

Эмпирические методы СМК

Практические занятия по СМК

К полит.н., доцент Пустовойт Ю.А.

Виктор Вахштайн. Формула сообществ а

- Однажды молодой британский антрополог А.Р. Рэдклифф-Браун, увлекшийся анархизмом и мечтавший о реформировании современного ему викторианского общества, обратился за советом к князю П.А. Кропоткину. Совет последнего был прост и недвусмыслен: «чтобы реформировать общество необходимо его изучить; изучать же лучше первобытные, примитивные формы социальной организации». **В совете Кропоткина угадывается свойственное позитивизму XIX века противопоставление простого сложному. Примитивные общества подчиняются тем же законам общественного развития, что и современные, только последние сложнее, дифференцированнее и потому менее доступны изучению.**
- В XX столетии классическая оппозиция «простое / сложное» вытесняется противопоставлением «свое / чужое». Теперь туземцев следует изучать именно потому, что они не похожи на изучающего их антрополога, они *иные*, а значит, нет риска отождествления, сочувствия, нет «риска искушенности», опасности перенесения на изучаемых аборигенов собственных, почерпнутых из повседневности, донаучных объяснений. Антрополог и туземец существуют в разных «жизненных мирах»; то, что для аборигена составляет ткань повседневности, для исследователя – не более чем материал к описанию и размышлению. Закономерно, что теперь все, интересующее антрополога, представляет собой «...своеобразную квинтэссенцию чужого, *Другого*. При этом с одной стороны, *Другое* привлекает, провоцирует любопытство, будит воображение, с другой – рождает тревогу, вызывает брезгливость, отталкивает, пугает или настораживает». Уорнер одним из первых применяет антропологический инструментарий к анализу жизни современного городского сообщества: **он интервьюирует мэра города так, как если бы это был вождь местного племени, он изучает празднование своими соотечественниками Дня Независимости так, как если бы это был кровавый ритуал жертвоприношения. Уорнер берет на себя смелость стать «чужим среди своих».** В итоге, «свое», общее для исследователя и исследуемых, предстало в качестве «чужого», незнакомого и настораживающего.

Виктор Вахштайн. Формула сообществ а

- Так, Ф. Теннис строит ключевое для всей его теоретической схемы описание «Общества и Общности» на базе отношения знакомого / чуждого. «Вряд ли стоит подробно объяснять, – пишет он, – насколько велико значение этого различия, скажем о нем лишь вкратце. **В чужом городе, в толпе чужих людей вы случайно встречаете знакомого, может быть, даже “хорошего знакомого” или просто старого знакомого. Как правило, это – радостное переживание.** Сразу возникает желание вступить с ним в разговор... Если повстречавшийся человек известен вам как шапочный знакомый, то, наверное, в первый раз (а может, и в последний) вы поздороваетесь с ним за руку. Причем знакомый может быть вам в других отношениях... совершенно чужим человеком, в частности, принадлежать к другой нации и говорить на чужом языке»(4). Любопытно, что это наблюдение – подтвержденное спустя полстолетия в остроумном эксперименте «Знакомый незнакомец» Стэнли Милгрэма – основано не только на здравом смысле, но и на аксиоматике теннисовской теории: идентичность сообщества основывается на эмоциональной связи его членов. **Приязнь к «своим» и неприязнь к «чужим», таким образом, укоренена одновременно социально и эмоционально. («Существует одно железное правило, касающееся всех знакомых незнакомцев, – пишет Милгрэм, – сойдя с подмостков, на которых происходят их рутинные встречи, они весьма охотно идут на контакт.** Можно с большой долей уверенности утверждать, что при встрече в каком-нибудь захолустье эти люди опознают друг друга, вступят в разговор и даже ощутят прилив почти родственных чувств». (5))

Виктор Вахштайн. Формула сообщества

	«Свое»	«Чужое»
«Внутри»	Сообщество	«Чужаки»
«Вне»	«Диаспора»	«Враги»

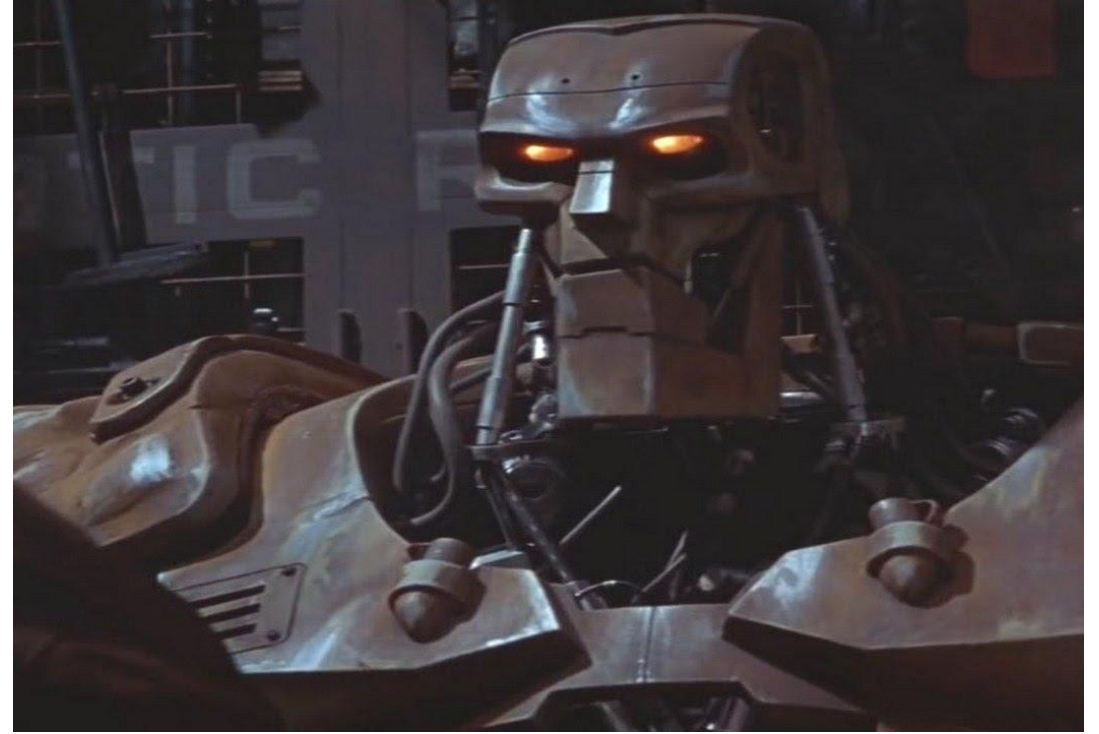
- Сообщество определяется своей способностью выстраивать интерфейсы коммуникации с «внешним своим» (назовем эту группу «диаспорой»), «внутренним чужим» (классическим зиммелевским «чужаком») и «внешним чужим» (экзистенциальным «врагом» в определении Карла Шмитта (7)). Таковы координаты самоопределения сообщества. (Кажется интересной гипотеза, согласно которой именно наличие «чужака» – а не «врага» – делает сообщество сообществом. Благодаря «врагу» сообщество становится *политическим*, но на формирование его идентичности «чужак» оказывает гораздо большее влияние.)

Виктор Вахштайн. Формула сообществ а

- На ранней стадии развития «community studies» сообщество мыслится как функция от индивидов и территории. Не столь важно, в каком отношении находятся две этих переменные: приобретает ли территория значение лишь в силу того, что на нее проецируются социальные отношения, или же она обладает самостоятельным значением как «контейнер», делающий возможным социальное взаимодействие. Два этих фактора – люди и территория – неизменно входят в определение сообщества. Роберт Парк пишет: «Простейшее возможное описание сообщества следующее: это собрание людей, занимающих более или менее четкую область».
- $C = f(p, t)$
- где C – сообщество, p – люди, t – территория, а в роли f поочередно выступают «институты», «нормативное принуждение», «общность культурных кодов», «сущностная воля», «эвокативные символы» и т.п. Такова механика солидарности сообщества.
- Уже в послевоенной Европе такой теоретический образ сообщества начал терять свою яркость и убедительность. Благодаря усилиям исследователей-конструктивистов стала более понятна механика конструирования сообществ заинтересованными группами. А, следовательно, если сообщества «произведены», они уже не могут претендовать на статус самостоятельного «производителя» социальных феноменов (и уж точно не являются монополистами на этом рынке). Релятивизм в философии расшатал основы всех форм субстанциализации – после него выражения «вещь среди вещей», «изучать как вещи», «имманентные свойства» и т.п. лишают убедительности эту классическую метафору.

Виктор Вахштайн. Формула сообществ а

- Что же, в таком случае, является основанием сообщества? Старый, но хорошо забытый ответ – *коммуникация*. Это лишь один из множества возможных ответов; их сравнительная ценность определяется исключительно тем, что именно они позволяют увидеть и какие новые вопросы – поставить. Тем не менее, коммуникация все чаще фигурирует в качестве источника солидарности сообществ нового типа.
- У подобной «производящей коммуникации», может быть множество параметров описания. Выделим три наиболее часто упоминаемые:
 1. **Структура коммуникативных обменов.** Кто, с кем и как взаимодействует? Это параметр плотности контактов между членами сообщества и сила коммуникативных связей между ними же.
 2. **Событийная архитектура.** Сообщества событийны, потому что событийна коммуникация. Сообщества порождаются событиями коммуникации; можно выделить сообщество-устанавливающие события и события рутинные, ординарные. И те и другие участвуют в производстве сообществ, но в случае рутинных событий коммуникации речь должна идти о вос-производстве, тогда как учреждающие события являются абсолютными и перформативными.
 3. **Коды коммуникации.** На каком «языке» происходит коммуникация? Каковы встроенные в него способы описания мира? Как именно используемая в данном языке метафорика позволяет сообществу ответить на вопрос о себе и о своем положении в мире?
- Текст основан на материале Вахштайн В. Производство сообществ: Событие, язык, коммуникация // 60 параллель. 2011. № 2. С. 72-81.



