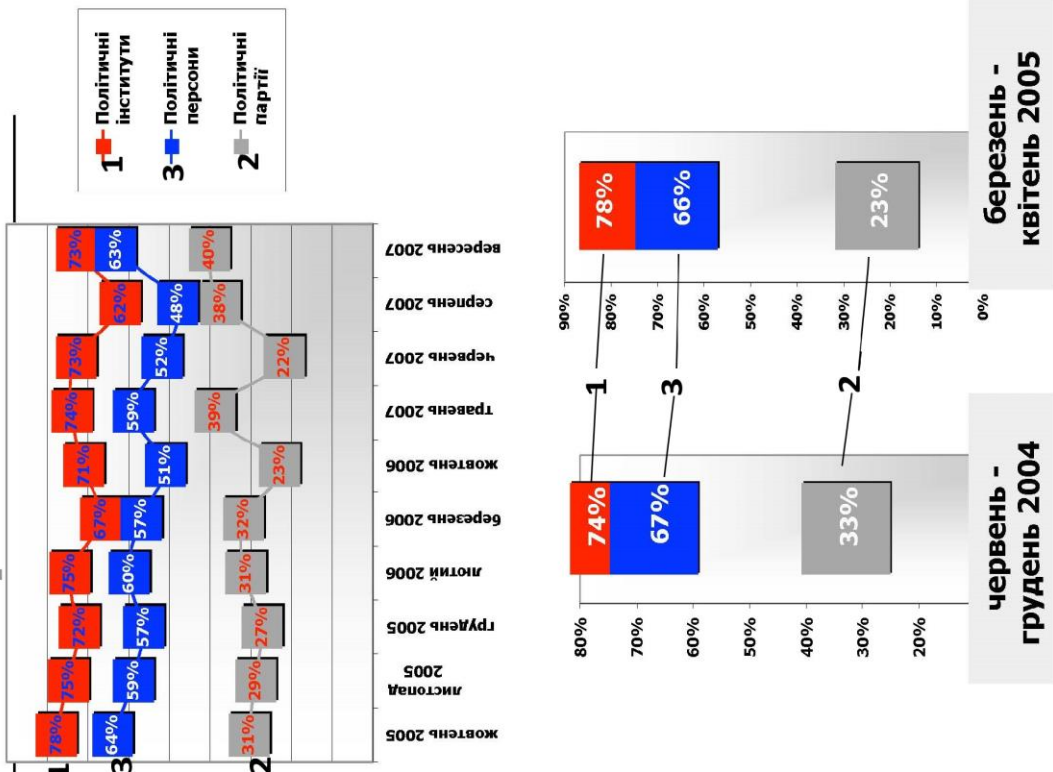


ПОЛІТИЧНІ ГРАВЦІ

ОСНОВНІ ПОЛІТИЧНІ СУБ'ЄКТИ



Новини про Україну,
N лютий 2012 = 543
N квітень 2012 = 548



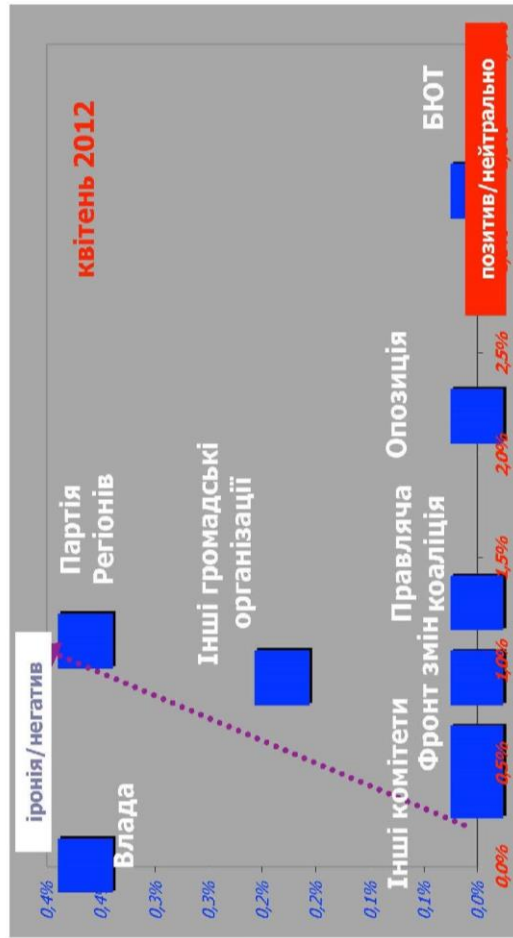
червень -
грудень 2004

березень -
квітень 2005



ПОЛІТИЧНІ ГРАВЦІ

ОЦІНКИ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ ТА ФРАКЦІЙ* квітень 2012, prime-time



Новини про
Україну

квітень 2012,
n=548

	Позитив / нейтрально	Іронія / негатив
БЮТ- Батьківщина	3,28%	
Опозиція в цілому	2,19%	
Фонд В.Пінчука	1,28%	
Партия Регионів	1,09%	0,36%
Батьківщина	0,91%	
Інші громадські організації	0,91%	0,18%
Фронт змін'	0,55%	
фонд Л.Кучми 'Україна'	0,55%	
Правляча коаліція	0,36%	
Народна самооборона	0,36%	
Влада		0,36%
КПУ	0,18%	
Позафракційні депутати	0,18%	0,18%
Комітет з питань свободи слова та інформациі	0,18%	
Інші комітети	0,18%	
Удар'	0,18%	
АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ	0,18%	
Комітет опору диктатурі	0,18%	
ЦВК	0,18%	

