

Методологія дослідження актуальної соціальної проблематики: принципи фіксації та каталогізації

Обґрунтовано методологічні підходи до вивчення форм презентації соціальної проблематики в публікаціях національних друкованих мас-медіа «День», «Україна молода», «Український тиждень», «Дзеркало тижня», «Газета по-українськи». Визначено базові загальнонаукові та спеціальні методи дослідження соціальних проблем у ЗМІ. З'ясовано особливості соціальнокомунікаційного підходу до вивчення актуальних проблем соціальної практики. Окреслено принципи фіксації та каталогізації текстів соціальної проблематики.

Ключові слова: методологія, методологічні підходи, соціальна проблематика, національні друковані ЗМІ, контент, аудиторія.

Дослідження проблематики засобів масової інформації актуальне в контексті з'ясування функцій мас-медіа. Соціально важливі повідомлення є складниками контенту якісних ЗМІ, які реалізують соціальні функції інформування, впливу, відгуку, критики, контролю тощо.

Французький учений І. Аньєс, наголошуючи на соціальній ролі журналістів, стверджує, що «циркуляція інформації необхідна для життя суспільства. Це стосується як політичної організації суспільства — здійснення демократії — так і всієї людської діяльності. Споживач потребує інформації, щоб купити, а виробник товарів — щоб їх продати. <...> Таким чином, поняття соціальної користі журналістів не зводиться до традиційного та політичного значення, що супроводжує професію. Інформативна функція, яку вони забезпечують, дозволяє кожному прагнути до кращого життя у різних його аспектах (робота, сім'я, громадська діяльність)» [1, 16]. У цьому контексті з'ясування різних аспектів висвітлення суспільного життя сучасними мас-медіа, інтерпретація журналістами актуальних питань сьогодення потребують цілісного, систематизованого підходу.

Різноманітні аспекти дослідження, основні методологічні прийоми та теоретичне обґрунтування наукових підходів до вивчення соціальних комунікацій фіксуємо у працях А. Баскакова [2], В. Іванова [3], Т. Казакової [4], В. Корнєєва [5], Н. Моїсєєвої [6], В. Різуна [7], О. Холода [8], О. Чекмишева [9] та ін.

Об'єктом наукової студії визначено методологічні підходи до дослідження форм презентації соціальної проблематики в публікаціях національних друкованих мас-медіа.

Мета дослідження — з'ясування методологічних принципів фіксації та каталогізації текстів соціальної проблематики (на матеріалі національних друкованих видань «День», «Україна молода», «Український тиждень», «Дзеркало тижня», «Газета по-українськи»).

Мета зумовила такі завдання роботи:

- визначити базові загальнонаукові та спеціальні методи дослідження соціальних проблем у ЗМІ;

- з'ясувати особливості соціальнокомунікаційного підходу до вивчення актуальних проблем соціальної практики;

- окреслити принципи фіксації та каталогізації текстів соціальної проблематики.

Моніторинг публікацій друкованих та електронних версій журналу «Український тиждень», щоденних всеукраїнських газет «День», «Україна молода», «Газета по-українськи», тижневика «Дзеркало тижня» підтвердив актуальність та вагомість проблем соціальної практики та дав можливість виокремити найтипівіші теми: самоорганізація громадян із метою вирішення своїх проблем у соціальній сфері (діяльність соціальних служб, громадських організацій, благодійна допомога); моральне виховання особистості (морально-етичні цінності, принципи громадянського суспільства); пропаганда фізичного та психічного здоров'я нації; проблеми соціально незахищених громадян (інвалідів, мігрантів, неповнолітніх, людей похилого віку тощо); збереження екології та природних ресурсів; захист дитинства і материнства; проблеми батьків і дітей, молоді (СНІД, наркоманія, алкоголізм тощо); економіко-політичні аспекти суспільного розвитку.

