

УГРИН Т.В.

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Університет Поля Валері – Монпельє III*

**РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ ПОЛІТИКІВ
У ФРАНЦУЗЬКИХ МЕДІА В 2004–2009 РОКАХ
(кількісний аспект)**

Статтю присвячено кількісному аналізу репрезентації українських політиків у французьких мас-медіа 2004–2009 років. Після стислого обґрунтування важливості статистичного аналізу при проведенні лінгвістичних досліджень автор подає систематизований виклад результатів проведеного кількісного аналізу представлення Ю. В. Тимошенко, В. А. Ющенко та В. Ф. Януковича у французькій пресі та телебаченні за останні п'ять років.

Ключові слова: медійний дискурс, репрезентація українських політиків, кількісний аналіз.

Статья посвящена количественному анализу репрезентации украинских политиков во французских масс-медиа 2004–2009 годов. После краткого обзора роли статистического анализа в лингвистических исследованиях автор систематически излагает результаты проведенного количественного анализа представления Ю. В. Тимошенко, В. А. Ющенко и В. Ф. Януковича во французской прессе и телевидении за последние пять лет.

Ключевые слова: медиа дискурс, репрезентация украинских политиков, количественный анализ.

The article is dedicated to the quantitative analysis of the media representation of Ukrainian politicians in France during 2004–2009. This overview starts with a brief description stating the importance of statistical analysis in linguistic research. Further, the author develops a systematical summary of the results obtained by virtue of quantitative analysis of media representation of Yulia Tymoshenko, Viktor Yushchenko and Viktor Yanukovich in the French press and television of the last five years.

Key words: media discourse, representation of Ukrainian politicians, quantitative analysis.

Актуальність даного дослідження. Зважаючи на складність семантико-структурних відношень у мові загалом і у медійному дискурсі зокрема, переважна більшість досліджень у цьому напрямку спираються на якісний аналіз досліджуваного матеріалу. Водночас безліч дослідників говорять про важливість застосування статистичних методів у лінгвістиці: *“лінгвістика як наука нерозривно пов'язана з кількісним виокремленням та узагальненнями фактів”* [1:3]. Традиційно, найбільш широкого використання статистичні методи набули у дослідженнях на фонетичному та морфологічному рівнях мови. Водночас виникнення та подальший стрімкий розвиток

інформаційних технологій відкрили нові перспективи застосування статистичних та математичних методів у лінгвістичній науці.

Метою даної роботи є проведення кількісного аналізу медійної репрезентації українських політиків у Франції, яка і є **об'єктом нашого аналізу**.

Під терміном “*репрезентація*”, слідом за Жаном-Клодом Абріком, ми розуміємо “*соціокогнітивну конструкцію*” [2:14], що відображає в ментальних картинах або людській мові відсутню реальність. Іншими словами, ми говоримо про систему усталених для певного суспільства уявлень, що мають динамічний характер та слугують основою для дій індивідуума в соціумі.

Поставлена мета передбачає виконання наступних **завдань**:

- створити вибірку матеріалу дослідження і провести його кількісний аналіз;
- на основі результатів проведеного кількісного аналізу висунути ряд гіпотез для проведення подальшого якісного аналізу репрезентації українських політиків у французьких медіа 2004-2009 років.

Матеріалом дослідження послуговували два типи вибірок, які і увійшли до нашого корпусу чи, використовуючи терміни математичної статистики, до виділеної нами *генеральної сукупності*, під якою слід розуміти “*однорідний масив (або корпус) деяких одиниць, які належить обстежити*” [3:14]:

1) уривки телепрограм, відібрані нами за допомогою електронних пошукових систем Національного інституту аудіовізуальних матеріалів Франції, у яких в період з листопада 2004 року до травня 2009 року включно в тій чи іншій мірі фігурують три ключові постаті української політичної сцени, а саме: Юлія Володимирівна Тимошенко, Віктор Андрійович Ющенко та Віктор Федорович Янукович; загальна кількість таких програм – 605;

2) електронні версії статей, відібрані нами за допомогою пошукової системи *Factiva* та опубліковані у французьких щоденних виданнях *Le Figaro*, *Le Monde* та *Libération*, а також у щотижневих виданнях *L'Express* та *Nouvel Observateur*; загалом дана вибірка нараховує понад 1500 статей, присвячених французькими журналістами вищезазваним українським політикам.