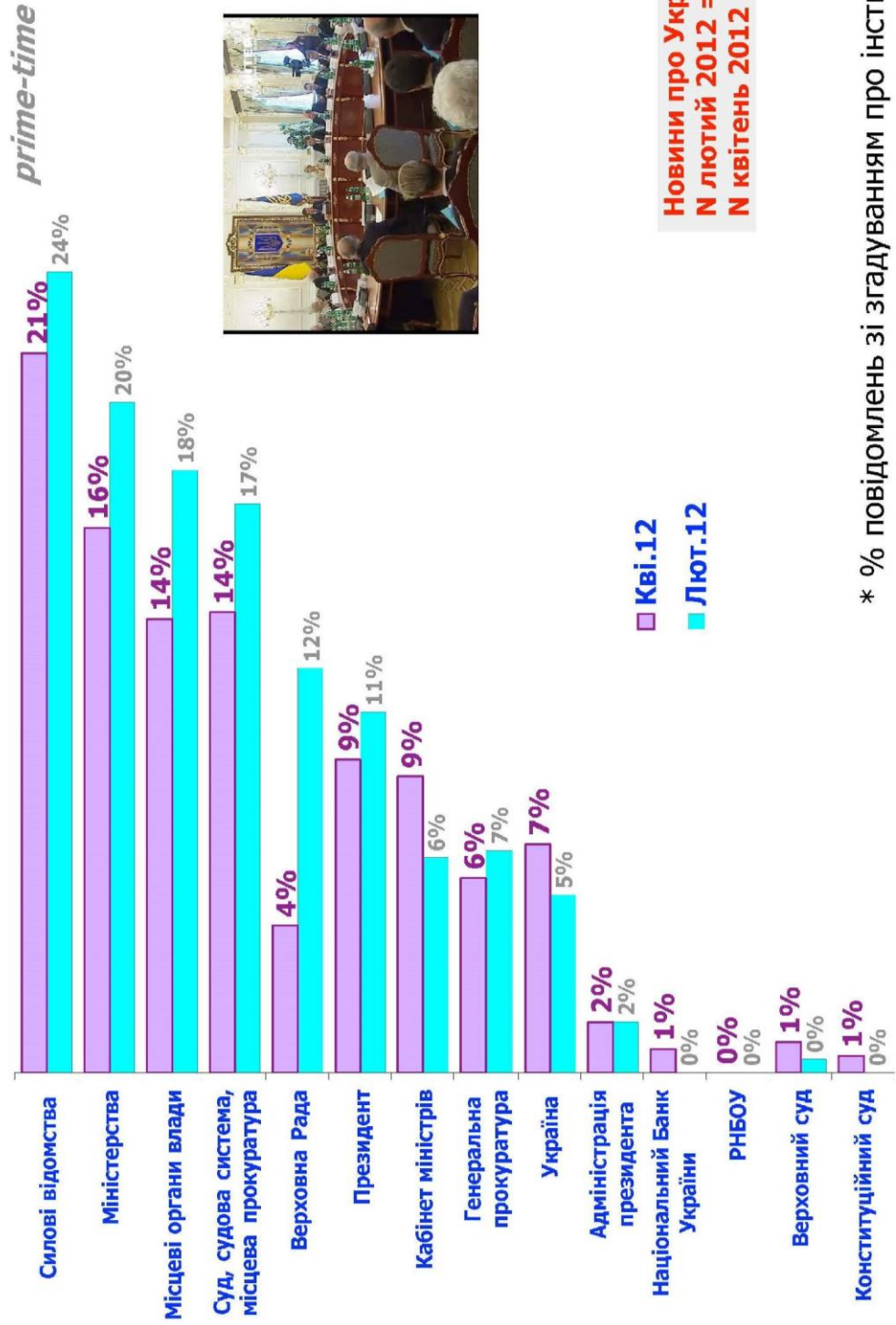
* % повідомлень з позитивно-нейтральними та негативно-іронічними згадуваннями про партії та політичні сили



