

Лекція 1

Кожен з вас має уявлення, що таке мова і в голові виникають асоціації з такими складовими мовної системи як морфологія, словотворення, синтаксис і т.д. У ще більш вузькому розумінні ви можете згадати про системи окремих частин мови або граматичних категорій. Це все вірно, але мова – це не те, що вам здається на перший погляд, не те, до чого ви звикли в школі. Подивіться картину Магритта «Віроломство образів», мабуть одна з найбільш відомих картин художника.



Ми бачимо зображення трубки для паління (люльки), але ж це не трубка. Напис на французькій наголошує - це не трубка! Абсолютно культова річ. Тож, ми бачимо картину, нижче зображення є підпис.

Зазвичай підпис допомагає краще зрозуміти полотно. Згадайте: ви приходите до музею, нічого не розумієте, а завжди до експонату додається коротенький опис, що тут і до чого – написано: “Іван Грозний та син його Іван”, - і все одразу зрозуміло. А от Магритт наче намагається викликати дисонанс.

Напис нас водить в оману? Чи зображення? Що тут не так? Як це працює? Ви бачите трубку, але це дійсно не трубка, це тільки її *зображення*. Проте ви бачите живописний шар, де написано «це не трубка», і це також дійсно не трубка – це ж текст.

І дійсно теоретизування стосовно цієї картини можна розгорнути в будь-якому напрямі, чим і займаються дослідники. Для нас же є важливим інше: це не трубка, це зображення і головне - текст! 20 століття – це епоха філософії мови.

Мова чи не вперше визнається як певна проблема, як щось *проблематичне*, а не кристально чисте. Раніше вважалося, що мова лише інструмент, і достатньо лише знайти потрібні слова, знайдеш слова – передаш увесь сенс. І тут 20 сторіччя дає зрозуміти, що які б слова ти не знайшов, вони все одно більше ховають під собою, ніж дають зрозуміти. Починають виявлятися проблеми комунікації; науковці вперше висувають тезу, що мова – це завжди щось чужерідне.

Ви народилися в знаковій системі, ви самі її не обрали; ви народилися в культурі, і поступово надбали ту знакову систему, яку пропонують вам обставини. І цю чужерідність доволі гостро ви можете відчутти, коли намагаєтеся пояснити важливі, але абстрактні категорії. Цю ідею європейська культура саме з 20 століття намагається осмислити з різних боків Як можлива комунікація, як пояснити океан емоцій такими обмеженими засобами? Мова розуміється як набір дитячих кубиків, переставлення яких надає нам зовсім різні значення. Це намагання виразити щось масштабніше, невербальне сталими і досить формальними засобами, не завжди зрозумілими конструкціями. Майже ніколи нам не вдається втілити мовними засобами повноту наших думок та емоцій. А нічого замість мови ми не маємо. Тобто мова - це проблема.

Пам'ятаєте ці класичні складнощі всіх перекладачів, коли під час перекладу тексту втрачається більше 10 відсотків його змісту? Ми не завжди здатні передати сенс, бо мова не є нашою вродженою, органічною частиною. Вона наче дана нам для зручності, але нічого зручного в ній нема. І ось на це художніми засобами звертає нашу увагу Рене Магрітт, він звертає увагу на те, що трубка для паління і слова, які її позначають, – це взагалі різні речі, і в них немає нічого спільного, крім соціальної

домовленості: “нехай слово «трубка» позначає цей предмет для паління”. Мова взагалі може заміщувати візуальні речі – Магрітт схопив цікаву властивість, до якої вів Ф. де Соссюр і яку потім підтримали Р. Барт, М. Фуко. У. Еко: все є текст, будь-який елемент нашого світу можна передати текстом. Магрітт показує, що будь-який образ можна передати словами. Можна намалювати вогонь, а можна просто написати слово вогонь - і це буде вважатися тотожним. Так на перший план європейської культури виходить текст. А всю культуру можна замінити мовою: будь-який образ сучасного світу можна замінити мовою. Е. Бенвеніст пізніше сформулює це так: “мова є інтерпретантом усіх інших знакових систем”.