Відібраний таким чином матеріал дослідження дозволяє вести мову про **статистичну однорідність вибірки** як у відношенні хронологічного зрізу (п'ятирічний період з 2004 по 2009 рік), так і у відношенні жанру (публіцистичний) та тематики (український політикум). Відзначимо важливість цього аспекту, адже, як відомо, однорідність вибірки є запорукою ефективного та надійного з точки зору отриманих результатів статистичного дослідження.

Пошук статей та уривків телепрограм проводився за наступними заданими ключовими словами: (Юлія) Тимошенко, (Віктор) Ющенко та (Віктор) Янукович. Він був ускладнений тим фактом, що написання імені та прізвища кожного з вищеназваних політиків могло різнитися в залежності від особливостей транскрипції та транслітерації при переході з кирилиці на латиницю у різних джерелах інформації в різні періоди виходу статті чи телепрограми. Так, у 2004 році можна було зустріти такі варіанти написання ПІБ українських політичних лідерів: *Iouliia* (що не є нормативним, оскільки починається з латинської *i*) *Timochenko*, *Yulia* (нормативний варіант на *y*) *Timochenko*, *Iulia Timochenko*, *Ioula Timochenko*, *Tymochenko*, *Victor Iouchtchenko*, *Viktor Iouchtchenko*, *Victor Ianoukhovitch*, *Viktor Ianoukhovitch*.

З часом відбувається процес уніфікації і в 2009 році найбільш частотними є такі варіанти транслітерації: *Iouliia Timochenko*, *Viktor Iouchtchenko*, *Viktor Ianoukhovitch*. Цікавим видається той факт, що при написанні імен та прізвищ українських політиків французькі журналісти більш схильні до використання ненормативного варіанту на *i*.

За допомогою вищеназваних електронних систем пошуку ми отримали точну цифру загальної кількості згадувань про Ю. Тимошенко, В. Ющенка та В. Януковича у французьких медіа. Під згадуванням ми розуміємо вживання імені та прізвища або просто прізвища того чи іншого політика у газетній статті чи в телепрограмі. Зауважимо, що зі стилістичної точки зору всі виділені згадування, беззаперечно, не є рівнозначними, адже деякі з них ми зустрічали в аналітичних статтях чи спеціальних випусках, інші – в коротких оглядах новин в газетах та на телебаченні.

Виділена описаним вище способом вибірка та проведений кількісний аналіз дозволити нам зробити наступні узагальнення, представлені у вигляді графіків, гістограм та таблиць:

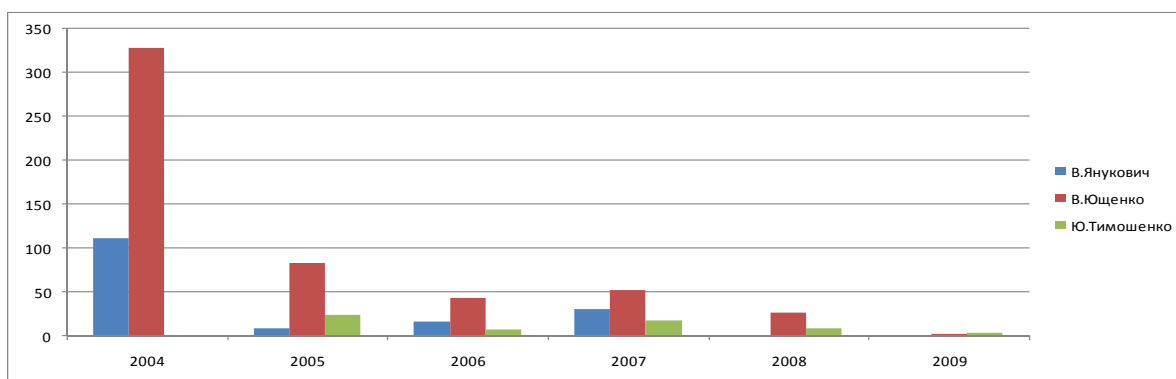


Рис.1. Кількість згадувань про українських політиків у французьких телевізійних програмах 2004–2009 рр.

Як видно з Рис. 1, у 2004 році найбільшу увагу французькі тележурналісти приділяють постаті Віктора Андрійовича Ющенка (328 згадувань). Досить вагомим з кількісної точки зору залишається представлення Віктора Федоровича Януковича (111 згадувань), в той час як постать Юлії Володимирівни Тимошенко практично не згадується у французьких телепрограмах цього періоду (1 посилання). Такий стан справ, беззаперечно, пов'язаний з подіями “Помаранчевої революції” листопада–грудня 2004 року, основними протагоністами яких і виступили вищезгадані кандидати в президенти В. Ющенко та В. Янукович.