Методы (от опроса до групповой дискуссии) – способы выяснения массового сознания – набора семантических единиц управляющих поведением больших масс людей

- Вне зависимости от методов от строгого позитивистского опроса до свободной дискуссии результат один – выявить общественное мнение – совокупность ценностей, норм и представлений управляющих поведением людей

Общественное мнение????????????????

- Существует ли «общественное мнение»
- — Социологи пытаются узнать «общественное мнение». Но многие отмечают, что никакого «общественного мнения» попросту не существует — есть лишь то, что искусственно конструируется в ходе соцопроса. Как прикладная социология отвечает на эту критику?
- — Критика социологии внутри самой науки гораздо более интенсивна, чем вовне. Основной тезис на этот счет был озвучен знаменитым социологом Пьером Бурдьё в 1970-х годах — «общественного мнения не существует». В профессиональной среде никто не пытается спорить с тем, что общественное мнение конструируется в ходе разговора респондента с интервьюером и не является объективным и неизменным, существующим в безвоздушном пространстве. Но его несуществование не является негативно-отрицательным: то, что не существует, тоже поддается наблюдению. Общественное мнение — один из таких антифеноменов, несуществующих, но наблюдаемых.
- Общественное мнение конструируется, как и любой социальный факт. В культовой книге Питера Бергера и Томаса Лукмана «Социальное конструирование реальности», которая вышла в 1966 году, утверждается, что социальный конструкт — это весьма позитивная область знания. **Поэтому, чтобы понять, что такое общественное мнение, нужно сначала признать его несуществование, а затем наблюдать, как оно конструируется в ходе соцопросов — ситуациях в обыденном представлении довольно странных.**
- Исследователь Дмитрий Рогозин — о том, как соцопросы конструируют общественное мнение
- <https://theoryandpractice.ru/posts/17472-issledovatel-dmitriy-rogozin--o-tom-kak-sotsoprosy-konstruiruyut-obshchestvennoe-mnenie>



Невозможно представить
серьезный разговор с незнакомым
человеком

Невозможно говорить долго.
(Философ Герберт Пол Грайс
выделил четыре максимы
успешной коммуникации: это
правдивость, экономия речевых
средств, релевантность, ясность)

Невозможно говорить на тему
которая не особо волнует
собеседников

Тем не менее....



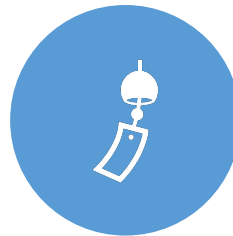
ОБЩЕСТВЕННОЕ
МНЕНИЕ ОБЛАДАЕТ
ПРИНУДИТЕЛЬНОЙ
СИЛОЙ (Э.ДЮРКГЕЙМ)



ИСТИНА ТО, ЧТО
ПУБЛИЧНО
ПРОИЗНОСИТСЯ



ОБЩЕСТВЕННОЕ
МНЕНИЕ НАЧАЛИ
ИЗУЧАТЬ В США В
НАЧАЛЕ 19 ВЕКА



POLLS И СОЛОМЕННЫЕ
ОПРОСЫ (ПОДБРОСЬ
СОЛОМУ ДЛЯ ТОГО ЧТО
БЫ УЗНАТЬ
НАПРАВЛЕНИЕ ВЕТРА)

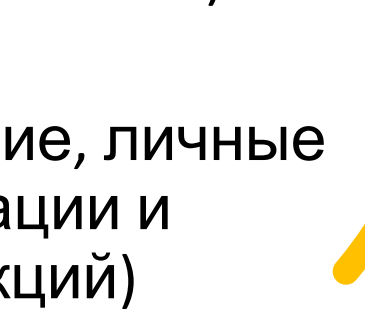


МАССОВЫЙ ОПРОС
=ВЫБОРЫ(ВСЕОБЩИЕ,
РАВНЫЕ И ТАЙНЫЕ)



ВЫБОРКА (В ИДЕАЛЕ-
СЛУЧАЙНАЯ),
НЕЙТРАЛЬНОСТЬ (РОБОТ
ПРИ ОПРОСЕ ЛУЧШЕ
ЧЕЛОВЕКА),

Но ...блиц
опросы,
интервью,
фокус группы
и групповая
дискуссия -
дают
сопоставимы
е результаты

- Блиц опрос быстро по районам, группам и минимальному числу вопросов
 - Экспертное интервью – слушай и доверяй
 - Глубинное интервью – часы, ради пары предложений
 - Парное интервью (иногда экзистенциальный опыт)
 - Фокус группа (опрос и наблюдение, 8 человек, незнакомые, одинаковая характеристика, нет единого мнения, выяснить реакцию на...)
 - Групповая дискуссия (коллектив, неограниченное число, есть мнение, личные связи, выбить из привычной ситуации и посмотреть на многообразии реакций)
- 

Контент анализ



Контент анализ – систематическая числовая обработка оценка и интерпретация формы и содержания информационного источника:



Формальные характеристики текста



И форма (размер, время, место создания и издание)



И содержание



И визуальная информация

Контент – анализ

- Анализ церковных книг
- Эмпирические исследования газет в США
- Техника пропаганды. Мы и Они Г. Лассуэл
- Электоральное поведение. Поль Лазерфельд Влияние музыкальных предпочтений
- Сейчас в фокусе внимания эмоциональный тон и визуализация



Контент – анализ

- Проблема
- Совокупность ИСТОЧНИКОВ
- Выборка



Классификатор как основной методический документ контент-анализа

	Категории	Единицы анализа	Единицы счета
Определение	Ключевое понятие	Кусок текста, в котором содержится категория анализа	Количественная мера единицы анализа
Выражается в ...	<ul style="list-style-type: none">- Проблема- Тема- Слово	<ul style="list-style-type: none">- Предложение- Слово- Персона	<ul style="list-style-type: none">- Площадь текста- Число строк (абзацев)- Длительность трансляции

Контент – анализ



Классификатор контент-анализа (на примере брачных объявлений) – фрагмент (пример)

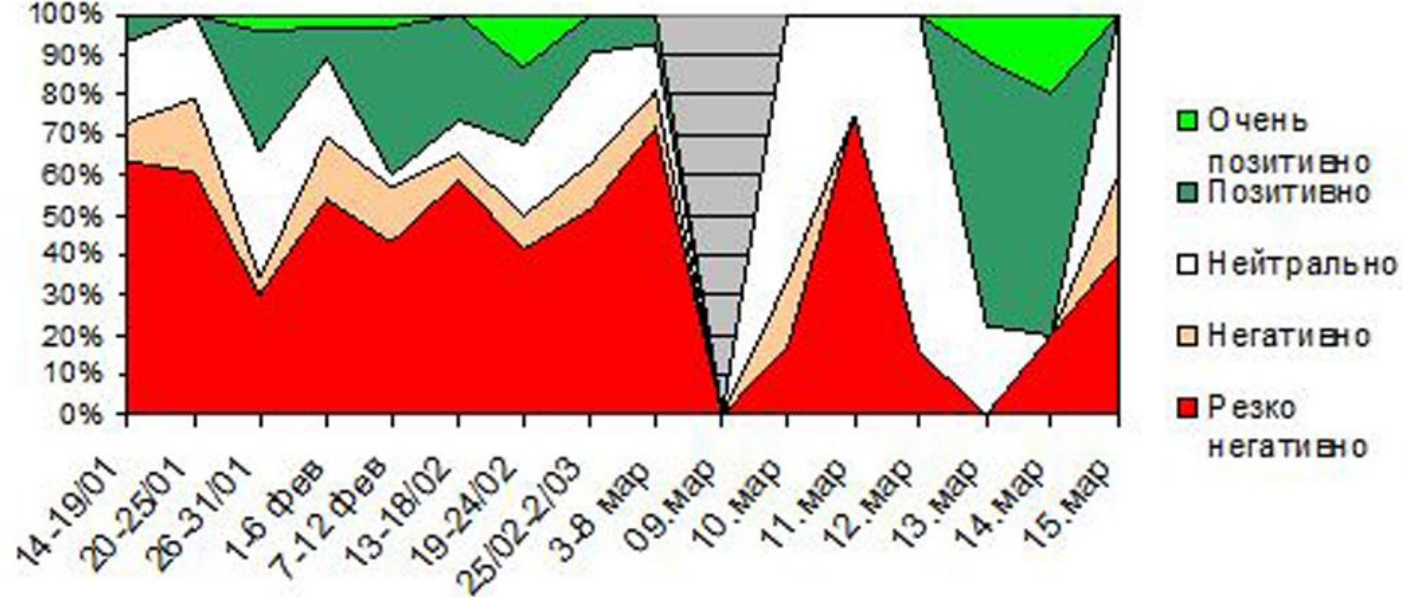
Единицы анализа	Индикаторы (единицы счета)
Качества «жены»	«люблю готовить», «вкусно готовлю», «заботливая», «хороший друг», «умею создавать уют», «домашний труд не в тягость»...
Качества характера	«мягкая», «спокойная», «веселая», «жизнерадостна», «ровная в общении», «доброжелательная», «скромная», «добра»...
Увлечения в свободное время	«люблю ходить в походы», «люблю путешествовать», «обожаю театр», «ценю поэзию», «увлекаюсь игрой на гитаре»...
Хар-ки уровня мат. и жил. обеспечен.	«материально независимая», «в жилплощади не нуждаюсь», «рассчитываю на улучшение жилищных условий», «материально обеспечена» ...
Внешние данные	«выгляжу соответственно возрасту», «полная», «внешность приятная», «небольшого роста», «склонна к ...»

