А. А. Кондрико,
аспірантка
УДК 070: 81'22:003

Наративна семіотика в системі методів дослідження медіатексту/дискурсу

У статті проаналізовано сучасні підходи до класифікації методів дослідження медіатексту/дискурсу; узагальнено завдання його аналізу; викладено теоретичну базу методу наративної семіотики; охарактеризовано поверхневу і глибинну наративні структури тексту; акцентовано на важливості актантів та ізотопів як чинників спрямованості наративу.
Ключові слова: *дискурс, метод, наративна семіотика, медіалінгвістика, структура тексту.*

Необхідність вивчення певного типу дискурсу, зокрема і мас-медійного, спонукає до вибору відповідного методу як засобу досягнення поставленої мети.

Сьогодні успішно функціонує розгалужений спектр методів дослідження текстів, зокрема: контент-аналіз; функціональна прагматика; аналіз способу категорізації участі та конверсаційний аналіз (методи, орієнтовані на етнометодологію); етнографічні методи; критичний дискурс-аналіз; об'єктивна герменевтика; наративна семіотика та ін. Однак саме медіатексти, що перебувають на межі досліджень багатьох наук (лінгвістики, соціології, психології, стилістики, культурології, політології, міжкультурної комунікації), вимагають особливого підходу. До проблеми методології аналізу мас-медійного тексту/дискурсу серед інших звертались Т. Вергун, Т. Добросклонська, В. Іванов, Н. Кузьміна, Н. Чичеріна.

Так, група сучасних російських учених вважає, що до найбільш ефективних і розповсюджених методів вивчення медійних текстів належать: 1) традиційні методи лінгвістичного аналізу: семантичний, стилістичний, морфологічний, синтаксичний; 2) метод контент-аналізу; 3) метод дискурсивного аналізу (дискурс-аналіз); 4) метод критичної лінгвістики; 5) метод лінгвістичної експертизи; 6) когнітивний аналіз; 7) метод лінгвокультурологічного аналізу [1, с. 37–44].

Український науковець В. Іванов підходить до класифікації методів аналізу змісту публікацій простіше, виокремлюючи групу традиційних методів (якісні) та єдиний формалізований контент-аналіз (кількісний). Перша група включає в себе професійний журналістський аналіз тексту, біографічний, історичний, літературний, психологічний, юридичний, соціологічний методи класичного аналізу документів [2]. Однак цілу низку переваг у застосуванні саме таких методів перекреслює один, але суттєвий недолік – їх суб'єктивізм, адже кожен дослідник підходить до аналізу текстів з власною метою, настановами, ціннісними орієнтаціями.

Натомість дослідниця Н. Чичеріна пропонує власну складну систему методів контекстуально-інтерпретативного аналізу медіатекстів, поділяючи їх на дві великі групи: лінгвістичні та контекстуальні. До лінгвістичних вона зараховує стилістичний, наративний, семіотичний та дискурсивний аналіз, а до контекстуальних – по-перше, аналіз близького контексту медіатексту та, по-друге, аналіз широкого соціального контексту медіатексту [3].

Т. Вергун узагалі не намагається класифікувати методи аналізу матеріалів ЗМІ за певним принципом, подаючи їх у хаотичному порядку: контент-аналіз, структурний, тематичний, аналіз профілів матеріалів, аналіз цитованості, аналіз аргументації, дискурс-аналіз, частотний, типологічний, кластерний, стилістичний, етнометодологічний, соціолінгвістичний, пропагандистський, мотиваційний, інтент-аналіз тощо [4]. На нашу думку, такий підхід є певною мірою некоректним, адже згадані і не згадані нею методи хоча і передбачають різну мету, функціонують у різноманітних галузях знань, з використанням часом діаметрально протилежного інструментарію та ін., однак мають бути систематизовані для оптимізації свого застосування.