Подальша хронологічна еволюція показує, що, починаючи з 2005 року, зацікавленість французьких журналістів у цих двох ключових постатях українського політикуму різко зменшується, тоді як харизматична Юлія Тимошенко все частіше і частіше з'являється в ефірі французьких каналів. У 2009 році вона навіть опереджає діючого на той час Президента України В. А. Ющенка.

У процентному співвідношенні подані вище гістограми можна представити наступним чином:

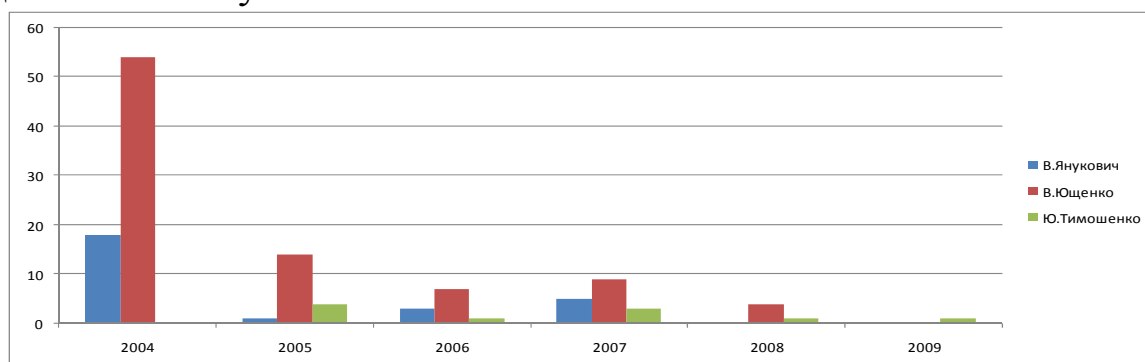


Рис.2. Процентний розподіл присвяченого українським політикам телевізійного ефірного часу у Франції (2004-2009 рр.)

Водночас загальна кількість згадувань, представлена на Рис. 3, промовисто свідчить про те, що кількісне лідерство все ж належить Віктору Ющенку (537 посилань), за ним слідує Віктор Янукович (168 посилань), а замикає коло найбільш відомих у Франції українських політиків Юлія Тимошенко (63 посилання).

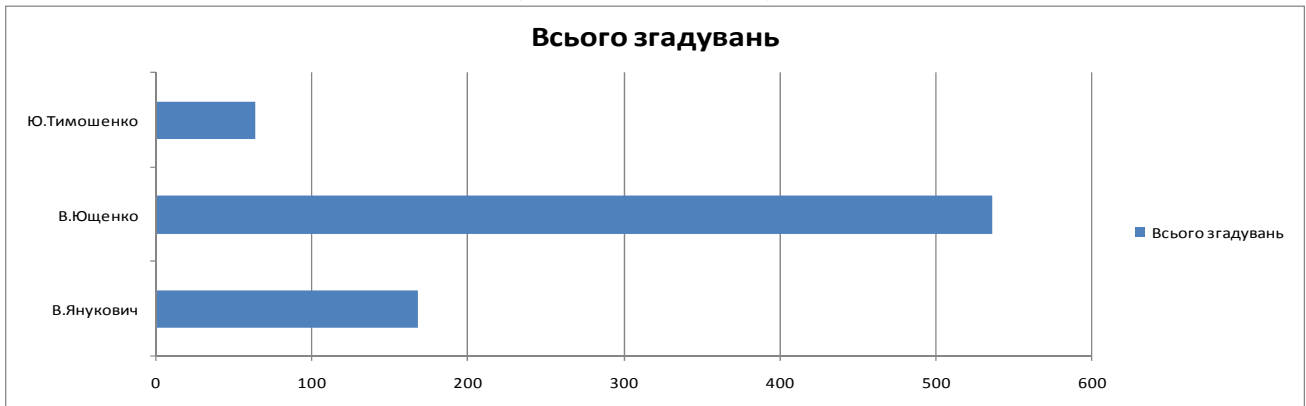


Рис. 3. Загальна кількість згадувань про українських політиків на французькому телебаченні в період 2004–2009 рр.

Цікавим нюансом у дослідженні стала загальна кількість згадувань, присвячена кожним окремим французьким телеканалом трьом українським політикам.