Контент – анализ

Категории анализа	Единицы анализа		
Проблемность статьи	Наличие проблемы или проблемной ситуации в статье		
	Присутствует (упоминается, подробно описывается и т.п.) – код 101 Отсутствует (не упоминается) – код 102		
«Настроение» статьи	«Интонация» статьи		
	Позитивная – код 301	Негативная (в том числе наличие иронии, сарказма и т.п.) – код 302	Нейтральная – код 303
Качество статьи	Тип материала		
	Пресс-релиз (новость от официальных представителей властей или организаций) – код 601		
	Репортаж – код 602		
	Комментарий эксперта (аналитика и т.п.) – код 603		
	Интервью – код 604		
	Новость – код 605		
	Расследование – код 606		

- Как видно из представленной выше таблицы 15 марта 2018 года характер эфира на центральном ТВ по отношению к кандидату от КПРФ П.Н. Грудинину в количественном плане можно охарактеризовать как **негативный**.
- В качественном же плане, как будет показано выше, можно говорить о чрезвычайно негативной тональности.
- «Неправильная синусоида» информационной войны против кандидата П.Н. Грудинина и КПРФ вышла на новую, заключительное «плато негатива».
- Доля сюжетов с негативной информацией о П.Н. Грудинине составила **60%** от общего числа «выборных» сюжетов с упоминанием о кандидате от КПРФ. **Остальные сюжеты с упоминанием П.Н. Грудинина расценены как нейтральные.**
- В **54,5%** от всех сюжетов информация о деятельности кандидата П.Н. Грудинина была федеральными телеканалами проигнорирована, тогда как деятельность ряда других кандидатов в президенты получила самое активное освещение.
- Отметим, что в первой половине дня, 15 марта 2018 года, информируя избирателя о деятельности ряда кандидатов в президенты 14 марта 2018, телеканал «Россия-1» исключил из выборного блока репортажи о встрече П.Н. Грудинина с представителями творческой интеллигенции.

<http://cipkr.ru/2018/03/16/ugolovshhina-na-kanale-rossiya-kontent-analiz-informatsionnyh-syuzhetov-o-pre-dvybornoj-kampanii-na-federalnyh-telekanalah-15-marta-2018-goda/>



Структура сообщений с упоминаниями кандидатов на всех федеральных ТВ-каналах, 22 декабря – 15 марта

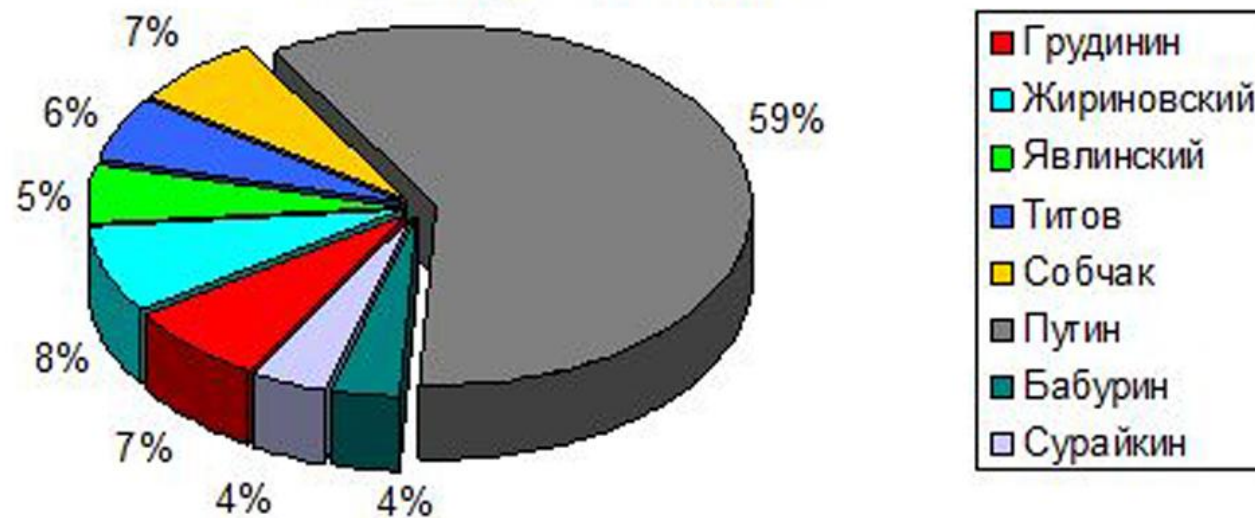


Таблица 1

Присутствие кандидатов в президенты на всех федеральных ТВ-каналах

Методы анализа текста

«Медиа не могут диктовать людям, что им следует думать. Однако они могут диктовать то, о чем следует думать.»

Максвел МакКомбс и Дональд Шоу «Теория повестки дня»

Главный конкурент теории повестки дня — теория фреймов. Она утверждает, **что медиа говорят человеку, как именно следует думать**

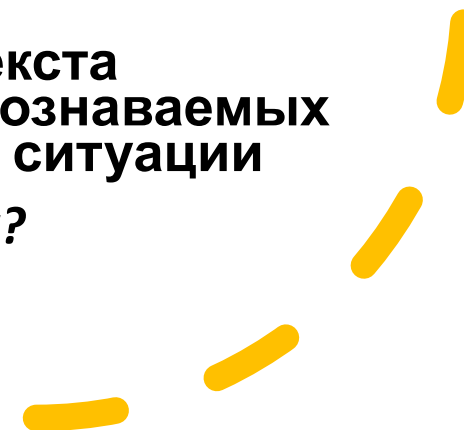
Анализ Нарративов - анализ повествований (историй) Почему мне рассказывают историю именно так?

Анализ Дискурса – анализ целостного эмоционального настроения в определенном контексте

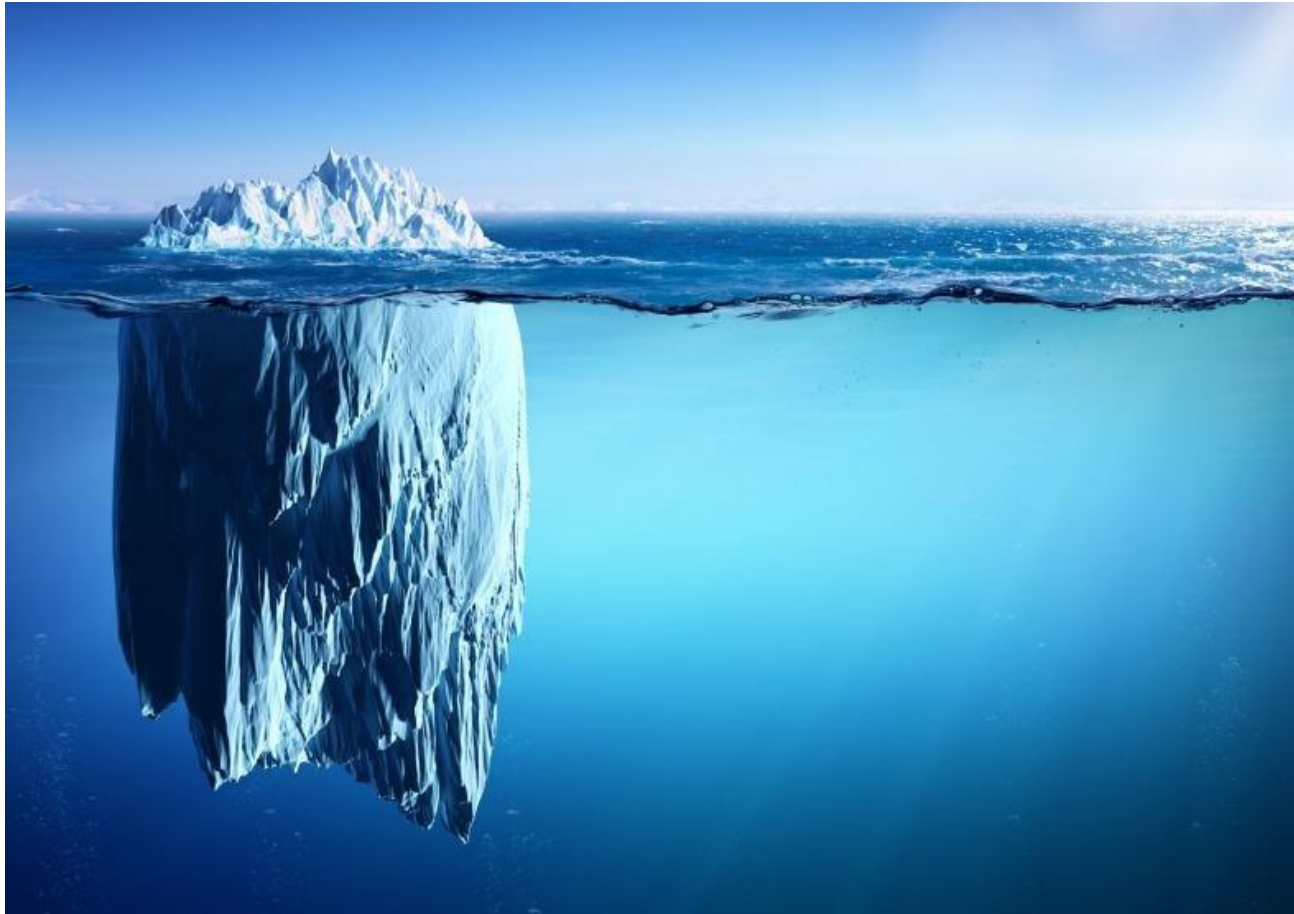
Почему я так чувствую историю?