Своєю чергою, теоретик Т. Добросклонська стверджує, що сьогодні існують усі підстави для існування окремого методу медіалінгвістичного аналізу, сутність якого полягає у виявленні та описі закономірностей взаємодії вербального та медійного рядів, у вивченні особливостей використання знаків медійного рівня, а також різних варіантів комбінацій елементів усіх рівнів медіатексту [5, с. 59]. Ми погоджуємося, що цей

© Кондрико А. А., 2014

метод дійсно має право на існування, зважаючи на потужність апарату медіалінгвістики, що невпинно розвивається протягом останнього десятиліття.

На наш погляд, основоположним критерієм у виборі методу дослідження є вибір його об'єкта: одиничного тексту чи всього дискурсу. І хоча деякі вчені стверджують, що будь-який аналіз тексту неможливий без апеляції до відповідного дискурсу, ми вважаємо, що суто лінгвістичний аналіз медійного тексту не вимагає вивчення його просторово-часових меж, контекстів, авторської позиції та інших об'єктивних і суб'єктивних факторів.

Спираючись на думку науковців, видається можливим сформулювати такі певною мірою узагальнені завдання аналізу мас-медійного тексту/дискурсу:

• визначення стратегічної мети інформаційної політики ЗМІ (редакції загалом чи окремого журналіста);

• вивчення реальної діяльності медіа щодо висвітлення певної події, створення образу об'єкта;

• отримання кількісного розподілу уваги комунікатора до характеристик тексту;

• вивчення комунікативної ситуації, комунікатора, засобів та каналів передачі інформації, аудиторії мас-медіа;

• зіставлення особливостей відгуків кількох ЗМІ [4].

Проте кожен із наведених вище методів передбачає свою теоретичну базу, специфічні процедури, критерії якості, галузі застосування та має інші особливості.

Одним із актуальних завдань сучасної медіалінгвістики є вдосконалення методики аналізу публіцистичного тексту та дискурсу як потужного осередка культурно-інформаційної царини. Адже, на думку В. Хорольського, сьогодні фактично відсутні методологічні посібники, зосереджені на цілісному дослідженні публіцистичного тексту та публіцистичного дискурсу як основної форми існування і функціонування тексту у системі мас-медіа [6].

Як наслідок, науковець вважає, що основу сучасної методики має становити культурологічний підхід до ЗМІ, що не скасовує соціологічного вивчення текстів, але суттєво доповнює його насамперед елементами метаісторичного та архетипічного аналізу явищ [6]. Проте зважаючи на стан новітньої публіцистики, можна поставити під сумнів повсякчасну можливість застосування такого методу.

З іншого боку, дослідник Г. Нємець слушно зауважує, що з методологічної точки зору дискурсивний аналіз публіцистики є синтезом дискурсивного аналізу семантичного типу, когнітивної теорії дискурсу, сучасних семіотико-теоретичних уявлень про журналістську (публіцистичну) творчість, а також комплексного уявлення про індивіда як про сукупність відносин [7].

У цьому контексті дієвим, але малодослідженим є метод наративної семіотики, до якого сучасні медіалінгвісти, як правило, не звертаються, що зумовлено, на нашу думку, його лінгвістично-семіотичним походженням, а також наявністю обов'язкової умови – присутністю у текстах наративних компонентів.

Теоретичну базу наративної семіотики становлять семіотичні дослідження Ч. С. Пірса, Ч. Морріса, з одного боку, а також структурна лінгвістика Ф. де Соссюра – з іншого. Названі дослідники семіотики розуміють мову як одну з багатьох можливих систем знаків, що відрізняються стандартами, застосуванням та складністю. Серед основоположних тез Ф. де Соссюра важливо сформулювати дві: 1) відносини між знаками – це джерело значення; 2) є різниця між мовою та конкретним мовленнєвим актом.