Дослідження актуальної соціальної проблематики в медіа відбувається передусім за допомогою загальнонаукових та специфічних методів вивчення журналістського явища, тексту, документа, категорії тощо. Методологічну основу дослідження мають становити принципи історизму, об'єктивності, комплексності та достовірності.

Під час вивчення історіографії проблеми та джерельної бази роботи послуговуємося бібліографічно-описовим методом з метою систематизації наукового досвіду українських та закордонних учених щодо типології проблематики засобів масової інформації, а також із метою з'ясування маловивчених аспектів досліджуваної теми. Незважаючи на низку теоретико-методологічних та прикладних досліджень, присвячених студіюванню різних аспектів проблематики мас-медіа, лише в поодиноких нау-

кових розвідках з'ясовуються актуальні теми суспільного значення, потрактовуються проблеми соціальної практики в контексті масової комунікації.

Системний, історичний, спостереження, порівняння, узагальнення, аналіз, синтез, індукція, дедукція, гіпотетичний — це ті загальнонаукові методи, що лягли в основу дослідження соціальної проблематики періодики (на матеріалі національних друкованих видань «День», «Україна молода», «Український тиждень», «Дзеркало тижня», «Газета по-українськи»).

Історичний метод дає можливість з'ясувати механізми мислення авторів публікацій досліджуваних видань із урахуванням культурно-історичних обставин, тих процесів, що відбувалися упродовж певного хронологічного періоду (2010—2013), вивчити соціальну проблематику в контексті сьогодення, враховуючи історичну добу.

Індуктивний метод використовуємо, коли робимо висновки на основі окремих фактів, виявлених під час дослідження публікацій, в яких висвітлено соціальну проблематику. Дедуктивний метод застосовуємо, виходячи із загальних проблемно-тематичних тенденцій, які фіксуємо в аналізованих періодичних виданнях. Дедукція дає змогу зробити висновки про типові аспекти реалізації соціальної проблематики. За допомогою синтетичного методу окремі тематичні тенденції вибудовуються в єдину концепцію.

Зафіксувати актуальні проблеми соціальної практики дає можливість метод спостереження: наскрізне читання публікацій та виокремлення тих матеріалів, що висвітлюють соціальну проблематику. Аналіз публікацій, осмислення проблемно-тематичного рівня кожного журналістського тексту дають можливість узагальнити ключові аспекти реалізації актуальної соціальної проблематики (використання загальнонаукових методів аналізу та узагальнення).

Важливість застосування порівняльного методу також беззаперечна і зумовлена необхідністю робити висновки на основі порівняння окремих тенденцій у висвітленні актуальної проблематики в різних друкованих мас-медіа та їх електронних версіях. Аналізовані джерела (національні друковані видання «День», «Україна молода», «Український тиждень», «Дзеркало тижня», «Газета по-українськи») мають чимало спільного в обсязі, території поширення, охопленні потенційної аудиторії, а тому порівняння парадигми і особливостей висвітлення соціальної проблематики у цих виданнях є плідним у контексті студіювання контенту.

Формулювання гіпотези дослідження (проблеми соціальної практики є одними із найпоширеніших у ЗМІ, оскільки висвітлюються у світлі реалізації суспільних, політичних, економічних, екологічних, культурних, мистецьких та інших проблем) стало можливим завдяки використанню гіпотетичного методу.

В. Різун та Т. Скотникова, систематизуючи методи наукових досліджень у журналістикознавстві, виокремлюють:

- описові методи;
- аналіз документальної інформації (контент-аналіз, контент-моніторинг);
- спостереження (наукове спостереження, психодіагностика);
- опитування (інтерв'ю, анкетне опитування, експертне опитування);
- експеримент [10].

До описових методів учені зараховують класифікацію, типологізацію, аналіз документів, історичний і біографічний методи, частково спостереження. У цьому контексті описана вище методологія дослідження із використанням загальнонаукових методів передбачає і використання спеціальних методів (тобто загальнонаукові методи, які застосовуються для вивчення типових чи нетипових явищ у мас-медіа, за певних умов можна вважати спеціальними методами у соціальних комунікаціях).