Анализ Фреймов – структурного контекста повседневного взаимодействия, неосознаваемых рамок рассмотрения и интерпретации ситуации

Почему я так думаю о происходящем?



Методы анализа текста Нарратив



Обыватель воспринимает нарративное сообщение не разделяя образ и реальность, факт, сообщение, комментарий и связку между фактом и комментарием которая укладывается в привычные рамки свое (позитивное), чужое (негативное), общее (нейтральное)

Профессионал рассматривает нарратив, отделяя содержание сообщения от трактовки, то есть разделяет событие о котором повествуется и цель с которой повествуется о данном событии.

Методы анализа текста Нарратив (Е. Р. Ярская- Смирнова)

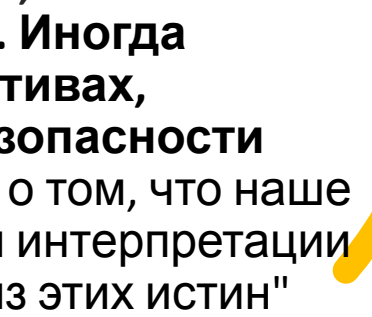
- Из работ И.Гоффмана известно, что каждый социальный актер желает убедить себя и других, что он (или она) — хороший человек, то есть нарратив означает представление себя (self-presentation).
- Истина, по Мерло-Понти, — другое название того, что само по себе есть присутствие в нашем присутствии всех других присутствий. Истории информантов не просто отражают внешний мир. **Они конструируемы, творчески созданы, наполнены предположениями и интерпретивны.** Когда рассказанная история понимается как текст, исследователь подходит к языку с точки зрения способа и условий конструирования смысла, то есть анализируя контекст МОТИВОВ



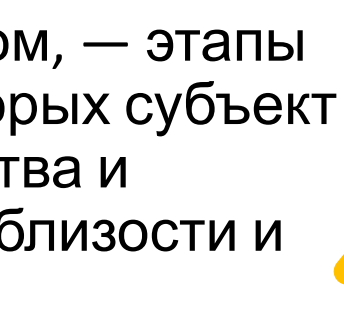
Методы анализа текста Нарратив

Эта позиция хорошо сформулирована объединением авторов, называющих себя "Personal Narratives Group":

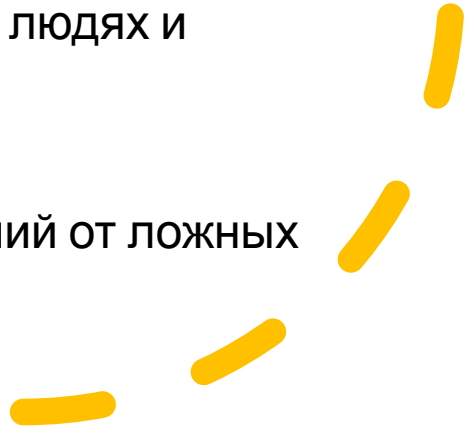
"Рассказывая свои жизни, люди порой лгут, многое забывают, преувеличивают, путаются и неверно истолковывают многие вещи. Однако они все равно открывают, обнаруживают истины. Эти истины не показывают прошлое так, "как оно на самом деле было", стремясь к идеалу объективности. Вместо этого они представляют истину опыта. **По сравнению с истиной научного идеала, истины личных нарративов не открыты доказательству и не самоочевидны. Мы можем понять их, только интерпретируя, уделяя пристальное внимание контекстам, в которых они сформировались, и мировоззрениям, которые повлияли на них. Иногда истины, которые мы видим в личных нарративах, вытаскивают нас из нашей благодушной безопасности интерпретаторов извне"** истории, напоминая о том, что наше собственное место в мире играет роль в нашей интерпретации и оформляет смыслы, которые мы извлекаем из этих истин"



Методы анализа текста Нарратив

- Итак, нарратив — такая форма повествования, которая никогда не теряет из вида два реально существующих полюса человеческой жизни: индивидуальный и социальный.
 - Истории жизни выражают, во-первых, фазу необходимого отделения субъекта от группы и, во-вторых, фазу его добровольного, контролируемого возвращения в группу. Тогда главной целью истории жизни является не формирование обособленной личности, а осуществление связи между этими двумя полюсами
 - События, описываемые рассказчиком, — этапы жизненного опыта, посредством которых субъект развивает в себе диалектику тождества и различия, исключения и включения, близости и отдаленности
- 

Методы анализа текста Нарратив

- Среди структурных черт, важных для исследования биографического нарратива, Н.Дензин отмечает следующие:
 - 1) существование, как бы незримое присутствие "других",
 - 2) влияние пола и социального класса,
 - 3) упоминание семейного прошлого,
 - 4) наличие точки отсчета,
 - 5) предположение о существовании автора или наблюдателя, хорошо знакомого с описываемым жизненным опытом,
 - 6) объективные жизненные маркеры (например, "смерть отца", "наступление матери", "эгоизм мачехи"),
 - 7) предположение, что речь идет о реальных людях и реальных событиях их жизни,
 - 8) упоминание поворотных событий,
 - 9) акцент на различии правдивых утверждений от ложных
- 

Методы анализа текста Нарратив

Под нарративом понимается **любой повествовательный текст, функция которого — информировать адресата о событиях. Это специфический тип изложения, который в отличие от дескриптивного (описательного) или экспозиторного (объяснительного) типа, имеет сюжет.** Именно «осюжеченные» тексты несут в себе кладезь информации, ценной для социального исследователя, для которого в первую очередь важны не фактуальные данные о событиях, т.е. не то, что излагает автор, а то, как он осмысливает и преподносит информацию значимому другому — своему собеседнику.

От русских формалистов (В.Б. Шкловский, Б.М. Эйхенбаум, Б. В. Томашевский) различия:

ФАБУЛА – совокупность событий по хронологии.

СЮЖЕТ – совокупность событий отраженных в тексте.

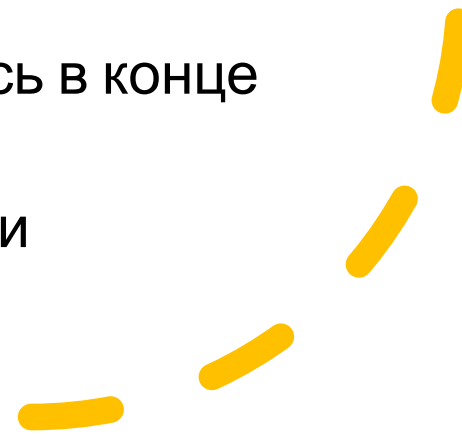
Как организовано повествование? Почему информант рассказывает свою историю ИМЕННО ТАК, разговаривая с ЭТИМ СЛУШАТЕЛЕМ?



Методы анализа текста Нарратив

У. Лабов выделял шесть элементов структуры нарратива, каждый из которых несет определенную функциональную нагрузку:

- 1) краткое изложение для слушателя существа происшедших событий, о которых пойдет речь;
- 2) ориентация слушателя относительно времени, места, ситуации, участниках событий;
- 3) передача последовательности событий;
- 4) оценка значимости и смысла действий, выражение отношения рассказчика к событиям и действиям;
- 5) разрешение ситуации (что случилось в конце концов),
- 6) кода: возврат к настоящему времени

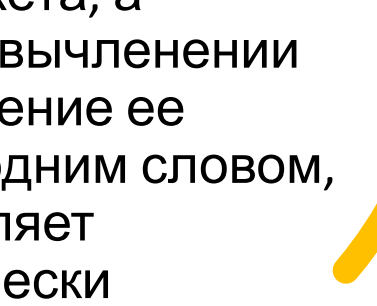


Методы анализа текста Нарратив

Владимир Яковлевич Пропп стал пионером в систематическом исследовании структуры повествований. В 1928 г. в работе «Морфология волшебной сказки» он создал классический вариант описания и классификации сюжетов; центральной категорией анализа стало действие персонажа, или его функция.

Под функцией В. Пропп понимал **«поступок действующего лица, определяемый с точки зрения его значимости для хода действия»**

Выделяемая аналитически функция не зависит от того, кто и как ее выполняет не зависит от персонажа и средства. Функций меньше, чем персонажей: функция — это постоянный, неизменный элемент сюжета, а персонажи и средства — переменные. При вычленении функции В. Пропп давал (а) краткое изложение ее сущности, (б) сокращенное определение одним словом, (в) условный знак. Введение знаков позволяет сравнивать построение сюжетов схематически



Методы анализа текста Нарратив

Альгирдас-Жюльен Греймас посчитал, что 31 функция, выделенная

В. Проппом, – это слишком много для базовых принципов структурирования повествования. Объединив парные функции, он получил сначала 20 функций: 1) отлучка; 2) запрет vs нарушение; 3) выведывание vs выдача; 4) разочарование vs повиновение; 5) предательство vs нехватка; 6) предписание vs решение героя; отправление; 7) отправление; 8) назначение испытания vs противостояние испытанию; 9) получение вспомогательного средства; 10) пространственное перемещение; 11) битва vs победа; 12) метка; 13) ликвидация нехватки; 14) возвращение; 15) преследование vs избавление; 16) прибытие инкогнито; 17) определение

задачи vs успех; 18) узнавание; 19) изобличение предателя vs обнаружение героя; 20) наказание vs свадьба



Методы анализа текста

Теория построения текста репортажа

6-актантная модель Греймаса

В любом тексте присутствуют:



О чём репортаж?

от: www.tvzayavka.com



Чем больше
актантов, тем
интереснее!