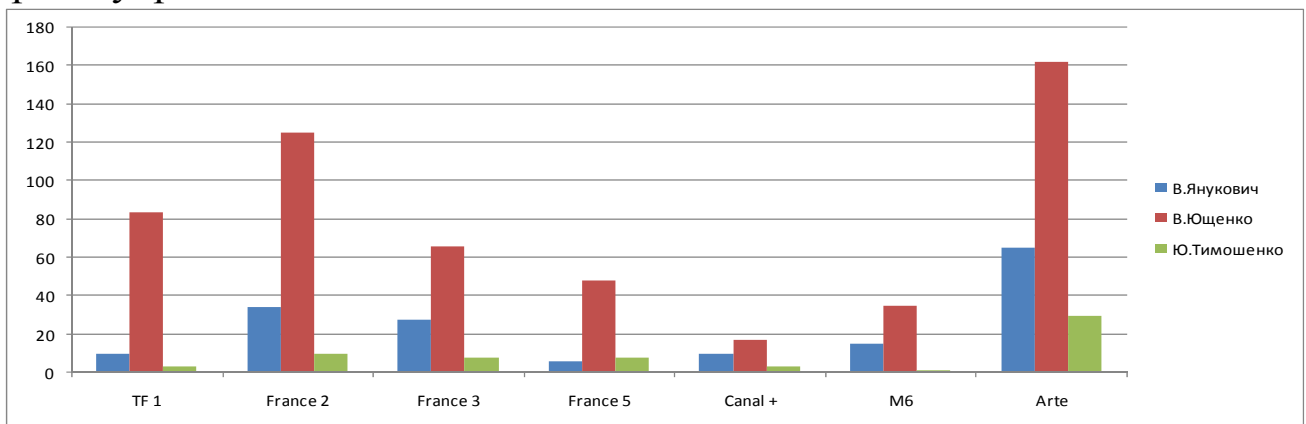


Рис. 4. Кількість згадувань про українських політиків на різних французьких каналах у період 2004–2009 рр.

Як видно з Рис. 4, найбільшу увагу українським політикам приділяє спільний французько-німецький канал *Arte* (всього 257 згадувань). Національні канали *France 2*, *France 3* та *France 5* також досить активно слідкують за подіями в українській політичній сфері (169, 102 та 62 посилання відповідно). Нарешті, найбільш популярний приватний французький канал *TF1* також не стоїть осторонь та згадує про українських політиків 97 разів, тоді як інші

комерційні канали, такі як *Canal +* та *М6*, рідше говорять про них (30 та 51 згадка відповідно). З наведених вище даних можна зробити висновок, що українські політики є найбільш цікавими для національних каналів (вочевидь, останні за своїм статусом просто зобов'язані говорити про них), тоді як приватні канали, діяльність яких чітко спрямована на отримання прибутку і, звідси, на задоволення потреб глядачів, говорять про український політикум менше. Ця тенденція досить промовисто свідчить про низький рівень зацікавленості широкого загалу глядачів французьких телеканалів в українському політичному житті.

В таблиці на Рис. 5 подана більш детальна інформація про розподіл уваги французьких ЗМІ до лідерів українського політикуму в залежності від типу телепрограм.

Назва телепрограми	В.Янукович	В.Ющенко	Ю.Тимошенко
12 13. Edition nationale. Les titres	1	2	1
12 14. Edition nationale. Les titres	1	2	0
19 20. Edition nationale	26	61	7
20 heures	3	4	4
20 heures le journal	26	106	6
Arrêt sur images	0	1	0
Arte Info	58	141	25
Arte reportage	0	0	1
Arte Reportage = Arte Reportagen	0	2	0
C dans l'air	10	16	3
Capté !	2	4	0
Face à l'image	0	5	0
Info	4	31	0
L'Ukraine, une nation divisée	2	2	0
La semaine des guignols	0	2	0
Le dessous des cartes = Mit offenen Karten	0	1	0
Le Forum des Européens = Das forum der Europäer	2	4	0
Le grand journal de Canal +	0	1	0
Le journal des sourds et malentendants	5	7	0
Le JT de Canal +	2	10	6
Le vrai journal	0	4	2
Les 4 vérités	0	2	0
On a tout essayé	0	1	0
Secrets d'actualité	0	2	0
Sept à huit	0	2	1
Six'	15	33	1
Soir 3 journal	0	1	0
TF1 13 heures	0	13	1

TF1 20 heures	10	69	1
Zoom Europa	0	3	1

Рис. 5. Таблиця кількісного представлення українських політиків у французьких телепрограмах різного типу (2004–2009 рр.)