Базовими спеціальними методами, якими послуговуємося для фіксування маркерів реагування аудиторії на соціальну проблематику, є класифікація та типологізація, контент-аналіз та контент-моніторинг.

Тенденції висвітлення соціальної проблематики на шпальтах журналу «Український тиждень», щоденних всеукраїнських газет «День», «Україна молода», «Газета по-українськи», тижневика «Дзеркало тижня» втілюються в рубрикаційному комплексі, в публікаціях, які об'єднуються спільними проблемно-тематичними мотивами, спрямованими на показ, аналіз, розкриття гостроактуальних тем. Класифікація та типологізація векторів соціальної проблематики в аналізованих мас-медіа не можуть претендувати на всеохопність проблем соціальної практики, однак ілюструють основні типові тенденції висвітлення актуальної тематики соціальної сфери суспільного життя.

Контент-аналізові піддаємо назви рубрик та заголовки публікацій в аналізованих виданнях, а також зміст (теми) журналістських матеріалів. Оскільки рубрикація дає змогу читачеві орієнтуватися у структурі тексту, а кожна рубрика окремо (як композиційна частина архітекtonіки видання) демонструє взаємозв'язок з іншими елементами його композиції (назви та жанри публікацій), то саме із назв рубрик можна зрозуміти значимість висвітленої теми та порушеної проблеми. На думку І. Аньєса, «структура рубрик дозволяє створити «звичку читання», яка спрощує регулярне використання газети або журналу і яку потім потрібно підтримувати, щоб не втратити читача» [1, 72].

Рубрики виконують організаційну роль, допомагають читачеві зорієнтуватися в матеріалі, створюють йому умови для вибіркового читання. Щоразу

переходячи до наступної рубрики, людина може зробити паузу і ще раз осмислити прочитане. Така система взаємопов'язаних і підпорядкованих рубрикаційних заголовків видання втілює можливість авторів публікацій звернути увагу аудиторії мас-медіа на актуальні проблеми суспільства.

За допомогою контент-аналізу, на думку В. Різуна та Т. Скотникової, «можна отримати достатньо об'єктивний результат, а крім того, зробити зміст тексту «вимірюваним» і придатним для статистичної обробки» [10, 23]. У нашому дослідженні метод контент-аналізу забезпечує визначення якісних та кількісних характеристик контенту ЗМІ в контексті реалізації соціальної проблематики, дає можливість порівняти ступінь розкриття проблеми в кожному із досліджуваних тижневиків та щоденних видань.

Реакції комунікатів на різні публікації, присвячені актуальній соціальній проблематиці, опубліковані у пресі згадки, коментарі, обговорення у блогах, соціальних мережах, офіційні (неофіційні) запити та відповіді — це матеріал для проведення контент-моніторингу. Його мета — на основі репрезентативної вибірки маркерів реагування аудиторії на соціальну проблематику з'ясувати наявність (чи відсутність) та частотність вказівок реципієнтів на актуальність та вагомість проблем соціальної практики для громадськості та кожної людини зокрема.

За визначенням В. Різуна та Т. Скотникової, які розглядають контент-моніторинг як різновид контент-аналізу, «контент-моніторинг — це змістовий аналіз інформаційних потоків, який відбувається постійно протягом тривалого часу й має на меті отримання певних якісних і кількісних зрізів. При цьому сучасні методи контент-аналізу дають змогу здійснювати не лише аналіз значення текстів (статистична семантика), а й аналіз значення символів (семіотика), у тому числі контент-аналіз зображень» [10, 23]. Застосування контент-моніторингу в нашому дослідженні передбачає відстеження тенденцій у реагуванні аудиторії на злободенні та гостроактуальні публікації, в яких висвітлюються різні аспекти соціальної проблематики.