ПОЛІТИЧНІ ГРАВЦІ

УВАГА ДО ПОЛІТИЧНИХ ІНСТИТУТІВ*

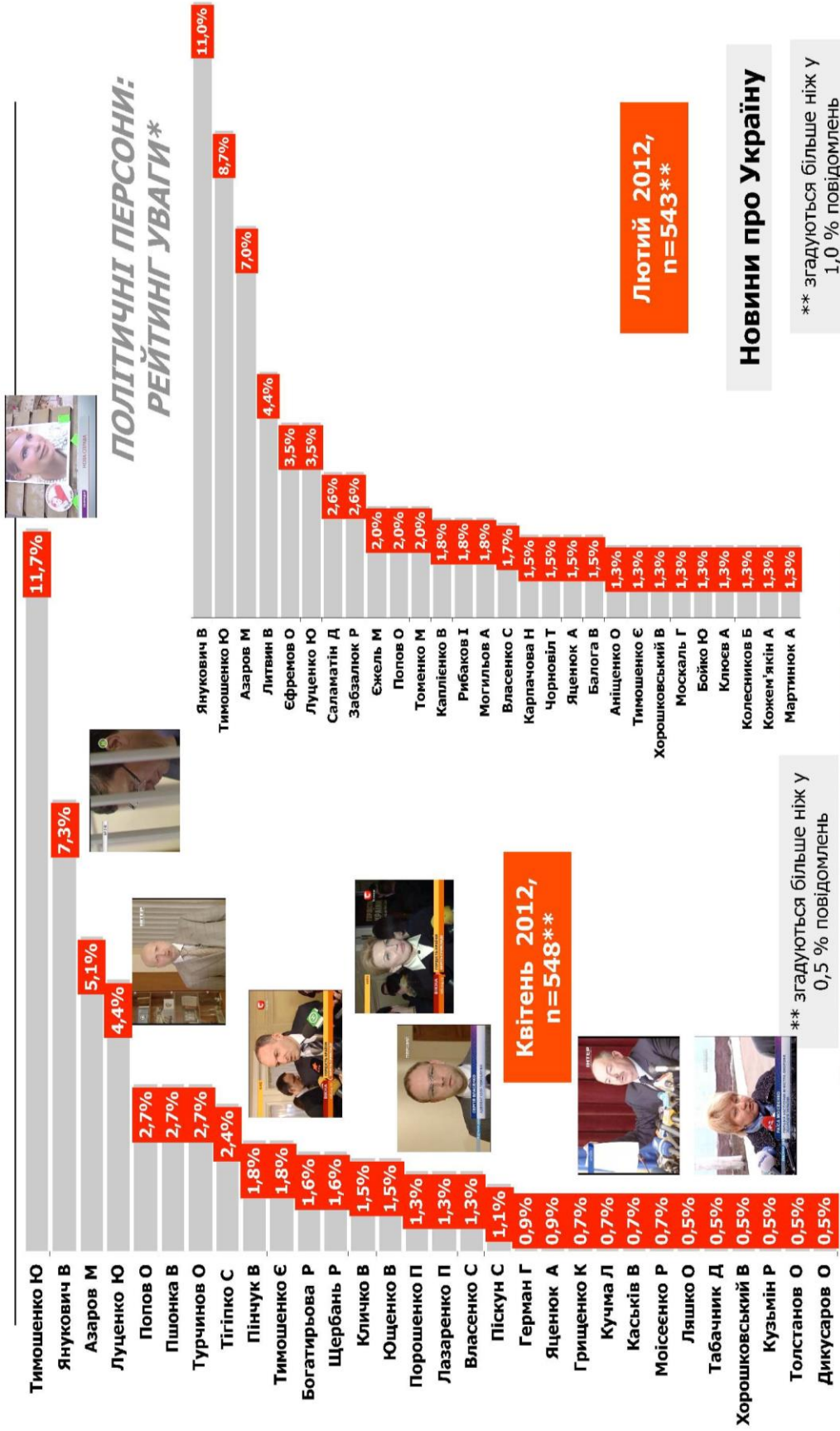
Лютий-квітень 2012, prime-time



* % повідомлень зі згадуванням про інститути



ПОЛІТИЧНІ ГРАВЦІ

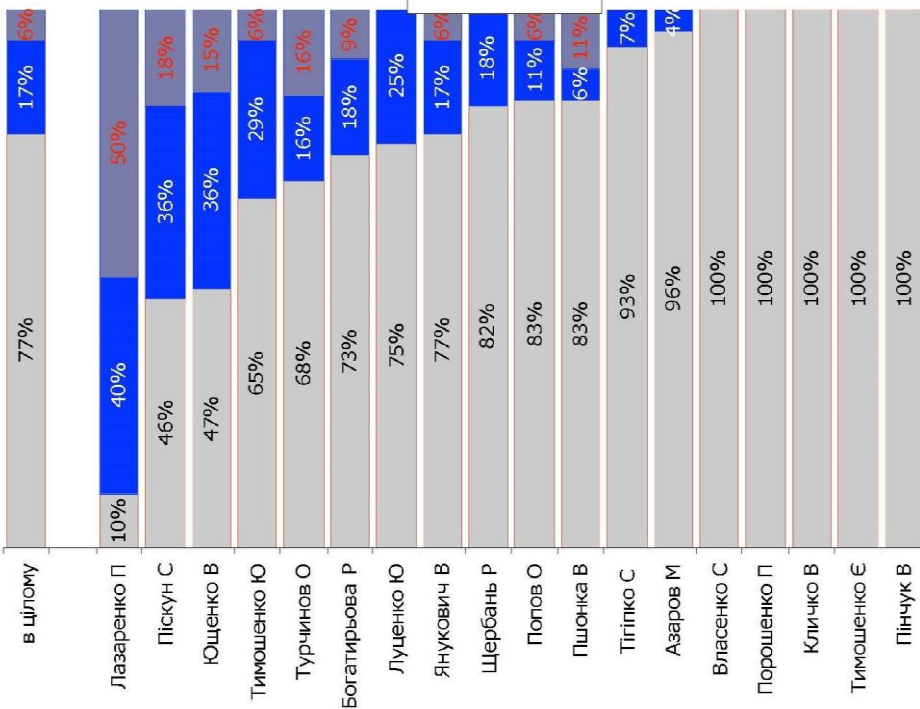




ПОЛІТИЧНІ ГРАВЦІ

ПОЛІТИЧНІ ПЕРСОНИ : ОЦІНКИ*

**Квітень 2012,
prime-time**