«Мова захоплює світ», як висловився з приводу лінгвістичного повороту в соціогуманітарних дисциплінах філософ Ричард Рорті. В першу чергу він мав на увазі світ академічний, звісно ж. І дійсно, інакше як масштабним захопленням (або, скажімо, повинню) цей поворот назвати було складно. Багато дисциплін, особливо філософія, культурна антропологія і когнітивна психологія, знайшли в просторі мовних досліджень свій інтерес, і навпаки: у рідній предметній області знайшли ключ до особливого розуміння мовних процесів і явищ. І власне варто звернути увагу саме на той момент переходу мови від суто лінгвістичного феномену до мови як явища соціального.

Серед ключових ідей, в контексті яких неможливо ігнорувати активну роль мови в суспільстві, можна назвати наступні:

1. Ідею про вплив граматичної структури і концептів природної мови на мислення і поведінку індивідів (Е. Сепір, Б. Уорф, Р. Браун, Б. Берлін, П. Кей, Е. Рош, Дж. Лакофф, М. Джонсон та ін.). Мова зумовлює свідомість. Мова впливає на мислення та когнітивну діяльність.

Американський науково-фантастичний фільм канадського режисера Дені Вільнева 2016 року, де в головній ролі Емі Адамс, хто пам’ятає – вона там лінгвістом була.

2. Ідею про соціальну диференціацію мови, відповідно до якої між мовними і соціальними змінними спостерігається не випадковий, але закономірний зв’язок (І. А. Бодуен де Куртене, Дж. Л. Фішер, Б. Бернштайн, Дж.

Гамперц, У. Лабов, Д. Хаймс і ін.). В більш складному суспільстві мова є більш складною та багатоаспектною, тобто більш диференційована система статусів і ролей вимагає, на думку Фішера, більш складної мови. І тут все ми кажемо про більш та менш диференційовані суспільства, можна провести паралель з ідеями Дюркгейма (на якого спирався згадуваний нижче Фердинанд де Соссюр), який також стояв на позиціях того, що суспільства можуть бути просто та складно організовані

3. Ідею про мовний знак як ідеологічний феномен, що відбиває історичний досвід членів групи і її соціальні інтереси, а також що є полем боротьби між соціальними агентами (Ф. де Соссюр, М. М. Бахтін, М. Фуко, Р. Барт та ін.). Мова – це поле ідеологічної боротьби. Мова є засобом та одночасно простором реалізації влади.

4. Ідею про дискурс як сукупність висловлювань за певною темою, вироблених соціальною групою або інститутом, які організовані навколо певного концептуального ядра; а також про дискурсивні практики, що опосередкують інші види соціальних практик (М. Пешо, Н. Феркло, М. Лакло, Ш. Муфф і ін.).

Показовим є одне дослідження, проведене Норманом Феркло. Він розглядає процес розвитку ринкових відносин у зв'язку з поширенням маркетингового дискурсу. Тобто ринок підпорядковує собі через ряд економічних механізмів всі інші сфери. А специфічний маркетинговий дискурс, в свою чергу, підпорядковує собі дискурсивні практики різноманітних суспільних інститутів (освіта, охорона здоров'я, культура). Даний процес Феркло позначає терміном «маркетизація дискурсу». Про це ми будемо говорити на наступних лекціях. А зараз розглянемо ідеї інших теоретиків.

Можна стверджувати, що повноцінний *соціальний аналіз мови* та соціологія мови розпочалися зі структурної лінгвістики, виникнення якої пов'язане насамперед із переходом у дослідженнях мови від порівняльно-історичного підходу до описового. У цьому підході мова вивчається як єдина система поза розвитку; всі її елементи розглядаються у взаємних (системних) відносинах, у структурі. Концепція

мови як знакової системи, соціальної за належністю, вперше висунута **Фердинандом де Соссюром**, швейцарським (французьким) лінгвістом. У своїх усних лекціях, прочитаних упродовж 1906-1911 рр. в Женевському університеті (на їх основі в 1916 році, вже після смерті вченого, був виданий "Курс загальної лінгвістики"), Соссюр розмежував мовлення та мову, розглядаючи останню як соціальний факт, тобто щось, що знаходиться поза людиною, примусове стосовно нього. Мова - це суто соціальне явище, що складається з вироблених колективом норм; індивідуальною є лише мова. При цьому мова не схильна до істотного впливу позалінгвістичних факторів: суспільство, наприклад, у конкретний період часу може вплинути не більше, ніж на виникнення нових слів, що ніяк не впливає на саму систему мови.

