

УДК 32.019.51

Казаков А. А.

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского
410012, г. Саратов, ул. Астраханская, д. 83, Российская Федерация

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТИ МАССМЕДИА

АННОТАЦИЯ

Целью данной работы являются анализ преобладающих в современной политической коммуникативистике теоретических подходов к оценке роли массмедиа, выявление среди них тех, что являются наиболее эффективными при исследовании возможностей СМИ влиять на массовое сознание и – что не менее важно – при определении способов противодействия медийным манипуляциям.

Процедура и методы исследования. Методологическую основу исследования составили контент- и дискурс-анализ, позволившие выявить наиболее часто используемые учёными методы изучения политической функциональности СМИ.

Результаты проведённого исследования. Сделан вывод, что, во-первых, многие применяемые отечественными авторами теоретико-методологические конструкции являются заимствованными с Запада и что, во-вторых, в российской политической коммуникативистике до сих пор не сложилось единое понимание как предметного поля, так и теоретико-методологических и понятийных его оснований.

Теоретическая значимость работы заключается в анализе наиболее распространённых на сегодняшний день методологических подходов к исследованию политической функциональности массмедиа.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

методология исследования, теория, политическая коммуникативистика, массмедиа, медийное воздействие

СТРУКТУРА

Введение

Теоретические основы российских исследований

Методы анализа политической роли массмедиа

Заключение

Нужно отметить, что подобные весьма критические оценки теоретико-методологической составляющей отечественных медиаисследований встречаются достаточно часто [3; 4; 9]. А потому считаем важным отдельно проанализировать господствующие в современной политической коммуникативистике теоретические подходы к оценке роли массмедиа, а также выделить среди них те, что, на наш взгляд, являются наиболее эффективными при исследовании возможностей СМИ влиять на массовое сознание и, что не менее важно, при определении способов противодействия медийным манипуляциям.

Именно в обзоре наиболее распространённых на сегодняшний день методологических подходов мы видим теоретическую значимость данной работы. При этом для изучения мы выбирали публикации, наиболее часто цитируемые в Российском индексе научного цитирования (РИНЦ) в Научной электронной библиотеке www.eLibrary.ru. Каждая из них рассматривалась нами с использованием элементов контент- и дискурс-анализа.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РОССИЙСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Начнём с анализа теорий как наиболее масштабных (разумеется, после научных парадигм) исследовательских конструкций. Под теорией в данном случае мы будем понимать набор специфических понятий и установок, описывающих и помогающих объяснить медиареальность и особенности функционирования массмедиа. Понимание того, какие теории используются в конкретном исследовании, на наш взгляд, важно и в контексте его теоретико-методологического позиционирования в общей системе научного поиска в рамках определённой предметной области.

Проведённый анализ даёт нам основания утверждать, что какого-либо единого, универсального подхода к систематизации используемых в российской науке теорий в нашей стране пока не сложилось. Скорее, можно говорить об отдельных попытках некоторых учёных представить собственное видение распространённых в отечественном медиадискурсе теоретических подходов. При этом зачастую предлагаемые ими варианты в значительной степени ориентированы на разработанные западными исследователями классификации.

В этом плане одним из наиболее удачных способов упорядочивания имеющихся теорий мы считаем подход И. М. Дзялошинского, разделившего все российские медиаисследования на три комплекса: социоцентрированные (СМИ рассматриваются как социальная машина, реализующая некий набор функций), медиациентрированные (в центре внимания учёных находятся организационные аспекты деятельности медиапредприятий) и антропоцентрированные (акцент на проблемах творчества журналиста и поведения аудитории) [5].

Схожая логика прослеживается и в подходах двух других учёных. Так, А. И. Черных предлагает выделять следующие группы исследований: социально-организационные, политэкономические и теорию практик [14, с. 43–45]. А Е. Л. Вартанова связывает медиаисследования с теми эффектами, которые СМИ производят: политические, экономические, культурные и ценностные [2].