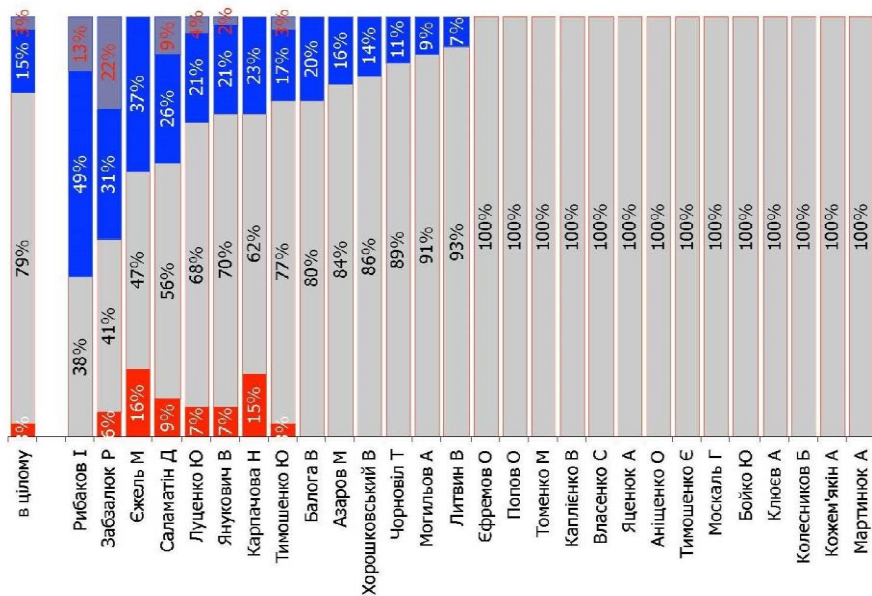


Новини про Україну

- ПОЗИТИВНО
- НЕЙТРАЛЬНО
- СУМНІВНО
- НЕГАТИВНО

* Розподіл
ПОЗИТИВНИХ,
НЕЙТРАЛЬНИХ,
ІРОНІЧНИХ І
НЕГАТИВНИХ оцінок у
всіх згадуваннях про
політика

**Лютий 2012,
prime-time**

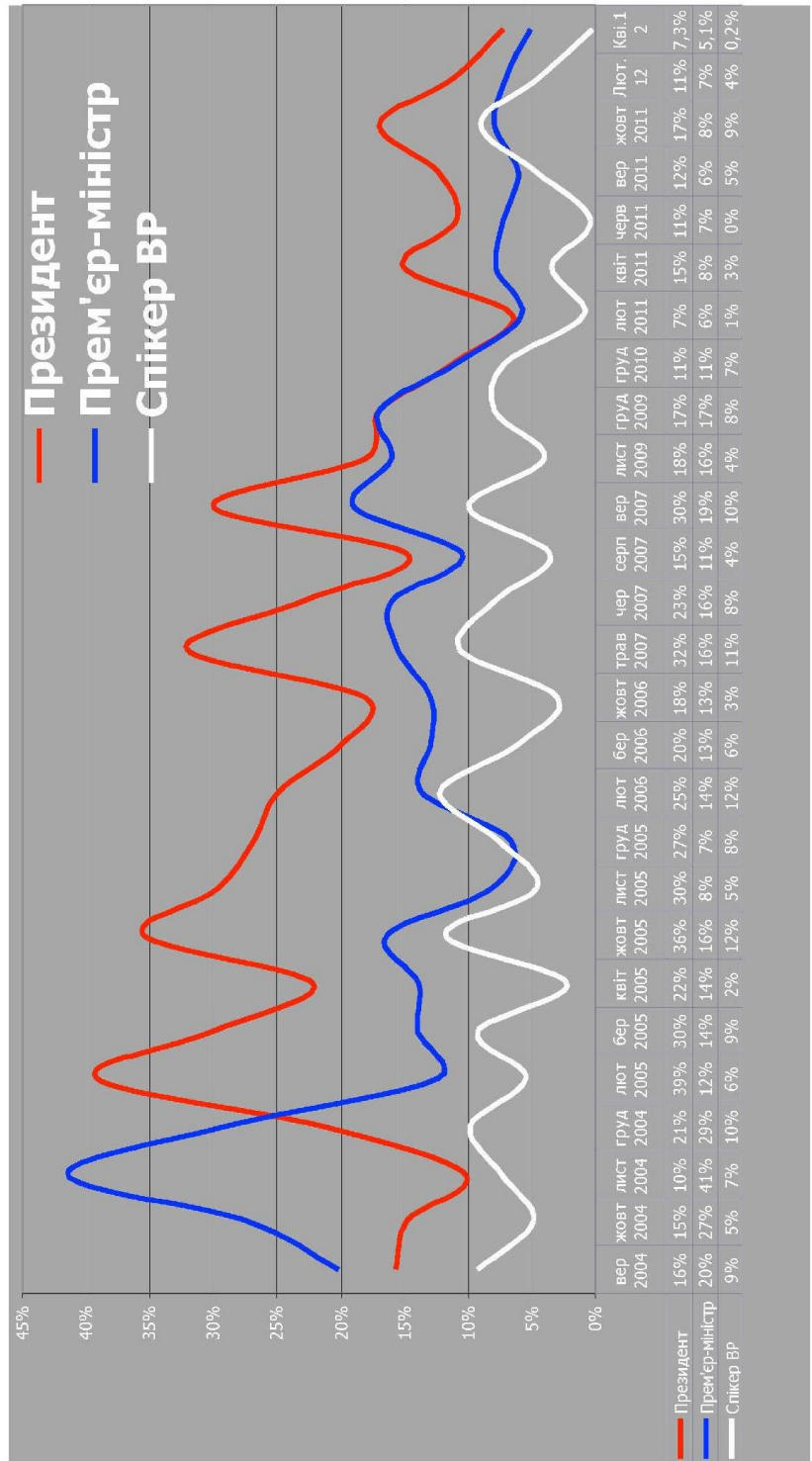




ПОЛІТИЧНІ ГРАВЦІ

УВАГА ДО ПОЛІТИКІВ: "БОНУС ВЛАДИ"