Дані з таблиці на Рис. 5 промовисто свідчать про те, що у Франції українських політиків згадують в основному в денних та вечірніх новинах (*Le Journal de 20 heures, 12-14 Edition nationale. Les titres, le JT de Canal +, Six', Arte Info, TF1 13 heures та 20 heures* тощо). Тривалість таких репортажів зазвичай не перевищує 2–3 хвилини. Кількість спеціальних випусків (тривалістю 1 година і більше), присвячених подіям в Україні та їхньому обговоренню в студії, залишається незначною (до прикладу варто згадати про відомі аналітичні програми *C dans l'air, Zoom Europa, Sept à huit* тощо). Ці дані дозволяють нам висунути гіпотезу про те, що переважна більшість образів, пов'язаних з українськими політиками у Франції матиме спрощений, іншими словами стереотипний характер, оскільки згадування про них в телевізійних новинах та короткій оглядах преси часто є побіжними і носять узагальнюючий характер. Водночас цікавим видається аналіз спеціальних випусків програм, присвячених Україні, їх тематичний зріз, період випуску, манера представлення українських політиків тощо.

Поданий вище аналіз вибірки з уривків французьких телепрограм ми хотіли б доповнити коротким аналізом вибірки статей з періодичних видань. Результати електронного пошуку за ключовими словами та подальшої кількісної обробки цієї вибірки представлені на Рис.6., на основі якого ми маємо визначити істотність чи неістотність розходжень у даних обох виділених вибірок.

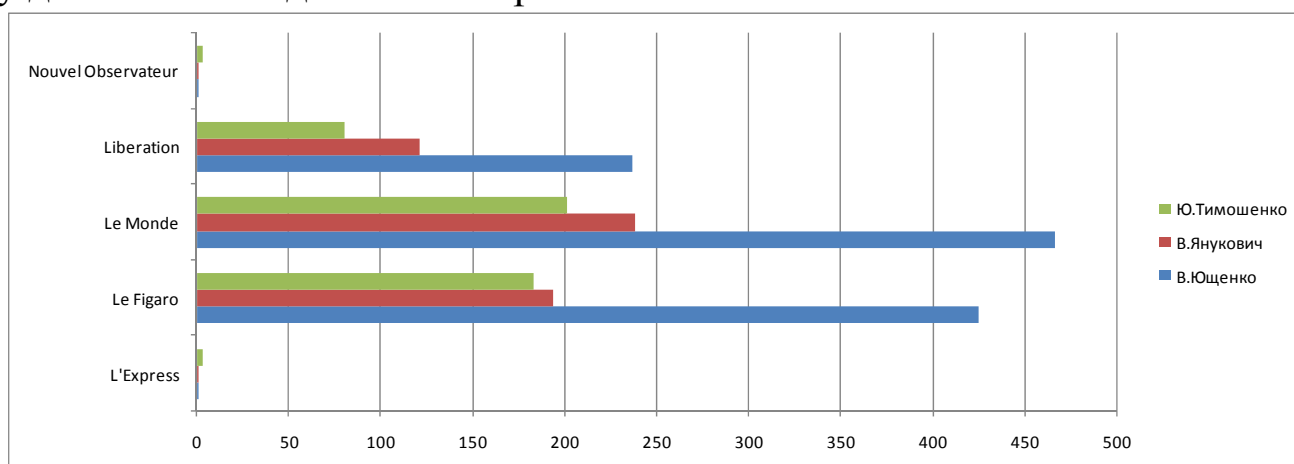


Рис. 6. Кількість згадувань про українських політиків у французькій пресі в 2004–2009 рр.

Подані на Рис.6 дані про кількісні характеристики представлення українських політиків у французькій пресі свідчать про жвавий інтерес

французьких національних щоденних газет *Le Figaro*, *Le Monde* та *Libération* до ключових постатей сучасного українського політикуму, в той час як найбільш популярні тижневі періодичні видання *L'Express* та *Nouvel Observateur* приділяють останнім досить мало уваги.

У центрі уваги знаходиться колишній Президент України Віктор Андрійович Ющенко (425 згадувань у *Le Figaro*, 467 у *Le Monde* та 237 у *Libération*). Такі кількісні характеристики істотно не різняться з даними висвітлення постаті В. Ющенка на французькому телебаченні (537 згадувань або втричі більше, ніж згадування про В. Януковича, та майже у 9 разів більше, ніж згадування про Ю. Тимошенко). Різниця між кількісним представленням двох останніх політиків на французькому телебаченні є досить істотною (168 посилання на В. Януковича проти 63 на Ю. Тимошенко), тоді як у французькій пресі ця різниця є менш відчутною (194 проти 183 у *Le Figaro*, 238 проти 201 у *Le Monde* та 121 проти 80 у *Libération*).