Зі знакової природи мови, Соссюр робить висновок у тому, що мова є найважливішою системою відносно інших семіотичних систем. Мова як суворя система виступає формалізуючим початком усієї соціальної дійсності. Такий підхід, поза сумнівом, надає чимало можливостей для аналізу соціальних структур.

У основі функціонування мови лежить різниця між знаками та його поєднаннями, отже, значення, сенс знака завжди відносні; початкового сенсу немає. У цьому плані мова є прикладом «суспільного договору, згоди на який у суспільства не запитали».

Серйозно критикував "об'єктивну" лінгвістику Соссюра і **Михайло Михайлович Бахтін**, який розглядаючи конкретні висловлювання, що використовуються індивідуумами у певному соціальному контексті, стверджував, що мова діалогічна, що розуміння її можливе лише в термінах незмінної орієнтації на іншого. Знак виступає як активний компонент мови, його значення модифікується та трансформується соціальними цінностями та конотаціями, тобто знак конденсує певні соціальні умови. Це дозволяє стверджувати, що "закони мовного становлення є соціологічні закони". Оскільки цінності та конотації постійно змінюються, то мова стає полем ідеологічної боротьби, а знаки – матеріальними посередниками ідеології, без яких немає цінностей та ідей. Бахтін погоджувався з Соссюром у тому, що мова продукує реальність у людській свідомості, проте ця його влада та автономія

відносні: *не існує мови, не включеної до певних соціальних відносин, які є частиною політичних та ідеологічних систем.*

Важливим етапом є аналітична філософія **Людвіга Вітгенштейна**. Він стверджував, що мова, що активно використовується, містить безліч різних областей. Звідси й розбіжності у функціонуванні слова, що породжуються різними контекстами. Відповідно, значення – це спосіб вживання слова у певному контексті (use). Лише деякі слова мають фіксовані особливості і можуть розглядатися як відносні функціональні константи (за здатністю породжувати дискусії). Це слова "знати", "реально", "дійсно", "здається", "істинно", "існує". Що ж до решти слів, то внаслідок нескінченної зміни контекстів їх вживання виникають серйозні труднощі у розумінні. У цьому й природа безлічі соціальних конфліктів.

Як бачимо, Л. Вітгенштейн, як і М. Бахтін, розглядає мову як сферу зародження конфліктів. Однак для нас особливо важливим є твердження Л. Вітгенштейна про те, що межі мови є не що інше, як межі світу індивіда. Для того щоб говорити взагалі, індивід повинен бути навчений тому, як саме говорити. У якомусь сенсі спосіб і форма дії у взаєминах індивіда та мови визначають зміст, якщо уявити (умовно) що мова та індивідуальна свідомість співвідносяться як форма та зміст. Однак подібне уявлення надмірно схематичне, і може бути використане лише як метафора.

І четвертим важливим етапом розвитку структурних теорій мови стали деякі положення французького структураліста та психоаналітика **Жака Лакана**. За Лаканом, однією з основних функцій мови є символічне оформлення зовнішнього та внутрішнього світу індивіда, надання йому відчуття єдності, цілісності та взаємопов'язаності. Клінічна практика Лакана підтвердила те, що це відчуття "єдності" створено мовою в процесі діалогу: безладна мова пацієнта залишалася такою, доки в ході діалогу між пацієнтом і лікарем не виявлялися несвідомо опущені логічні ланки. Тобто структура особистості в даному випадку визначається структурою її мови; тим самим визначається і структура несвідомого.

Отже, ось чотири - багато в чому методологічні - постулати:

1. Опанування мовою невідконтрольне індивіду (Ф. де Соссюр);

2. Під час вивчення людини ми завжди стикаємося зі знаками, намагаючись зрозуміти їх значення. Людина діє у мові, проте немає мови, не включеного тим чи іншим чином у системи соціальної реальності (М. Бахтін);

3. Кордони мови – це межі світу індивіда (Л. Вітгенштейн);

4. Структура особистості визначається структурою мови (Ж. Лакан).