вересень 2004 - квітень 2012



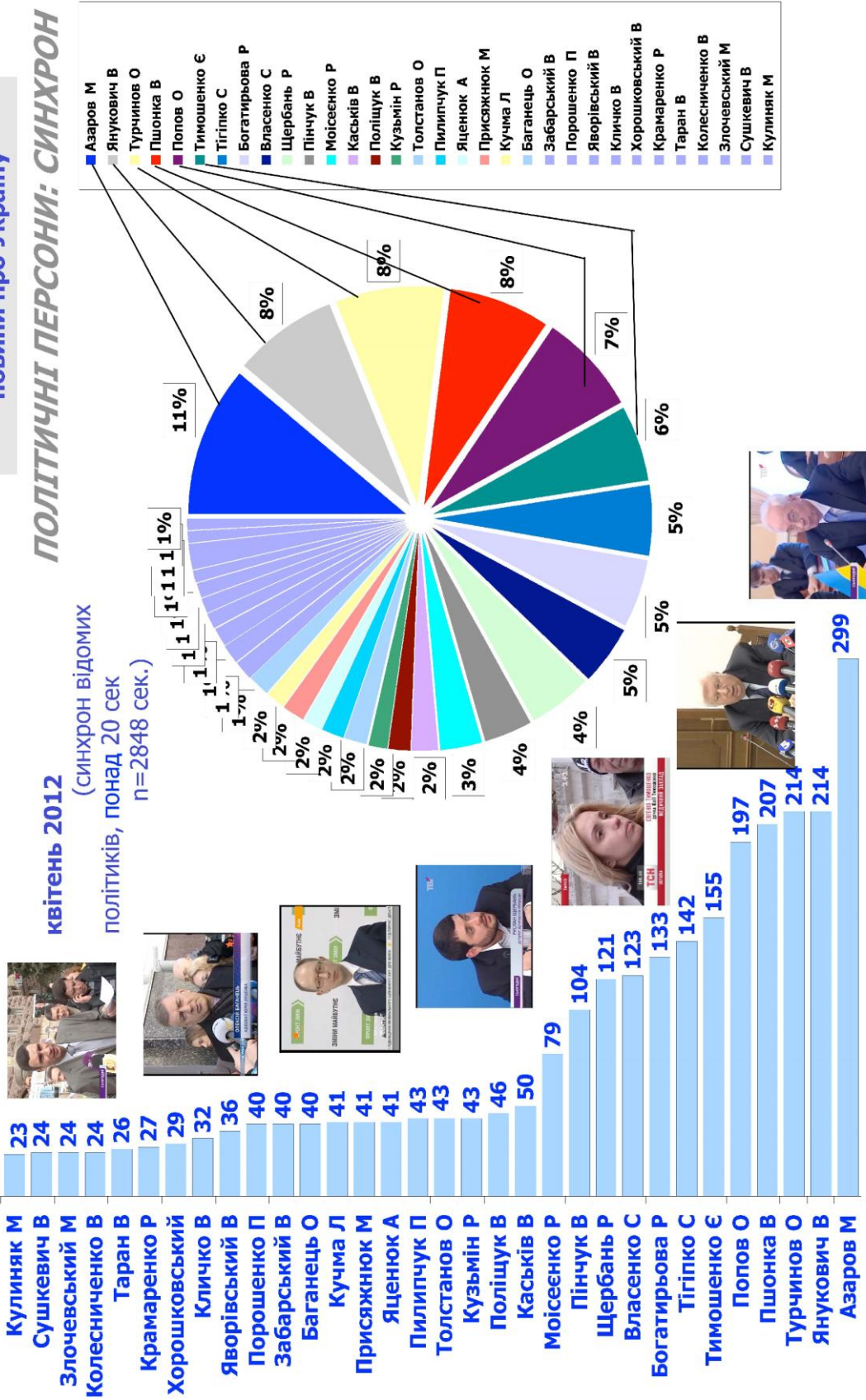


ПОЛІТИЧНІ ГРАВЦІ

новини про Україну

ПОЛІТИЧНІ ПЕРСОНИ: СИНХРОН

квітень 2012
(синхрон відомих політиків, понад 20 сек. n = 2848 сек.)





МЕТОДОЛОГІЯ

ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ:

- ДОСТУП ПОЛІТИКІВ ДО НОВИННОГО ЕФІРУ (обсяг синхрону)
- ТИПИ НОВИННОГО МОВЛЕННЯ





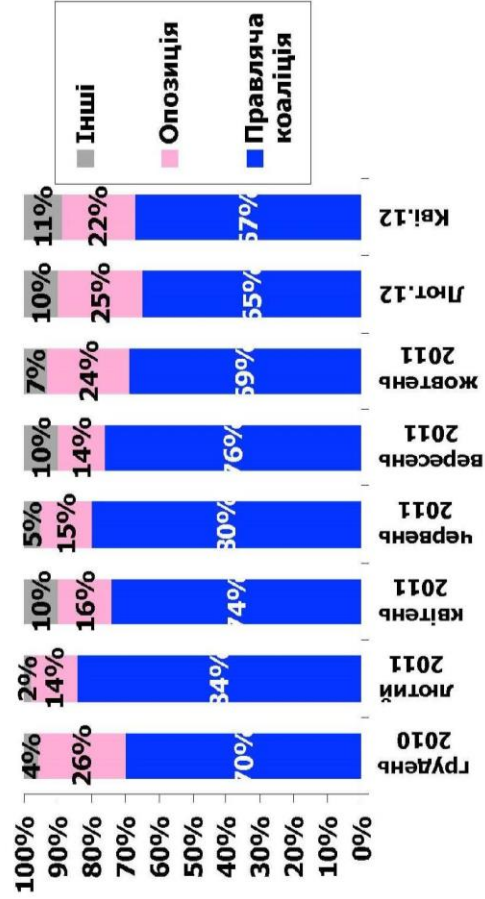
ПОЛІТИЧНЕ ПОЛЕ

ПРЕДСТАВНИКИ ПОЛІТИЧНИХ СИЛ УВАГА & СИНХРОН У НОВИНАХ *



лютий 2012, N = 543 повідомлення \ 577 всіх згадувань про політиків \ 5172 сек. синхрону