Объект — функция рассказа, означающая все то, что является предметом желания главного субъекта, т. е. понятие «цели» включено в один большой класс «объекта».

Получатель (или бенефициарий) — актант, испытывавший на себе улучшение; тот, кто извлекает выгоду из результатов деятельности главного субъекта рассказа или вмешательства отправителя-донатора (дарителя благ).

Помощник — класс персонажей или персонифицированных сил, приходящих на помощь главному субъекту рассказа или вступающих с ним в союз.

Субъект — функция рассказа, объединяющая все атрибуты и действия главного героя, стремящегося получить желаемый объект или достичь желаемой цели.

Противник («антагонист») — один из больших классов или функций рассказа, объединяющий всех персонажей или персонифицированные силы, которые противостоят главному субъекту рассказа.

Таким образом, любой персонаж может быть определен как пучок дифференциальных функций и в зависимости от своего ситуационного положения может объединять разные функции.

Ось адресант — адресат контролирует ценности, определяет создание ценностей и судит о желаниях и их распределении между персонажами.

Ось субъект — объект обозначает траекторию действия и поиск героя или протагониста. Она усеяна препятствиями, которые должен преодолеть субъект, чтобы продвинуться вперед.

Ось помощник — противник облегчает коммуникацию или препятствует ей. Она создает обстоятельства и разновидности действия и необязательно представлена персонажами. Помощники и противники — это иногда лишь «проекции воли к действию и воображаемых сопротивлений самого субъекта».

Актант есть класс «действующих лиц» в широком смысле этого слова, которые в своих различных манифестациях в нарративе обладают той же самой функцией. Актанты проявляются как определенные силы в данном тексте и никоим образом не эквивалентны конкретным действующим лицам рассказа или драматическим персонажам пьесы.

Методы анализа текста



Р. Францози, анализируя модель А.-Ж. Греймаса, считает что она работает следующим образом:

(а) Адресант инициирует событие,

(б) Адресат получает от события выгоду,

(в) Противник замедляет или мешает событию, противостоя субъекту или конкурируя с ним за объект,

(г) Помощник приближает событие, помогая субъекту.

Эта аналитическая модель, по мнению А.-Ж. Греймаса, применима не только к сказкам, но и к любым повествованиям, в частности к рекламным сюжетам

«Реклама... не пытается сказать нам напрямую, что мы нуждаемся в определенного рода продукте, но вместе с тем продукт поможет нам приобрести нечто еще, в чем мы, несомненно, нуждаемся, — здоровье, благосостояние, друзей и т.п.». Во многих рекламных роликах сила волшебного суперпомощника мгновенно меняет одну из сфер жизни в лучшую сторону

Т. Вестергаард и К. Шродер

Дополнение: Майкл Уайт

КАРТЫ НАРРАТИВНОЙ ПРАКТИКИ

Введение в нарративную терапию

- Когда мы садимся и начинаем беседовать, я понимаю, что мы отправляемся в путешествие, направление и маршрут которого не могут быть точно известны заранее. Я знаю, что скорее всего мы откроем необыкновенно красивые пути к неизвестным пока целям. Я знаю, что по мере приближения к конечному пункту нашего путешествия мы будем входить в миры иного опыта.
- Новизна возможного проявляется по-разному. Например, в ходе терапевтических бесед люди переформулируют свои цели, неожиданно для себя видят новые задачи, начинают стремиться к таким изменениям, которые изначально невозможно было бы предсказать. В начале беседы человек может заявить о желании стать более независимым, но в ходе самой беседы отказаться от этой цели ради того, чтобы более полно и открыто принять этику партнерства в своей жизни.

Дополнение: Майкл Уайт

КАРТЫ НАРРАТИВНОЙ ПРАКТИКИ

Введение в нарративную терапию

- Многие люди, обращающиеся за помощью к терапевту, **уверены, что проблемы в их жизни — это отражение их глубинной сущности или сущности другого человека, или же природы и сути их взаимоотношений с людьми.** Подобное понимание проблем определяет попытки их решения. К сожалению, от некоторых попыток такого рода проблемы только усиливаются, и это заставляет людей еще более упорно верить в то, что проблемы являются отражением определенных «истин», касающихся человеческой природы и характера (их самих и других людей), а также «истин» о взаимоотношениях. Люди начинают верить, что проблемы внутренне присущи им самим и другим людям, что они сами или другие люди, по сути, и являются проблемой. А такое убеждение только глубже погружает их в пучину тех сложностей, которые они пытаются разрешить.
- Экстернализирующие беседы могут обеспечить противоядие такому «интернализующему» (размещающему проблему внутри) пониманию за счет того, что проблема как бы выводится вовне, превращается во внешний объект. **В подобных беседах используются методы «объективации», «овеществления» проблемы. Это противоречит свойственной нашей культуре практике «овеществления» людей и позволяет людям пережить собственное отличие от проблемы. Получается, что проблема отдельно, а человек отдельно, что проблема — в проблеме, а не в человеке.** Сам человек проблемой не является. В контексте экстернализирующих бесед проблема перестает отражать «истину» о сущности человека. Внезапно становятся видимыми и доступными возможности успешного решения.

Дополнение: Майкл Уайт

КАРТЫ НАРРАТИВНОЙ ПРАКТИКИ

Введение в нарративную терапию



Мишель Фуко проследил истоки интернализирующего понимания жизни и представления о человеческой сущности в западной культуре до середины XVII века. Он предположил, что подобное развитие идей, по сути, являлось результатом:

- Практики разделения людей — от основной популяции отделяли бездомных, бедных, безумных, морально нестойких, навешивая на них ярлык «испорченности».

Дополнение: Майкл Уайт

КАРТЫ НАРРАТИВНОЙ ПРАКТИКИ

Введение в нарративную терапию



- Объективизации, овеществления человеческого тела путем размещения расстройств внутри тела и классификации этих расстройств.
- Сопоставления с нормой как механизма социального контроля («нормативные суждения»). Суждения о «нормальности» побуждают людей соизмерять собственные поступки и мысли, поступки других людей с нормами жизни и развития, которые определяются в рамках профессиональных дисциплин.

Дополнение: Майкл Уайт

КАРТЫ НАРРАТИВНОЙ ПРАКТИКИ

Введение в нарративную терапию



Способ расспрашивания, который применяется в экстернализующей беседе, можно сравнить с журналистским расследуем. Главная задача журналистского расследования — высветить, обнажить проблемы коррупции, злоупотребления сетью и привилегиями. Репортеры, проводящие расследование, не являются политически нейтральными, и тем не менее они не решают проблем, не проводят реформы, не участвуют непосредственно в борьбе с теми, кто, возможно, осуществляет неупотребление властью и привилегиями. Репортеры вовлечены в тему своих расследований, но не «горячо», не напрямую. Их действия, как правило, отражают относительно «прохладную» вовлеченность

Дополнение: Майкл Уайт

КАРТЫ НАРРАТИВНОЙ ПРАКТИКИ

Введение в нарративную терапию

- Вопрос о метафорах очень важен. Все метафоры, используемые в процессе экстернализирующих бесед, заимствованы из определенных дискурсов, которые подразумевают специфическое понимание того, что такое жизнь и что значит быть человеком. Эти дискурсы влияют на поступки людей, направленные на решение проблем. Дискурсы определяют жизнь и в более широком смысле. В ответ на представление о том, что экстернализирующие беседы заставляют людей вовлекаться в поединок или битву с проблемами, чтобы победить и уничтожить их, я недавно пересмотрел все статьи, которые написал за двадцать с лишним лет, и обнаружил, что лишь в одной из них я использовал метафору битвы и поединка
- от проблемы можно уйти, с ней можно развестись (как если бы проблема была спутником жизни — в значительной части мира разводы сейчас разрешены, и человек имеет право брать ответственность за собственную жизнь и определять ее направление);

можно произвести затмение проблемы (если проблема определенным образом «освещает» нашу жизнь, можно понять, что поставить между жизнью и проблемой, чтобы ее «свечение» не достигало жизни — как Луна загораживает Солнце во время затмения);...

Дополнение: Майкл Уайт

КАРТЫ НАРРАТИВНОЙ ПРАКТИКИ

Введение в нарративную терапию

- можно отобразить свою жизнь, чтобы проблема не дергала нас за ниточки (как будто бы проблема — кукловод, превращающий нас в марионетку);
- • можно написать заявление об уходе, уволиться, перестать работать на проблему (как если бы проблема была работодателем, нанявшим нас);
- • можно бросить самому себе спасательный круг (если проблема-пират так или иначе захватила корабль нашей жизни и попыталась выбросить нас за борт);
- • можно восстановиться и выздороветь после проблемы (как после травмы в спорте);
- • можно, так сказать, украсть свою жизнь у проблемы (сначала она украла у нас жизнь-сокровище, а теперь мы «выкрадем» ее обратно);
- • можно приручить проблему (если проблема — дикий зверь, который просто пока не умеет уживаться); • можно проблему «обуздать», то есть надеть на нее узду (если мы представляем, что проблема — норовистая лошадь)



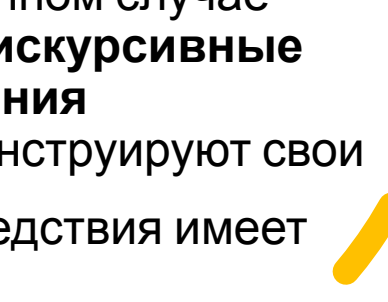
Методы анализа текста Дискурс

Три подхода к анализу дискурса.