На думку І. Аньєса, «споживач стає дедалі вимогливішим до ЗМІ та журналістів, він критикує їхні помилки і недоліки, він вважає, що до його думки треба прислухатися та залучати його до дискусії» [1, 59]. Тому метод контент-моніторингу доцільно використовувати під час аналізу публікацій в інтернет-версіях аналізованих видань, оскільки реакції комунікатів на зміст цих публікацій постійно оновлюються (це дає можливість зафіксувати реакцію споживача «сьогодні» на журналістський матеріал, опублікований «вчора», відслідкувати можливі зміни в оцінці публікації одним і тим самим споживачем, оцінити відгуки різних реципієнтів на одну і ту саму проблему, окреслити спільні тенденції в реакціях аудиторії).

У контексті контент-аналізу та контент-моніторингу публікацій у мас-медіа можна розглядати соціальнокомунікаційний підхід до вивчення актуальної соціальної проблематики. За твердженням В. Різуна, «методологічним підходом до вивчення явищ, процесів, функцій соціальних комунікацій очевидно є соціальнокомунікаційний підхід. Суть цього нового для науки в цілому підходу є фіксація, моніторинг, опис, аналіз та інтерпретація даних у системі понять соціальнокомунікаційного інжинірингу, а точніше — з точки зору того, чи здійснює об'єкт дослідження на соціум той вплив, який технологічно закладався, і як соціум відреагував на об'єкт впливу» [7, 10]. Основою названого підходу до вивчення журналістського тексту є з'ясування того, «наскільки текст <...> забезпечить досягнення технологічних цілей — вплине на соціум чи викличе очікувану медіареакцію» [7, 11]. Дослідження контенту аналізованих джерел дасть змогу зрозуміти особливості впливу цих видань на читачів, а отже на формування думок та настроїв громадян України. Ідеться передусім про реакцію аудиторії: будь-яка гостроактуальна проблема переходить у статус соціальної, якщо вона має соціальні відгуки, тобто на неї реагують, її згадують, обговорюють у соціальних мережах, на публікацію посилаються після її опублікування у ЗМІ тощо.

Концепцію презентації соціальної проблематики в загальнонаціональній пресі, на нашу думку, можна визначити, виокремивши принципи фіксації та каталогізації актуальних проблем соціальної практики. Доцільно типологізувати соціальну проблематику, використавши назви рубрик, заголовки публікацій та ключові проблемно-тематичні аспекти журналістських матеріалів в обраних для аналізу виданнях. Названі категорії аналізу в контексті реалізації мас-медіа соціальних функцій піддаються класифікації в руслі соціальнокомунікаційного підходу. Свідченням цього є фіксація об'єктів аналізу, спостереження за ними, опис результатів спостереження, соціально зорієнтована інтерпретація результатів аналізу.

Отже, для отримання результатів щодо якісних та кількісних характеристик реалізації соціальної проблематики (на матеріалі національних друкованих видань «День», «Україна молода», «Український тиждень», «Дзеркало тижня», «Газета по-українськи») з'ясовано методологічні принципи фіксації та каталогізації соціальної проблематики періодики.

У дослідженні використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів, які застосовані в контексті соціальнокомунікаційного підходу до вивчення публікацій у мас-медіа. Ідеться передусім про бібліографічно-описовий, системний, гіпотетичний, історичний методи, спостереження, порівняння, узагальнення, аналіз, синтез, індукцію, дедукцію (загальнонаукові методи) та типологізацію, класифікацію, контент-аналіз, контент-моніторинг (спеці-

альні методи). Поєднання цих методів вважаємо доцільним, виправданим та необхідним під час вивчення особливостей висвітлення соціальної проблематики загальнонаціональними друкованими ЗМІ. Методи доповнюють один одного, допомагають з'ясувати спільні проблемно-тематичні тенденції в публікаціях аналізованих видань та специфічні аспекти реалізації проблем соціальної практики у кожному виданні окремо.

Обрана система методів дослідження дає змогу зафіксувати реакцію аудиторії на журналістські матеріали, присвячені соціальній проблематиці: будь-яка актуальна проблема переходить у статус соціальної, якщо вона має соціальні відгуки, тобто на неї реагують, її обговорюють у соціальних мережах, на публікацію посилаються після її опублікування у ЗМІ тощо.