Отдельным направлением медиаисследований в России можно считать попытки анализа прессы не как социального института, а как индустрии, развивающейся по собственным экономическим законам. Что характерно, в отличие от многих представителей теорий, упомянутых выше, сторонники данного подхода практически сразу же осознали бесперспективность применения классических зарубежных моделей медиаэкономики к весьма специфическим российским реалиям и начали активно работать над собственным понятийным и методологическим аппаратом.

Вообще, по мнению Д. В. Дунаса, понимание амбивалентности роли масс-медиа как индустрии и социального института одновременно и является доминирующей научной парадигмой в рамках отечественного медиадискурса. В эту парадигму вписываются экономическая теория (Е. Л. Вартанова, С. М. Гуревич, В. Л. Иваницкий, М. И. Макеенко, С. С. Смирнов, Г. Г. Щепилова и др.), социальная (Я. Н. Засурский, С. Г. Корконосенко, Г. В. Лазутина, Е. П. Прохоров, Л. Г. Свитич, И. Д. Фомичева и др.), политическая (И. И. Засурский, А. Г. Качкаева, М. В. Шкондин, Л. Л. Реснянская, С. А. Шомова и др.), культурологическая (М. Л. Князева, А. А. Новикова и др.) и антропологическая (Д. В. Дунас, Е. Е. Пронина, Е. И. Пронин, О. В. Смирнова, А. В. Федоров, Т. И. Фролова и др.). При этом экономическую теорию он называет «актуальной», политологическую и социальную – «теориями мейнстрима», антропологическую и культурологическую – «альтернативными» [6, с. 32–33].

Очевидно, что если первые три теории достаточно востребованы у российских исследователей медиа, то популярность антропологической и культурологической не так высока. Между тем вряд ли стоит подвергать сомнению тот факт, что массмедиа являются достаточно сложной структурой, оказывающей всестороннее, в том числе интеллектуальное и духовное, влияние на аудиторию. В этом плане в контексте обозначенного выше ракурса (влияния СМИ на массовое сознание) считаем целесообразным опираться преимущественно на антропологическое понимание роли массмедиа: рассмотрение самых различных аспектов политического измерения медийной грамотности просто невозможно без учёта личностных особенностей и характеристик отдельно взятого человека.

Если же говорить о более «точечных» теориях (те, что были представлены выше, на наш взгляд, весьма широки и по своему содержанию во многом пересекаются с парадигмами), здесь необходимо отметить следующее. Вообще, таких теорий достаточно много. По результатам контент-анализа внушительного количества статей, опубликованных в ведущих американских научных журналах по вопросам медиакоммуникаций за 24 года, Дж. Поттер, Р. Купер и М. Дюпон обнаружили упоминания 31 из них. При этом чаще других авторами этих статей использовались теории установления повестки дня (*agenda-setting*), использования и удовлетворения (*uses and gratification*), культивации (*cultivation*), диффузии (*diffusion*) и теория развития Пиаже

(Piaget's developmental theory) [15, p. 330]. В плане анализа особенностей влияния массмедиа на аудиторию более функциональными нам представляются теория установления повестки дня (как первого, так и второго уровней), а также во многом с ней связанная теория фрейминга.

МЕТОДЫ АНАЛИЗА ПОЛИТИЧЕСКОЙ РОЛИ МАССМЕДИА

Ещё одним немаловажным компонентом любого исследования являются используемые автором методы. Как и подавляющее большинство других учёных, занимающихся изучением медиатекстов и политической роли СМИ, наиболее эффективными мы считаем такие традиционные неформализованные методы, как внутренняя и внешняя критика текста [9], а также техника конденсации смысла (неформализованное извлечение содержания из текста, базирующееся на краткой формулировке его основных идей) и контент-анализ [13], в особенности прагматико-синтаксический (взаимосвязи между синтаксисом и «эффектом» медиатекста) и семантико-прагматический (соотношение «эффекта» с несущими значение словами и предложениями) его уровни. Нужно заметить, что вслед за Е. Я. Таршисом мы считаем не совсем целесообразным разделение контент-анализа на качественный и количественный варианты [12, с. 141]: на наш взгляд, статистический учёт отдельных категорий и вычленение содержательных связей в тексте в рамках данного метода практически всегда могут (и должны) осуществляться параллельно.