Первый принадлежит Эрнесто Лакло и Шанталь Муфф, согласно их теории дискурс формирует социальный мир при помощи определенных значений, при этом ни один из дискурсов не может быть завершенным - **дискурсы всегда подвижны, изменчивы и таким образом находятся в постоянной борьбе за превосходство.**

Второй подход, вероятно наиболее известный, получил название критического дискурс-анализа. В его основе лежит философия марксизма, поэтому для критических дискурс-аналитиков дискурс - это одна из множества существующих социальных практик. Фокус внимания при этом оказывается на изменениях дискурса, причем важным элементом анализа является **интертекстуальность, которая рассматривается как механизм привлечения текстам элементов других текстов.**

Третий подход - дискурсивная психология. В данном случае рассматриваются то, **как люди используют дискурсивные возможности для формирования и обсуждения представлений о мире,** каким образом они конструируют свои идентичности, а также какие социальные последствия имеет данный процесс



Методы анализа текста Дискурс

В качестве одного из возможных примеров работы с дискурсом рассмотрим исследование отечественного ученого Искандера Ясавеева, которая называется **"Риторика контролируемого бедствия: специфика конструирования ФСКПН проблемы потребления наркотиков"**. Данная статья была опубликована журналом исследований социальной политики в 2016 году. В фокусе внимания исследователя оказываются выступления и интервью директора федеральной службы по контролю за оборотом наркотиков Виктора Иванова, опубликованные в течение двух лет с января 2013 по декабрь 2014 года.

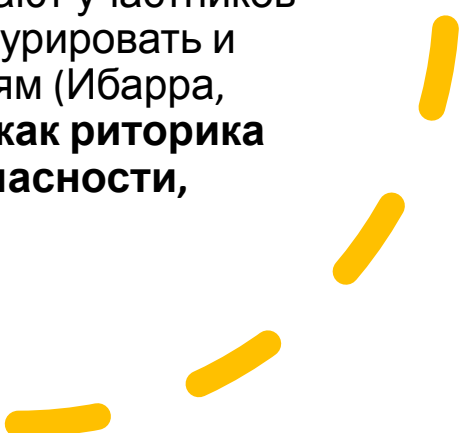
Исследователи социальных проблем утверждают, что силовые ведомства, отвечающие за «решение» какой-либо проблемы, **могут быть не заинтересованы не только в устранении проблемной ситуации, но и в существенном сокращении ее масштаба**. Как отмечает Говард Беккер, персонал таких организаций выстраивает карьеру на основе «своей» проблемы, и все, что угрожает ее существованию, является угрозой и для него:

Силовые организации, особенно когда они изыскивают финансовые средства, как правило, используют два типа заявлений, переходя от одного к другому. Во-первых, они заявляют, что благодаря их усилиям проблема, которой они занимаются, приближается к решению. Но в то же самое время они утверждают, что положение дел, возможно, хуже, чем ранее (хотя это не их вина), и существует необходимость в новых и все более интенсивных усилиях по удержанию ситуации под контролем (Becker 1963: 157) 1.

Методы анализа текста Дискурс

Представленное исследование выполнено в рамках конструкционистского подхода к социальным проблемам как к выдвижению требований изменения (Spector, Kitsuse 1977; Ибарра, Китсьюз 2007; Полач 2010). Социальные проблемы, с этой точки зрения, существуют только в том случае, если индивиды и группы требуют изменить положение дел. Социальные проблемы, утверждают конструкционисты, суть требования (claims-making). В отличие от контекстуальной версии конструкционистского подхода (Бест 2001; Бест 2007), **строгий конструкционизм отказывается от каких-либо предположений об онтологическом статусе (существовании, масштабе и пр.) ситуаций, относительно которых выдвигаются требования изменения, и сосредоточивается исключительно на анализе риторики требовательного характера.**

Ученые указывают, что одной из задач социального конструкционизма является **объяснение применения риторических идиом – способов, посредством которых достигается проблематичный статус чего-либо.** Риторические идиомы обеспечивают участников дискурсивными материалами, позволяющими структурировать и придавать безотлагательный характер их требованиям (Ибарра, Китсьюз 2007: 73). Авторы описывают такие идиомы, как **риторика утраты, риторика наделения правом, риторика опасности, риторика неразумности и риторика бедствия.**





Методы анализа текста

Каждая из них обладает соответствующим словарем. Так, ключевыми для **риторики утраты** являются термины **«красота», «природа», «наследие», «культура», «загрязнение», «упадок», «защита»**. Участники, использующие данную идиому, принимают образ

«хранителей или защитников некоторого уникального или священного предмета или качества», который или которое оказывается под угрозой. При этом, как правило, делаются ссылки на ответственность перед будущими поколениями

Риторика наделения правом подчеркивает значение обеспечения всех равными правами и возможностями. Она выражает настроения эгалитаризма и используется для проблематизации тех или иных форм дискриминации. Словарь данной идиомы состоит из таких терминов, как «нетерпимость», «угнетение», «сексизм», «расизм», «эйджизм», «жизненный стиль», «различия», «выбор», «терпимость», «предоставление возможностей», «мультикультурный» и др. Основная идея в том, что чем шире принципы терпимости, справедливости, равноправия, уважения человеческого достоинства распространены в обществе, тем выгоднее его членам



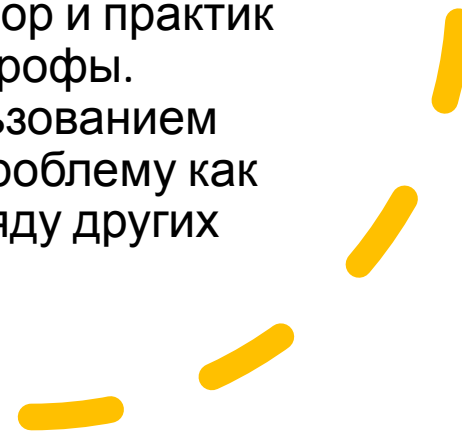
Методы анализа текста Дискурс

Риторика опасности применяется к ситуациям, которые представляются как угроза здоровью и безопасности людей. Словарь данной идиомы включает в себя термины «болезнь», «патология», «эпидемия», «риск», «заражение», «угроза здоровью», «профилактика». Ибарра и Китсьюз отмечают,

что требования в формате риторики опасности имеют наибольший идиоматический эффект, когда они выражены в научном стиле и с применением научной аргументации (Ибарра, Китсьюз 2007: 79–80).

При проблематизации эксплуатации, манипулирования, «промыывания мозгов» **используется риторика неразумности** с ключевыми терминами «наивность», «доверчивость», «необразованность», «уязвимость», «легкая добыча» (Ибарра, Китсьюз 2007: 80–82).

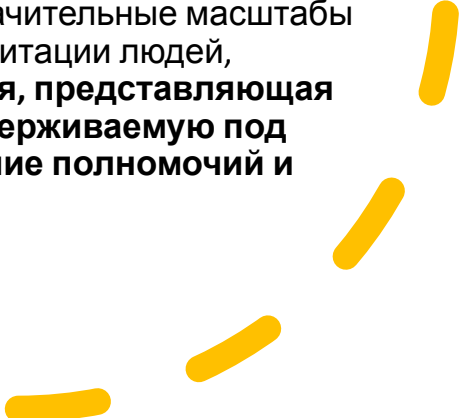
Наконец, риторика бедствия состоит из метафор и практик аргументации, актуализирующих образ катастрофы. Участники, выдвигающие требования с использованием данной идиомы, могут представлять «свою» проблему как основополагающую по отношению к целому ряду других (проблема А порождает проблемы В, С, D).





Методы анализа текста Дискурс

Выявленные на основе конструкционистской исследовательской программы Питера Ибарры и Джона Китсьюза **черты риторики ведомства – характерная терминология, формирующая образ катастрофы, и представление наркотиков как мегапроблемы, порождающей преступность, экстремизм, терроризм, пиратство и др., – позволяют утверждать, что федеральная служба использует риторическую идиому бедствия. ФСКН создала особый словарь, конструирующий катастрофический характер ситуации с потреблением наркотиков: «синтетическое наркоцунами», «амфетаминовое цунами», «героиновое цунами», «нарковулкан», «героиновый вулкан», «губительная наркотическая лава», «наркомонстр», «угроза номер один для Российской Федерации», «героиновая агрессия против населения России», «гигантская армия наркопотребителей», «планетарный наркофеномен», «10-балльный шторм синтетических наркотиков», «маковое нашествие» и так далее. При этом ФСКН извержение вулкана, наводнение), так и техногенных (применение оружия массового поражения – химического и ядерного). Однако необходимость демонстрации собственной эффективности способствует трансформации данной идиомы в риторическую «контролируемого бедствия». Постоянным приемом, используемым директором ФСКН, является информирование об успехах службы непосредственно до или после заявлений о «надвигающейся опасности», «нарастающем масштабе», «крайней напряженности», «тяжести», «крайней остроте» ситуации. Для выступлений и интервью главы ведомства характерен также акцент на необходимости финансирования, связываемой со значимостью проблемы. При этом продвигаемые службой мегапроекты предполагают не только значительные масштабы финансирования, но и полный контроль ФСКН за сферой реабилитации людей, зависимых от наркотиков. **Риторика контролируемого бедствия, представляющая ситуацию как катастрофическую и в то же время успешно удерживаемую под контролем, служит основанием для притязаний на расширение полномочий и финансирования.****







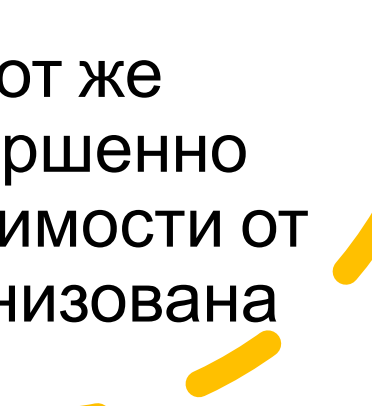
Наблюдая за поведением обезьян в зоопарке Сан-Франциско, Бейтсон обнаружил и описал характерные метакommункативные знаки, которыми обменивались особи, играющие в драку. Сама возможность игры существует только благодаря сообщению «это игра». Данное сообщение метакommункативно — оно требует взгляда извне взаимодействия, указания на его контекст. «Сигналы, — пишет Бейтсон, — которыми обмениваются в контексте игры, <...> парадоксальны дважды: во-первых, игривый прикус не означает того, что означал бы замещаемый им укус, а во-вторых — сам укус вымышлен. Играющие животные не только не вполне имеют в виду то, что сообщают, но также и сама коммуникация происходит по поводу того, что не существует» [Бейтсон 2000:210].