Перспективним, на наш погляд, видається застосування контент-моніторингу відгуків читачів у друкованих виданнях та в їх інтернет-версіях з метою порівняння та визначення актуальних і важливих, на думку аудиторії, проблем, з'ясування соціальних стереотипів у масовій свідомості.

1. *Аньєс І.* Підручник із журналістики: Пишемо для газет / І. Аньєс ; пер. з фр. А. Андруска. — К. : ВД «Києво-Могилянська академія», 2013. — 544 с.

2. *Баскаков А. Я.* Методология научного исследования : учеб. пособ. / А. Я. Баскаков, Н. В. Туленков. — 2-е изд., испр.— К. : МАУП, 2004. — 216 с.

3. *Іванов В. Ф.* Соціологія масової комунікації : навч. посіб. / В. Ф. Іванов ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. — К. : ВПЦ «Київ. ун-т», 2000. — 210 с.

4. *Казаківа Т. В.* Складові поняття «комунікація» як методична проблема курсу «теорія та історія соціальних комунікацій» // Ученые записки Таврического нац. ун-та им. В. И. Вернадского. Сер.: Филология. Социальные коммуникации. — 2011. — Т. 24 (63). Ч. 1. — С. 53–57.

5. *Корнеев В. М.* Структура текста как чинник комунікації // Наукові записки Інституту журналістики. — К., 2000. — Т. 1. — С. 83–84.

6. *Моїсєєва Н. І.* Методологічні аспекти дослідження соціальної комунікації // Світ соціальних комунікацій : наук. зб. [голов. ред. О. М. Холод]. — К. : КиМУ, ДонНУ, 2012. — Т. 7. — С. 10–12.

7. *Різун В. В.* Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій // Світ соціальних комунікацій : наук. журн. / [голов. ред. О. М. Холод]. — К. : КиМУ, ДонНУ, 2011. — Т. 7. — С. 7–11.

8. *Холод О. М.* Соціальні комунікації: соціо- та психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / О. М. Холод. — Львів: ПАІС, 2011. — 288 с.

9. *Чекмишев О. В.* Новітні дослідження соціальних комунікацій в американській науці // Актуальні питання масових комунікацій. — 2011. — Вип. 12. — С. 9–13.

10. *Різун В. В.* Методи наукових досліджень у журналістикознавстві : навч. посіб. / В. В. Різун, Т. В. Скотникова. — К. : ВПЦ «Київ. ун-т», 2005. — 104 с.

Подано до редакції 24. 05. 2013 р.

Saschuk Tetyana. Methodology of research of actual social problems: principles of fixation and classification.

It is substantiated the methodological approaches for studying the forms of presentation of social problems in materials of the national print media 'Den', 'Ukraina moloda', 'Ukrainsky tyzhden', 'Dzeralo tyzhnya', 'Hazeta po-ukrainsky'. It is defined the basic scientific and specific methods of social problems research in mass media. It is determined the specific features of social and communicational approach for studying the actual problems of social practice. It is defined the principles of fixation and classification of texts of social problems.

Keywords: methodology, methodological approaches, social problems, national print media, mass-media, content, audience.

Сашук Т. И. Методология исследования актуальной социальной проблематики: принципы фиксации и каталогизации.

Обоснованы методологические подходы к изучению форм презентации социальной проблематики в публикациях национальных печатных масс-медиа «День», «Україна молода», «Український тиждень», «Дзеркало тижня», «Газета по-українськи». Определены базовые общенаучные и специальные методы исследования социальных проблем в СМИ. Выявлены особенности социальнокоммуникационного подхода к изучению актуальных проблем социальной практики. Обозначены принципы фиксации и каталогизации текстов социальной проблематики.

Ключевые слова: методология, методологические подходы, социальная проблематика, национальные печатные СМИ, контент, аудитория.