При разработке алгоритма измерения манипулятивной «нагруженности» медиатекстов целесообразно использовать потенциал семиотики [11] и критического дискурс-анализа [1; 8]. С их помощью можно анализировать логику, прагматику и макроструктуру политических медиатекстов, содержащиеся в них соединения и речевые акты.

Анализируя политическую функциональность массмедиа, в отдельных случаях приходится обращаться к психолингвистическим методам исследования речевого воздействия, в частности – к интен-анализу, позволяющему выявлять истинные намерения авторов медиатекстов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог рассмотрению теоретико-методологических оснований исследования политической роли СМИ, можно резюмировать следующее.

Прежде всего очевидно, что очень многие (если не сказать – абсолютное большинство) теоретические конструкции, используемые в современных российских медиаисследованиях, являются заимствованными с Запада или, в лучшем случае, представляют собой различные варианты их творческой переработки. Скорее всего, по-другому вряд ли вообще могло быть – учитывая относительно непродолжительное время, в течение которого существует и развивается отечественный медиадискурс.

Вполне возможно, именно этим объясняется то, что в российской политической коммуникативистике до сих пор не сложилось единого, разделяемого большинством специалистов понимания как предметного поля (простирающегося от журналистики и массмедиа до информации и коммуникации), так и теоретико-методологических и понятийных его оснований. Отсюда – характерное для значительной доли российских медиаисследований смешение самых различных парадигм и теорий, а также их общая весьма слабая методологическая фундированность.

В некоторой степени всё это, наверное, присуще и настоящей статье – мы в данном случае не претендуем на какую-либо исключительность или уникальность. Свой вклад в этом отношении мы видим не столько в том, что обозначили указанные проблемные моменты (попытки сделать это уже предпринимались до нас), сколько в том, что ввели в научный оборот некоторые из прежде не использовавшихся отечественными учёными зарубежных подходов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Карзубов Д. Н. Коммуникационная структура украинских социально-медийных потоков о развитии Крыма в составе РФ: социально-медийная аналитика и дискурсивный анализ // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). URL: www.evestnik-mgou.ru (дата обращения: 10.12.2019).
2. Вартанова Е. Л. К вопросу о рамках теоретического анализа и национальных особенностях медиасистемы России // МедиаАльманах. 2019. № 2 (91). С. 8–18.
3. Вартанова Е. Л. Современные российские исследования СМИ: обновление теоретических подходов // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2015. № 6. С. 5–26.
4. Вырковский А. В., Смирнов С. С. Отечественный научный медиадискурс: структура, особенности, ключевые концепты // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2018. № 5. С. 27–47.
5. Дзялошинский И. М., Шариков А. В. О современном состоянии и дальнейшем развитии сферы коммуникационных наук в России // Медиаскоп: [сайт]. 2017. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/2342> (дата обращения: 10.12.2019).
6. Дунас Д. В. К вопросу о классификации теорий СМИ // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2011. № 4. С. 27–41.
7. Дунас Д. В. Парадигмальный подход к изучению СМИ: опыт зарубежных исследователей // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2017. № 4. С. 3–16.
8. Ильин М. В. Слоеный пирог политики: порядки, режимы и практики // Полис. Политические исследования. 2014. № 3. С. 111–134.
9. Кучинов А. М. Подходы и методики для исследования текстов и дискурса в политологии: опыт классификации // Полис. Политические исследования. 2016. № 5. С. 80–96.

10. Макеенко М. И. Развитие теорий медиа в российских научных журналах в 2010-е гг.: результаты первого этапа исследований // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2017. № 6. С. 3–31.
11. Степанов Ю. С. Семиотика. М.: URSS, 2014. 167 с.
12. Таршис Е. Я. Контент-анализ: Принципы методологии. (Построение теоретической базы. Онтология, аналитика и феноменология текста. Программы исследования). М.: ЛИБРОКОМ, 2013. 176 с.
13. Хроменков П. Н. Контент-анализ инаугурационных речей (на материале речей президентов США конца XVIII – начала XX вв.) // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). URL: www.evestnik-mgou.ru (дата обращения: 10.12.2019).
14. Черных А. И. Мир современных медиа. М., 2007. 312 с.
15. Potter W. J., Cooper R., Dupagne M. The Three Paradigms of Mass Communication Research in Mainstream Communication Journals // *Communication Theory*. 1993. Vol. 3. Iss. 4. P. 317–335.