Таким образом, Г. Бейтсон выделяет следующую конститутивную характеристику фрейма: — фрейм — метакommункативное образование, «сообщение о сообщениях», он не сводим к остальным элементам коммуникации и не выводим из них; фрейм не принадлежит ни содержанию («деятельности во фрейме»), ни окружению («деятельности за фреймом»).

Методы анализа текста Фрейм

«Фреймы — единицы информации, на которых человек строит для себя прогнозы на будущее и конструирует своё последующее поведение»

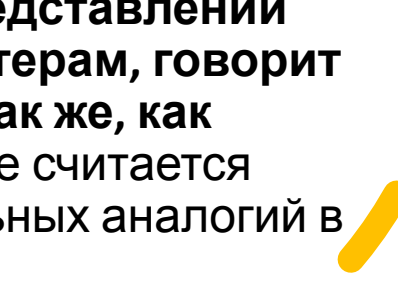
Фрейм может использоваться как **синоним для определения ситуации или какой-то референтной рамки**. Например, когда два человека посмотрели один и тот же выпуск новостей и один сказал: «Ага, классовая борьба», а второй сказал: «Ага, геополитика или всемирный заговор», — это разновидность работы разных определений ситуации. Один и тот же набор символов приводит к совершенно разным интерпретациям в зависимости от того, как для разных людей организована картина мира. (М.Соколов)




Методы анализа текста Фрейм

Вторая тема, которая всплывает в связи с фрейм-анализом, — это какие-то имплицитные переопределения ситуации. Хотя два человека соглашаются, что видят одно и то же — свадьбу, или выборы, или что-то еще, — у одного из них эта картина привязана к совершенно другой модели, подлежащей модели, какому-то движущему механизму, который приводит это в действие. **Для кого-то любовь — это война, для кого-то война — это любовь. Мы можем сказать, что это имплицитное переопределение, вложение какого-то личностного смысла — это тоже фрейм,** и в литературе можно встретить понимание такого свойства.

Наконец, третье, которое, мне самонадеянно кажется, имел в виду Гоффман, не имеет ни к тому ни к другому никакого отношения или имеет весьма косвенное. **Гоффман пишет о фреймах, непосредственно черпая основные идеи из своей более ранней работы «Представление себя другим»,** и об исполнении социальных ролей. В «Представлении себя другим» он уподобляет всех людей актерам, говорит о том, что социальные роли исполняются так же, как исполняются театральные, и по этой причине считается зачинателем театральных метафор и театральных аналогий в описании социальной жизни.





Методы анализа текста Фрейм

•Гоффман, иронически возвращаясь и к самому себе, и к прочтению себя пятнадцать лет спустя, скажет, что в каком-то смысле актер — это очень неудачная аналогия для человека в повседневной жизни.

•Но не потому, что актер играет ту роль, которая на самом деле ему не принадлежит, **а мы играем те роли, которые объективно наши, а потому, что актер всегда играет две роли: роль персонажа и роль актера.** Каким-то странным образом и он, и публика не встречаются при этом больших затруднений. Две роли исполняются в один момент времени, но публика, сидящая в первом ряду, хорошо знает, что из происходящего на сцене происходит с актером, а что происходит с персонажем

Методы анализа текста Фрейм

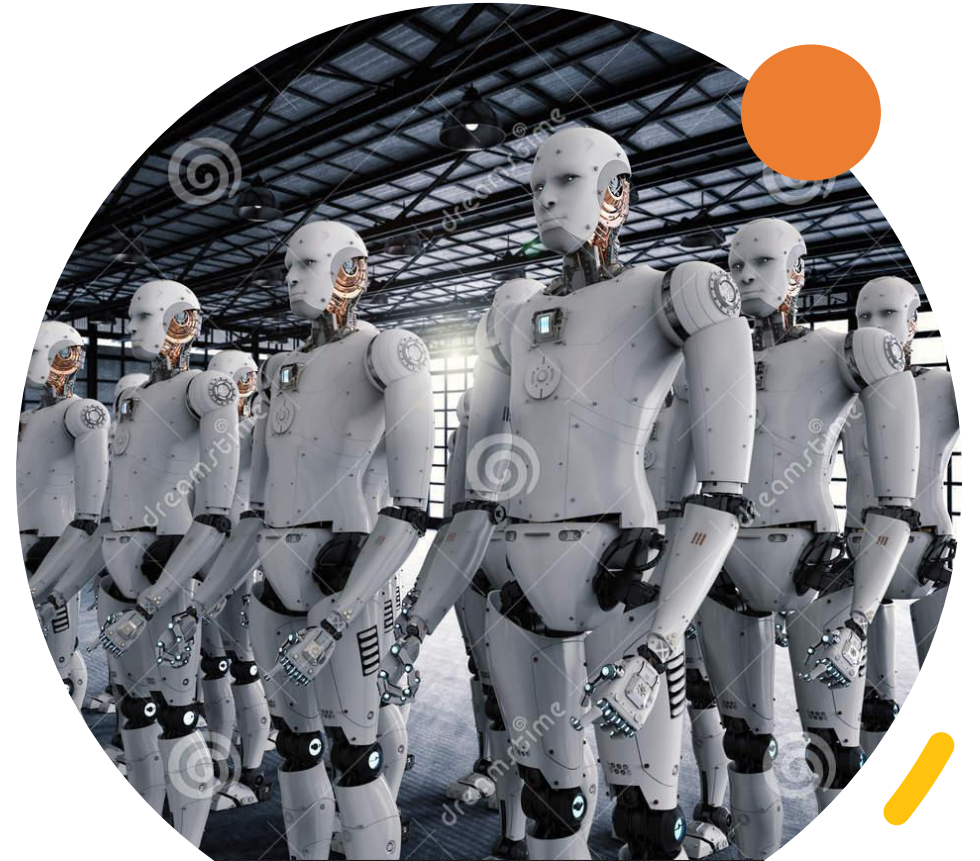
Фрейм в концепции Гоффмана есть институциональная структура, которая позволяет людям воплощать такие многослойные структуры реальности или считывать и вести себя по отношению к ним правильно. Театральный фрейм позволяет зрителям знать, что происходит с актером, а что происходит с персонажем, когда заканчивается одно и начинается другое.

Фрейм-анализ в этом смысле есть изучение небуквальности социальной жизни — небуквальности, которая позволяет людям воспринимать что-то как значимое, но при этом не то, чем оно как будто является или чем оно могло бы показаться на первый взгляд.

Концепция фреймов или фреймирования повседневной жизни предполагает прежде всего интерес к организации многослойности, к тому, как это маркирование, разметка производится и как многослойность сохраняется. Проще всего ее увидеть там, где речь или какая-то коммуникация воплощена в физически видимых знаках. Например, на бумаге фрейму будут соответствовать системы кавычек или системы скобок.

Методы анализа текста Фрейм

- Главный конкурент теории повестки дня — теория фреймов. Она утверждает, **что медиа говорят человеку, как именно следует думать**. Любое событие структурируется масс-медиа в виде некоего новостного фрейма (рамки) и подается в упрощенной форме. Американский исследователь Роберт Энтман выделял четыре компонента новостного фрейма:
- **Определение проблемной ситуации.** К примеру, объяснить конфликт в Сирии можно происками американского империализма, войной ИГИЛ против сирийского режима, гражданской войной и так далее. Соответственно и восприятие одной и той же темы у аудитории будет разным.
- **Определение причин проблемы. Поиск правых и виноватых.**
- **Моральные оценки этой проблемы.** К примеру, фото улыбающихся сирийских детей и сцены насилия воздействовать на читателей будут кардинально по-разному.
- **Предлагаемые решения.**
- При этом теория фреймов предполагает, что новостной выпуск не обязательно должен содержать в себе все четыре компонента, достаточно одного — двух. **Сила фрейма в том, что включаясь в эту логически структурированную информацию, человек самостоятельно додумает все оставшееся «за кадром».** Более того, заподозрить влияние фрейма не так легко, так как на первый взгляд человек «сам» доходит до нужных моральных оценок и предлагаемых решений. С этой точки зрения, **фрейминг гораздо более сильный инструмент, нежели пропаганда, которую, как правило, люди чувствуют.**



Фрейм анализ – пример



ОБРАЗ ИГИЛ В ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ И ПРОИЗВЕДЕНИЯХ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

деятельности ИГИЛ, имеющего ярко выраженный политический характер. По общему мнению, Исламское государство – враг, который должен быть уничтожен. Публикации, рассматривающие ИГИЛ в позитивном ключе (например, как борцов за правое дело), отсутствуют.

2. В медийных публикациях, посвященных Исламскому государству, преобладает тематический фрейм, что свидетельствует о высокой общественной значимости данной темы. Наблюдается сближение фреймов «ИГИЛ» и «тоталитаризм» – наряду с расхождением фреймов «ИГИЛ» и «ислам».