квітень 2012, N = 548 повідомлення \ 379 всіх згадувань про політиків \ 2848 сек. синхрону



увага до політиків

Новини про Україну

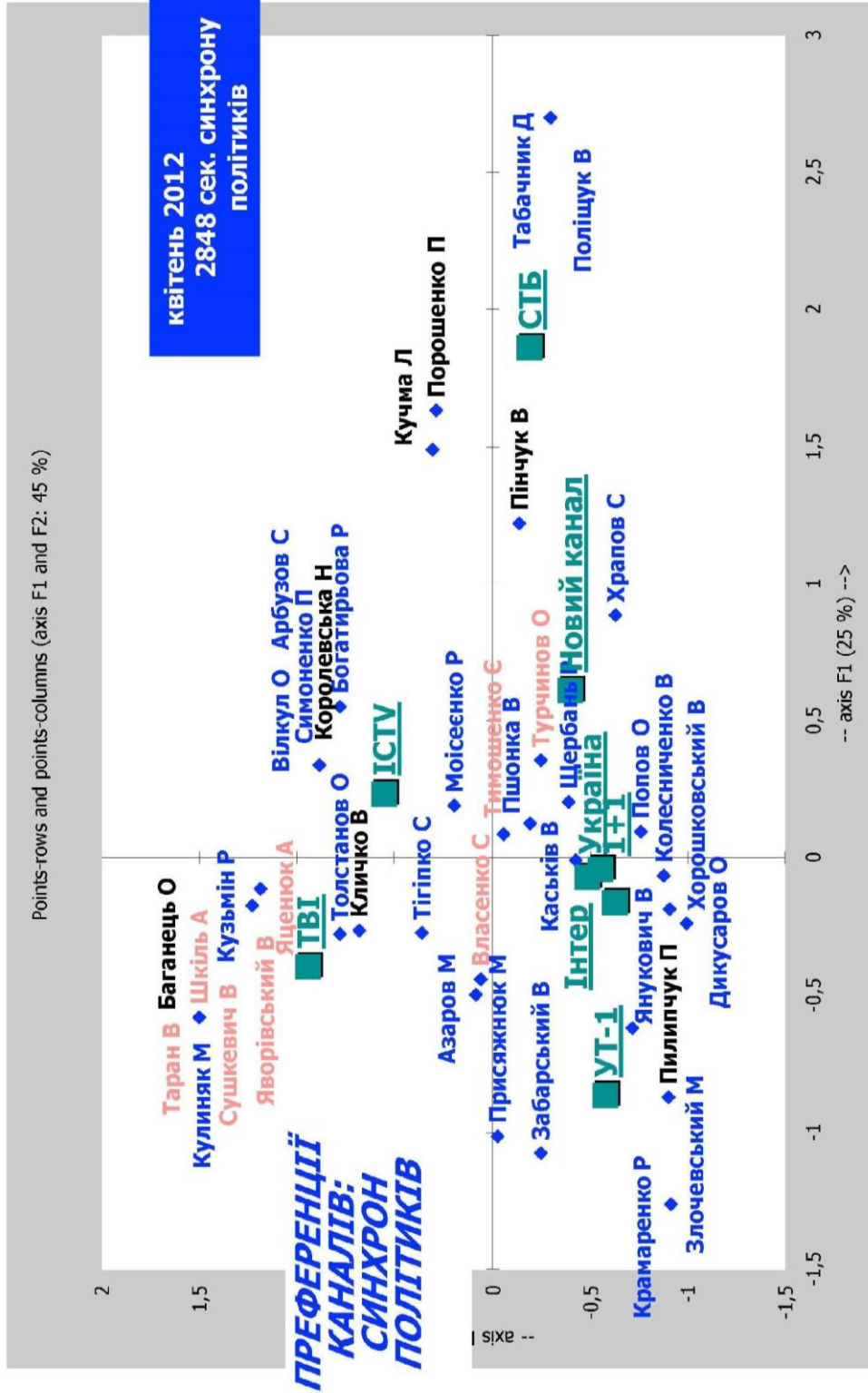
**Розподіл синхрону/
уваги до політиків**

* Частка (%) синхрону/ уваги до представників політичної сили в обсягу синхрону/ уваги до представників всіх політичних сил