Основоположником наративного компонента вважається А. Греймас, методика якого заснована на семіотичному розумінні комунікації: комунікація складається з семіотичних процесів, що пов'язують знаки й означуване значення:

• семіозис як «дія, вплив, що є єдністю чи включає єдність трьох суб'єктів – знаку, його об'єкта та його інтерпретанта; цей вплив з "трьох відносин" ні в якому разі не може бути реалізовано у парних діях» [8, с. 484]. Компонент «значення» (чи «інтерпретант») – посередник між означуваним (об'єктом) та тим, що означає (знаком). Тут варто також пам'ятати про умовність чи соціальність: знаки не мають «природного» зв'язку з означуваним. Отже, взаємовідносини умовні [9, с. 174];

• знаки – це не автономні сутності, вони набувають значення винятково шляхом своєї позиції в семіотичній системі і завдяки відмінностям від інших знаків [9, с. 174]. У лінгвістиці Ф. де Соссюра знаки можуть бути пов'язані між собою двома способами: 1) комбінуються чи упорядковуються у деяку множину, що має сенс, наприклад, ланцюжок (синтагматичні зв'язки); 2) є різними репрезентаціями однієї категорії, взаємовиключають один одного, упорядковуються, наприклад, як бінарна опозиція (парадигматичні зв'язки) [10].

Варто підкреслити, що у семіотиці тексти тлумачать як системи знаків, що складаються з двох обов'язкових частин: по-перше, поверхневої структури на рівні синтаксису та слів, а по-друге, значення, що лежить в основі. Науковець С. Тічер та його австрійські колеги презентують цю модель у такий спосіб:

1. Поверхнева структура – це безпосередньо миттєво упізнавані й легкодоступні форми тексту. Цю структуру регулярно досліджують у традиційному текстовому та контент-аналізі;

2. Глибинна структура – це фундаментальна система цінностей, вбудована в текст. Її складають норми, цінності та настанови, що універсальні в тому, що відображають у тексті ціннісні і нормативні структури специфічних соціальних систем [9, с. 174–175]. Різноманітні наративні структури можуть мати спільну глибинну структуру. Компоненти глибинної структури повинні: бути достатньо складними, логічними і настільки стійкими, щоб формувати адекватне уявлення про текст; здійснювати посередницьку та об'єктивуючу функцію між текстом та дослідниками; бути точними [9, с. 177].

Власне ж наративна семіотика виступає своєрідним зв'язком між цими двома рівнями і утворює третій рівень – структуру подання/уявлення, що тісно переплетена з наративними структурами. Сам А. Греймас підкреслює, що генерація значення спочатку не має форми продукування висловлювань та їх комбінації у дискурсі; вона отримує її, пересуваючись траєкторією від наративних структур – саме вони і створюють осмислений дискурс, артикульований у висловлюваннях [11, с. 64]. Наративні структури використовують для створення та організації значень поверхневої структури, які можна отримати завдяки серії виборів, базових умов і ролей, що трапляються у тексті [9, с. 175].

Отже, першочерговою метою наративної семіотики є ідентифікація наративних структур тексту, що пов'язують поверхневу і глибинну структури тексту. Винятково за умови розуміння таких проміжних структур існує можливість розуміння глибинної структури.

У наративній структурі дослідник А. Греймас виокремлює шість актантів (найбільш абстрактне поняття реалізатора функції дії), що спрямовують історію:

• дестинатор (або дарувальник) – це певна сила, що встановлює правила і цінності в дії і представляє ідеологію тексту;

• отримувач – несе цінності дестинатора, тому має стосунок до об'єкта, на який він поширює цінності;

• суб'єкт – виконує головну роль у розповіді;

• об'єкт – де, до чого прагне суб'єкт розповіді; мета, на яку орієнтований інтерес суб'єкта;

• помічник – сила, що сприяє суб'єкту у його стараннях, спрямованих на об'єкт;

• зрадник – сила, що перешкоджає і уособлює все, що утримує суб'єкт від досягнення мети [11].

Зазначимо, що між наведеними силами можливі тільки чітко визначені зв'язки. Іншими словами, суб'єкт спрямовує себе на об'єкт, при цьому йому сприяє помічник і перешкоджає зрадник. Усе це відбувається всередині ціннісної структури долі (часто уособлює оповідач), якою наділений отримувач.