3. Дискурс вокруг Исламского государства – дуалистичный. О нем говорят одновременно, как о государстве и как о террористической организации. Деятельность по вооруженной борьбе с ИГИЛ трактуется и как военный конфликт, и как антитеррористическая операция. Несмотря на то что ИГИЛ удалось внести определенную путаницу в медийный дискурс, навязав использование термина «государство» и некоторых сопутствующих словесных конструкций, тем не менее, СМИ описывают его, прежде всего, в качестве террористической организации. Важно, что ИГИЛ не удалось создать сильный образ героя из своего лидера Абу Бакра аль-Багдади; в этой связи упоминания Исламского государства имеют высокий уровень обезличенности.

4. Фреймы текстов масс-медиа, посвященных ИГИЛ, в целом укладываются во фреймы проанализированных произведений массовой культуры, созданных за последние 5–7 лет.

5. Для публикаций о деятельности ИГИЛ характерен высокий уровень рефлексии. Значительное количество текстов перегружено различными историческими и культурными контекстами (от 9/11 и деятельности «Аль-Каиды» – до отсылок к произведениям Дж. Оруэлла). Предметом рефлексии, однако, является только феномен ИГ. При этом СМИ проявляют слабый интерес к тому, как устроено ИГИЛ,

Фрейм анализ – пример 2

Настоящий доклад подготовлен по результатам исследования «Образ ИГИЛ в зарубежных СМИ и произведениях массовой культуры», которое реализуется группой авторов по инициативе Фонда развития и поддержки Международного дискуссионного клуба «Валдай».

Цель исследования – выявить особенности конструирования образа Исламского государства Ирака и Леванта² в зарубежных печатных СМИ и художественных произведениях.

Исследовательский проект состоит из двух основных частей:

- анализ публикаций в зарубежных печатных масс-медиа с упоминанием ИГИЛ;
- анализ зарубежных художественных фильмов и сериалов, в которых рассматривается проблема современного исламского терроризма.

В рамках исследования использовались следующие основные методы: контент-анализ, анализ художественного текста по схеме Штомпки, анализ фреймов.

Контент-анализ был использован для анализа публикаций в СМИ. Были отобраны три американские (The New York Times, The Wall

Street Journal, USA Today), три британские (The Guardian, The Daily Telegraph, Financial Times), одна турецкая (Hurriyet Online), одна эмиратская (The Gulf), одна индийская (Hindustan Times) и одна китайская (Asia Times). Для анализа использовались тексты на английском языке. Переводные издания принадлежат к числу лидеров по охвату аудитории в своих странах.

Для анализа были отобраны статьи, опубликованные в этих газетах в период с 29 июня 2014 года (объявление группировкой ИГИЛ халифата на контролируемых территориях Ирака и Сирии) по 30 ноября 2015 года. Поиск статей осуществлялся посредством ресурса Factiva по ключевым словам «ISIS, или ISIL, или Daesh, или Da'ish».

Из общего числа публикаций в каждом из изданий было отобрано по 100. Отбор производился по списку публикаций, из которого были исключены близкие друг к другу тексты, отсортированному по дате публикации. Далее случайным образом определялся первый анализируемый текст, каждый последующий текст отбирался с определенным шагом, который вычислялся как отношение числа публикаций к 100. Общее число статей в выборке – 876. Более подробная информация о выборке исследования представлена в Таблице 1.

Таблица 1. Сведения о формировании выборки анализируемых изданий

№	ИЗДАНИЕ	СТРАНА	КОЛИЧЕСТВО ПУБЛИКАЦИЙ В ВЫБОРКЕ
1	The New York Times	США	100
2	The Wall Street Journal	США	98
3	USA Today	США	100
4	The Guardian	Великобритания	100
5	Financial Times	Великобритания	100
6	The Daily Telegraph	Великобритания	97
7	Hurriyet Online	Турция	100
8	The Gulf	ОАЭ	17
9	Hindustan Times	Индия	100
10	Asia Times	Гонконг	64

²ИГИЛ – запрещенная в России радикальная организация. – ИГИЛ.РФ.

2. Результаты контент-анализа публикаций в СМИ

Результаты проведенного контент-анализа свидетельствуют о том, что в 62% отобранных текстов доминирующей фрейм является тематическим, а в 38% текстов – эпизодическим. Другими словами, в большинстве публикаций, содержащих упоминание Исламского государства, последнее непосредственно связано с ключевой темой статьи. Рассматриваемый показатель варьируется от издания к изданию; наиболее высока доля доминирующей тематиче-

ских фреймов в The Gulf (82%), USA Today (74%) и The Guardian (72%). Наиболее низкое значение зафиксировано в Hindustan Times (37%), на втором месте с конца – Hurriyet Online (42%).

Жанровый состав публикаций, посвященный той или иной теме, зависит в первую очередь от формата и редакционной политики СМИ. Жанровые особенности десятки изданий рассматриваемых в рамках нашего исследования, отражены в Таблице 2.

Таблица 2. Жанровый состав публикаций (по изданиям), %

№	ИЗДАНИЕ	ИНФОРМАЦИОННАЯ ЗАМЕТКА	АНАЛИТИЧЕСКАЯ СТАТЬЯ	ИНТЕРЬЕВ	ДИСКУССИОННО-УЧАСТИЕНОЕ БЕСЕДА	КОЛОНКИСТА	ДРУГОЕ
1	The New York Times	34	54	1	2	5	5
2	USA Today	36	28	0	11	11	14
3	The Wall Street Journal	42	49	2	2	3	2
4	The Guardian	33	49	1	4	3	11
5	Financial Times	42	40	0	1	10	7
6	The Daily Telegraph	50	29	2	0	6	5
7	Hurriyet Online	65	27	4	0	5	1
8	Asia Times	27	28	0	2	44	0
9	The Gulf	35	65	0	0	0	0
10	Hindustan Times	73	16	4	1	8	0
ВСЕГО:		46	36	2	3	9	5

В целом, изучаемая тематика чаще всего встречается в информационных заметках и новостях – это 46% от общего объема публикаций. Как правило, это небольшие заметки,

36%. Это подробный текст, включающий в себя анализ, оценку и историю события, часто со провождающийся мнением одного или нескольких экспертов. На третьем месте колум

Фрейм анализ – пример



Таблица 3. Категории (по абсолютному значению)

№	ИЗДАНИЕ	ИНФОРМАЦИОННО-ПОДСКАЗЫВАЮЩАЯ	ПОВЕСТИТЕЛЬНАЯ	ПРЕДВЕРЖЕНИЕ ОБ УТРАТЕ	ГЕОГРАФИЧНАЯ	ПРОТЕСТОВЫЕ	УПОМИНЕНИЕ	САМОУКАЗАНИЕ	ОПРАВДАНИЕ	ИРРИТУА	САМОИРИТИЯ
1	The New York Times	43	7	0	56	7	4	3	0	4	5
2	USA Today	47	11	1	44	1	1	2	0	10	9
3	The Wall Street Journal	61	20	29	55	5	1	0	0	20	2
4	The Guardian	52	22	26	66	13	0	0	5	24	5
5	Financial Times	42	2	5	61	1	1	0	1	6	0
6	The Daily Telegraph	66	7	6	30	2	0	0	0	2	6
7	Hurriyet Online	66	13	27	32	21	3	2	1	13	5
8	Asia Times	30	6	13	72	17	3	0	2	23	2
9	The Gulf	47	0	18	65	0	0	0	0	0	0
10	Hindustan Times	82	15	23	30	13	1	2	0	8	2
ВСЕГО:		55	12	15	49	8	1	1	1	12	4

Отметим некоторые жанровые особенности отдельных изданий. Наиболее высокая доля новостных материалов зафиксирована в Hindustan Times – 73%, наиболее низкая – в Asia Times (27%). Последнее издание делает ставку на колумнистiku (44% материалов). Более половины публикаций принадлежат к жанру аналитики в двух изданиях: The Gulf (65%) и The New York Times (54%); по 49% аналитических статей в американской The Wall Street Journal и британской The Guardian. Меньше всего доля аналитики в Hindustan Times (16%), как мы уже отметили, делающей ставку на новостной формат. Дискуссионные интервью (с несколькими участниками) наиболее часто практикуют USA Today (11%). Интервью встречаются редко, их доля в общем массиве анализируемых текстов – 2% (в абсолютных значениях – 14 из 876). При этом 8 из 14 интервью приходится на два азиатских издания: Hurriyet Online и Hindustan Times.

Новостной формат чаще встречается в азиатских СМИ (57%), чем в британских (44%) и американских (37%). Хотя в американских и британских выше доля аналитики, чем в азиатских, соответственно, 44% и 39% против 26%, – в последних 15% текстов занимает колумнистика, что на 9% больше по сравнению с западными изданиями.

В основу анализа интенций медиатекстов была положена методическая разработка авторского коллектива под руководством Т.Н. Ушаковой и Н.Д. Павловой, получившая название интен-анализа (Слово в действии 2000). На основе предложенного авторами списка из 27 интенций для задач исследования был

Современный этап развития социологии массовой коммуникации (1970 - ...).

Дэнис Маккуэйл :

- критический взгляд на общество и отказ от ценностной нейтральности;
 - отказ от трансмиссионной модели коммуникации;
 - рост внимания к медиа-технологиям и особенностям передаваемых по ним сообщений;
 - принятие интерпретативной перспективы;
 - активное применение качественной методологии;
 - предпочтение культурным или политико-экономическим теориям;
 - глубокая озабоченность неравенством и источниками противостояния в обществе
- 