синхрон політиків



ПОЛІТИЧНЕ ПОЛЕ

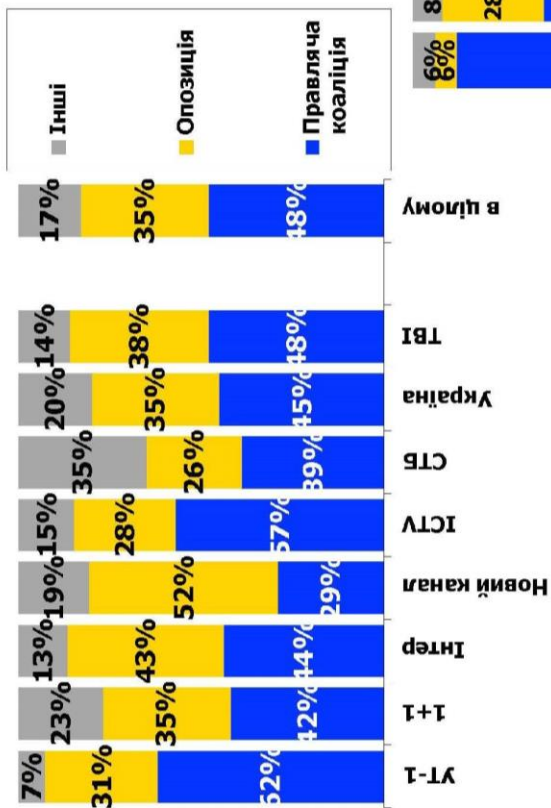


Новини про Україну

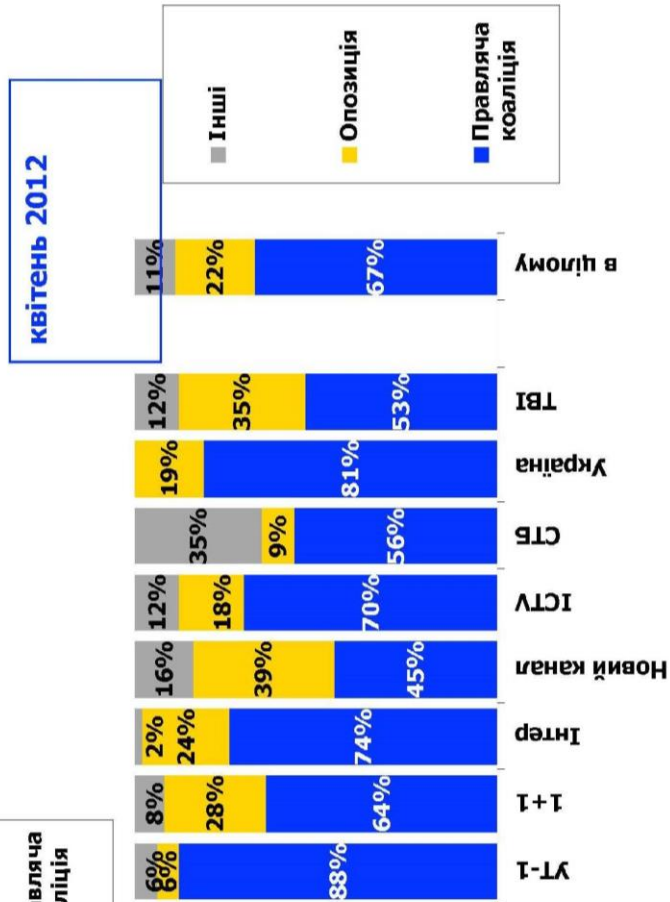


ПОЛІТИЧНЕ ПОЛЕ

ПРЕДСТАВНИКИ ПОЛІТИЧНИХ СИЛ
УВАГА & СИНХРОН У НОВИНАХ *



Розподіл синхрону політиків



Розподіл уваги до політиків

квітень 2012

Новини про Україну

* Частка (%) уваги до політика в обсягу уваги до всіх представників політичних сил