Наведені вище кількісні показники свідчать про наявність неістотних відмінностей між двома вибірками, проте загальна тенденція залишається незмінною: найбільше у Франції говорять про В. А. Ющенка, за ним слідує В. Ф. Янукович і на останній сходинці знаходиться Ю. В. Тимошенко.

Отже, наведені вище результати проведеного нами кількісного аналізу дослідного матеріалу дозволяють нам висунути ряд гіпотез щодо подальших шляхів і **перспектив дослідження**:

1) хронологічна еволюція кількісних характеристик медійної репрезентації Ю. В. Тимошенко, В. А. Ющенко та В. Ф. Януковича у французькій пресі та телебаченні, очевидно, матиме вплив на якісні характеристики використовуваних у медіа мовних образів українських політиків. Тому при якісному аналізі виділених нами мовних образів нам варто буде звернути увагу на таку характеристику образів, як хронологічна стабільність чи нестабільність у вибірці;

2) вагомими кількісними змінами у медійній репрезентації українських політиків у Франції свідчать про різке зміщення уваги французьких журналістів з однієї постаті на іншу. Згадаймо лишень про кількісні характеристики репрезентації В. А. Ющенка та В. Ф. Януковича, основних протагоністів “Помаранчевої революції”, у 2004 році або про “прорив”, здійснений пані Тимошенко у 2005 році. Очевидно, що кожна з цих постатей пов’язана у французьких медіа з певною тематикою, у

зв'язку з чим цікавим видається виокремлення та простеження певних асоціативних зв'язків, як-от: Ющенко–Помаранчева революція, Ющенко–Майдан, Тимошенко–Пасіонарія, Янукович–Росія і т. д., їх частотність, релевантність та еволюцію у журналістському дискурсі у Франції за останні п'ять років ;

3) вище ми вже вели мову про те, що дискурсивний жанр, в якому найчастіше представляються українські політики у Франції (новини на телебаченні та короткі огляди у пресі), може мати вплив на якісні характеристики мовних образів репрезентації Ю.Тимошенко, В. Ющенка та В. Януковича у Франції у бік спрощення, стереотипізації та / чи емблематизації останніх.

Водночас по цьому зазначимо, що оскільки *“у випадку дії законів статистичних однозначне завбачення результату певного впливу на предмет неможливе”* [3:3], то кожна з наведених вище гіпотез підлягатиме ретельній перевірці з нашого боку.

Таким чином, узагальнення ряду кількісних характеристик вибірки з 1500 статей та 605 уривків телепередач, у яких французькі журналісти згадують при три ключові постаті українського політикуму, дозволило нам висунути ряд гіпотез щодо шляхів проведення подальшого якісного аналізу даного корпусу.

Наостанок ми хотіли б аргументувати доцільність використання нами кількісного аналізу з метою формулювання гіпотез для подальшого якісного аналізу влучною, на наш погляд, аналогією американського дослідника Ж. Міллера: *“Робота статистика нагадує роботу картографа, який вказує подорожуючим на найважливіші залізничні шляхи, скупчення міст та основні географічні особливості. Про цікаві деталі та прекрасний пейзаж навмисне нічого не повідомляється. Міста – це цятки, а ріки – звивисті лінії, і все, що може зацікавити людину, що є справжньою ціллю подорожуючого – все пропущено. Але як карта допомагає досягнути цілей, так статистичні факти науки забезпечують орієнтацію для дослідників”* [1:96].

ЛІТЕРАТУРА

1. Засорина Л. Н. Автоматизация и статистика в лексикографии: работа над частотным словарем русского языка / Лидия Николаевна Засорина. – Л. : Изд. Ленинградск. ун-та, 1966. – 128 с.
2. *Pratiques sociales et représentations* // Sous la direction de Jean-Claude Abric. – Paris : Presses Universitaires de France, 2001. – 252 p. – P. 1–82. – Collection Psychologie sociale.
3. *Перебийніс В. І. Статистичні методи для лінгвістів: Навчальний посібник* / Валентина Ісидорівна Перебийніс. – Вінниця : Нова Книга, 2001. – 168 с.