REFERENCES

1. Brodovskaya E. V., Dombrovskaja A. Yu., Karzubov D. N. [Communicational structure of Ukrainian social and media stories on the development of Crimea within the Russian Federation: social and media analytics and discourse analysis]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta (elektronnyi zhurnal)* [Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)], 2018, no. 4. Available at: www.evestnik-mgou.ru (accessed: 10.12.2019).
2. Vartanova E. L. [On the issue of theoretical analysis frameworks and national peculiarities of Russian media system]. In: *MediaAl'manakh* [MediaAlmanac], 2019, no 2 (91), pp. 8–18.
3. Vartanova E. L. [Contemporary Russian mass media research: renovation of theoretical approaches]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* [Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism], 2015, no 6, pp. 5–26.
4. Vyrkovsky A. V., Smirnov S. S. [Russian scholarly media discourse: structure, features, and key concepts]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* [Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism], 2018, no 5, pp. 27–47.
5. Dzaloshinskij I. M., Sharikov A. V. [On the current state and prospects of communication studies in Russia]. In: *Mediascope* [Mediascope], 2017, no. 3. Available at: <http://www.mediascope.ru/2342> (accessed: 10.12.2019).
6. Dunas D. V. [On the issue of mass media theories' classification]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* [Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism], 2011, no 4, pp. 27–41.
7. Dunas D. V. [Paradigmatic approach to mass media research: foreign scholars' experience]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* [Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism], 2017, no 4, pp. 3–16.
8. Il'in M. V. [Layer cake of politics: rules, regimes, and practices]. In: *Polis. Politicheskie issledovaniya* [Polis. Political Studies], 2014, no 3, pp. 111–134.
9. Kuchinov A. M. [Methods and approaches to research on texts and discourse within political science: experience of classification]. In: *Polis. Politicheskie issledovaniya* [Political Studies], 2016, no 5, pp. 80–96.

10. Makeenko M. I. [Media theory development in Russian scholarly journals in 2010s: results of the first stage of analysis]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* [Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism], 2017, no 6, pp. 3–31.
11. Stepanov Yu. S. *Semiotika* [Semiotics]. Moscow, URSS Publ., 2014. 167 p.
12. Tarshis E. Ya. *Kontent-analiz: Printsipy metodologii. (Postroenie teoreticheskoi bazy. Ontologiya, analitika i fenomenologiya teksta. Programmy issledovaniya)* [Content-analysis: Principles of methodology (Constructing theoretical base. Ontology, analytics, and text's phenomenology. Research programs)]. Moscow: LIBROKOM Publ., 2013. 176 p.
13. Khromenkov P. N. [Content-analysis of inauguration speeches (exemplified by statements of the US presidents in the late XVIII – early XX centuries)]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta (elektronnyi zhurnal)* [Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)], 2016, no 1. Available at: www.evestnik-mgou.ru (accessed: 10.12.2019).
14. Chernyh A. I. *Mir sovremennykh media* [World of modern media]. Moscow, 2007. 312 p.
15. Potter W. J., Cooper R., Dupagne M. The Three Paradigms of Mass Communication Research in Mainstream Communication Journals. In: *Communication Theory*, 1993, vol. 3, iss. 4, pp. 317–335.

ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 10.01.2020

Статья размещена на сайте: 28.04.2020

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Казаков Александр Александрович – кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры политических наук Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н. Г. Чернышевского; e-mail: aldr.kazakov@gmail.com

Aleksandr A. Kazakov – PhD in Political Science, associate professor at the Department of Political Sciences, Saratov National Research State University named after N. G. Chernyshevsky; e-mail: aldr.kazakov@gmail.com

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION

Казаков А. А. Теоретико-методологические подходы к анализу политической функциональности массмедиа // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2020. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru.

Kazakov A. A. Theoretical and methodological approaches to analysis of mass media political functionality. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2020, no. 2. Available at: www.evestnik-mgou.ru.