** Частка (%) синхрону політика в обсягу синхрону всіх представників політичних сил

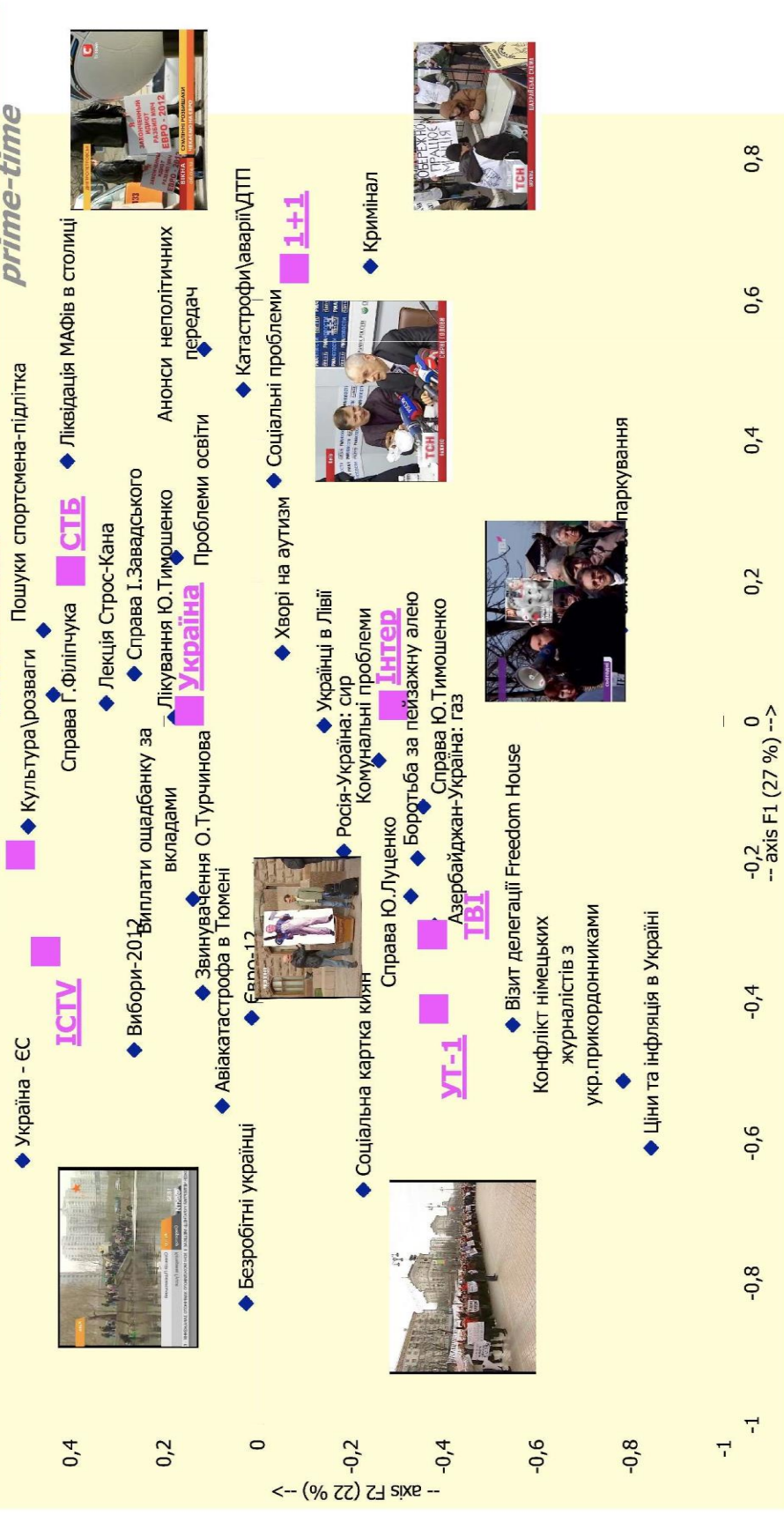


**УВАГА ДО
ПОЛІТИЧНИХ ПОДІЙ
В НОВИНАХ
КВІТНЯ 2012,
prime-time**

Points-rows and points-columns (axis F1)

ПОЛІТИЧНІ ПОДІЇ

Новий канал





МЕТОДОЛОГІЯ

КОДУВАЛЬНИЙ ПРОЦЕС:

- ✓ 10 кодувальників с досвідом роботи*
- ✓ Інструкція кодувальнику - документ, що детально описує схему і показники дослідження
- ✓ Схема роботи кодувальників з обов'язковою ротацією
- ✓ Ввод даних кодування в стандартизований файл по спеціально розробленій комп'ютерній програмі (мінімізація помилок вводу даних, незалежність кодувальників)
- ✓ Тренінг кодувальників (загальний, перед кожною хвилею)
- ✓ Тест кодувальників на надійність перед кожною хвилею
- ✓ Контроль за роботою кодувальників (15% усього масиву джерел)
- ✓ Цифрові відеозаписи телепрограм та підписки на друковані видання забезпечується АУП
- ✓ Пакет обробки інформації - SPSS

* Надійність роботи кодувальників у попередніх проєктах - 85-90%



МЕТОДОЛОГІЯ

ПРЕДСТАВЛЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ:

- Щоквартальні презентації даних дослідження з аналітичними висновками (формат Power Point)
- Аналітичний звіт по завершенню всього періоду на основі отриманих даних і експертних оцінок
 - Зміст і динаміка політичного дискурсу в українських медіа
 - Тенденції розвитку політичної комунікації в Україні
- За вимогою: надання всіх матеріалів дослідження
 - Архів повідомлень (відеозаписи телепрограм, копії друкованих видань і Інтернет-сайтів)
 - Масиви даних за будь-який часовий період (формат SPSS)
 - Таблиці даних по будь-якому джерелу за будь-який період часу (формат Excel)



Вибіркове дослідження vs Суцільне

обстеження

ОДИН ТИЖДЕНЬ НА МІСЯЦЬ:

- частка уваги до категорії/темі в інформаційному потоці/окремих джерелах, сума згадувань про категорію за тиждень
- строгі нормовані показники (%), що дозволяють відслідковувати стан і динаміку інформаційного потоку
- висока надійність**
 - робота кодувальників із записами телепрограм, формування архіву документів (забезпечення бази наступних і порівняльних досліджень)
 - схема контент-аналізу джерел з ротацією кодувальників у кожній хвилі (зниження систематичної помилки)
 - контроль за отриманими даними (pre-тест перед кожною хвилею, контроль 15% усього масиву отриманої інформації)

ЩОДНЯ :

- сума всіх згадувань про категорію/тему в інформаційному потоці в період часу, що відслідковується
- абсолютні значення, що утрудняють порівняння змісту різних за форматом джерел
- низька надійність**
 - робота кодувальників по ходу ефірної трансляції телепрограм
 - кодування регіональних джерел тими самими операторами на місцях (підвищення систематичної помилки, ризик "індивідуального" перекодування отриманих даних)
 - низька можливість контролю через відсутність записів телепрограм



Вибіркове дослідження vs Суцільне обстеження

Вибіркове дослідження,
нормовані показники (%),
висока надійність

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ

- опис ситуації
- матеріал щодо аналітики
- порівняння різних періодів

Суцільне обстеження,
абсолютні показники,
невисока надійність

ОПИС СИТУАЦІЇ

- оперативна діагностика

Наукове видання
(українською мовою)

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕНЬ МАС-МЕДІА
Робоча книга (handbook)

Відповідальний за випуск – В. В. Костюк
Науковий редактор – П. В. Мірошніченко
Технічний редактор – Л. А. Браженко
Коректор – В. М. Остапенко
Обкладинка – Л. В. Габелая

Підп. до друку 07.12.2017. Формат 60x90/16. Папір офсетний.
Друк ризографічний. Умовн. друк. арк. 9,7
Замовлення № 166. Наклад 300 прим.

Запорізький національний університет
69600, м. Запоріжжя, МСП-41
вул. Жуковського, 66

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 5229 від 11.10.2016