За А. Греймасом, існують ще два види впливу, що визначають сюжет: ізотоп (від грец. isos – однаковий, topos – місце) – місце, що характеризує зовнішнє середовище, де відбувається історія (внутрішній простір, у якому діє суб'єкт, називається утопічним, а невизначене оточення – гетеротопічним), та ізотоп часу, що означає орієнтацію оповіді щодо минулого, теперішнього і майбутнього [11]. Аналіз наративної структури покликаний описати вищезазначені актанти та ізотопи в оповіді.

Отже, наративну семіотику можливо застосовувати всюди, де досліджують оповіді, адже її процедури дають змогу визначити структури і цінності, що становлять їх підґрунтя. Безпосереднє проникнення до глибинної структури є основною перевагою використання цього методу для аналізу текстів/дискурсу ЗМІ. Як наслідок, результати дослідження за допомогою методу наративної семіотики, на наш погляд, характеризуватимуться істинністю та об'єктивністю, що ми доведемо у подальших студіях.

1. *Современный* медиатекст : учеб. пособ. / отв. ред. Н. А. Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с.

2. *Іванов В.* Дослідження змісту повідомлень [Електронний ресурс] / В. Ф. Іванов. – URL: http:// journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1278.

3. *Чичерина Н.* Медиатекст как средство формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов / Н. В. Чичерина. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 232 с.

4. *Вергун Т.* Методы социолингвистического анализа текстов СМИ [Електронний ресурс] / Т. В. Вергун. – URL: http://vtv.ucoz.org/load/1-2-0-21.

5. *Добросклонская Т.* Медиа-лингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь) / Т. Г. Добросклонская. – М. : Флинта ; Наука, 2008. – 263 с.

6. *Хорольский В.* Культурологический метод изучения публицистических текстов [Електронний ресурс] / В. В. Хорольский // Культура. – 2001. – № 6 (60). – URL: http://www.woa/wa/Main?textid=796&level1 =main&level2=articles.

7. *Немец Г.* Публицистический дискурс как методологический конструкт / Г. Н. Немец // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2010. – № 4. – С. 96–101.

8. *Collected* Papers of Charles Sanders Peire / Eds. C. Hartshorne, P. Weiss, A. Burks. – Harvard : Harvard University Press. – V. 5.

9. *Тичер С.* Методы анализа текста и дискурса / С. Тичер, М. Мейер, Р. Водак, Е. Ветер ; пер. с англ. – Х. : Гуманитарный центр, 2009. – 356 с.

10. *Соссюр Ф., де.* Курс общей лингвистики / Ф. де Сосюр ; пер. с фр. А. М. Сухотина ; под ред. и с прим. Р. И. Шор. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.

11. *Greimas A.* On Meaning. Selected Writings in Semiotic Theory / A. Greimas. – London : Frances Pinter, 1987.

Подано до редакції 06. 12. 2013 р.

Kondryko A. A. Narrative semiotics in the system of methods of research of mediatext/discourse.

The modern approaches to the classification of the methods of researches are analysed in this article; the task to his analysis is generalized; the theoretical basis of the method of narrative semiotics is expounded; superficial and deep narrative structure of the text is described; accent is on the importance of actants and isotopes as factors of narrative's orientation.

Keywords: discourse, method, narrative semiotics, medialinguistic, structure of text.

Кондрыко А. А. Нарративная семиотика в системе методов исследования медиатекста/дискурса.

В статье проанализированы современные подходы к классификации методов исследования медиатекста/дискурса; обобщены задания его анализа; изложена теоретическая база метода нарративной семиотики; охарактеризовано поверхностную и глубинную нарративные структуры текста; акцентировано на важности актантов и изотопов как факторов направленности нарратива.

Ключевые слова: дискурс, метод, нарративная семиотика, медиалингвистика, структура текста.