Сукупність цих висновків і дозволила в теорії мови розглядати індивіда та суспільство як явища, які стають можливими лише завдяки мовній практиці; як явища, зміст і значення яких визначаються виключно у процесі взаємодії, взаємовідносин відповідно з іншими індивідами та суспільствами. Особливо важливими є висновки М. Бахтіна, що дозволяють розглядати подвійність мови як феномена, що продукує і відображає.

Розвиток особистісно-орієнтованих теорій мови.

Серйозний вплив справила концепція мови **Джорджа Герберта Міда**. У теорії символічного інтеракціонізму Дж. Д. Мід виходив з того, що людина засвоює культуру у вигляді системи символів, загальних всім членів суспільства. Як такі символи виступають жести та мова. Мова порівняно з жестом – більш зріла форма спілкування і має значні переваги: у термінах значень формулюються загальні поняття – універсалії, що мають однаковий вплив на різних індивідів. Тому оволодіння мовою – найважливіше у людині, те, що робить її соціальною істотою, оскільки створює здатність поводитися з символами. Мід дає своєрідну схему: ставлення людини до природи - праця; ставлення людей один до одного - інтеракція - мовна повсякденна комунікація. Отже, проникнення у сенс міжособистісної взаємодії, з допомогою якого суспільство об'єднує свої структури, необхідний аналіз буденної мови. Може здатися, що цей висновок аналогічний висновкам Вітгенштейна, що наводилися вище, а зведення соціальних відносин до мовного аспекту ідентично соссюровському лінгворедукціонізму, проте це зовсім не так. Для Міда мова – це спосіб прояви індивіда, і щодо мови величезне значення має суб'єктивна інтерпретація. Тут не може бути й мови про "об'єктивну" лінгвістику Соссюра; значимість мови постулюється на інших підставах. Концепція мови Міда ближче, скоріше, до теорії Бахтіна: це розгляд взаємопов'язаності мови та

особистості (проте з істотним соціально-психологічним "креном" у бік особистості). Теорію Міда не можна ставити в один ряд і з феноменологічними концепціями. Мабуть, можна знайти схожість мідовської концепції з деякими положеннями **Гарольда Гарфінкеля**. Етнометодологія, займаючи певною мірою проміжне положення між символічним інтеракціонізмом і феноменологією, не розглядала суспільство як об'єктивне явище. Соціальна взаємодія, за Гарфінкелем, це та сама мовна комунікація у світі повсякденності. Гарфінкель також звертається до контекстів і слідом за феноменологами говорить про "сенсах, що маються на увазі"; йому важливо насамперед те, **ЯК** говорять індивіди. Однак розуміння полягає у виявленні сказаного як сказаного за правилами. Тобто, звичайна розмова має стандарти, у яких відбувається інтерпретація і конструювання соціальної структури взаємодії. Отже, інтерпретація за правилами (Гарфінкель) – інтерпретація універсалій (Мід): перші точки перетину. Цим, однак, подібність не вичерпується: Гарфінкель говорить про два типи суджень - повсякденно-мовні, що характеризують унікальні об'єкти у безпосередньому зв'язку з контекстом, і об'єктивні, що характеризують загальні властивості об'єктів незалежно від контексту вживання. Останні – це наукова мова, що дозволяє групувати, класифікувати, типізувати об'єкти. Це – похідна від звичайної мови, те, що криється його і таки містить у собі соціальні структури (пор. універсали Міда).

Можна вважати, що Мід (символічний інтеракціонізм) та Гарфінкель (етнометодологія) забезпечили визнання значення суб'єктивної (інтерсуб'єктивної) інтерпретації у структурі мови. Однак при очевидній відмінності від теорії Соссюра їх концепції також дозволяють говорити про мову як про основу соціальної істоти – людини та соціальну структуру суспільства. Як і Бахтін, визнаючи відносну об'єктивність мови, Мід та Гарфінкель зверталися до дослідження індивідуальних взаємодій людей та мови. Різниця – в акцентах: Соссюр та його послідовники відстоювали повну автономію мови, Бахтін говорив про значущість двоїстої сутності мови, Мід та Гарфінкель акцентували увагу на суб'єктивних аспектах функціонування мови. Слід визнати, що останні мали настільки явний вплив виникнення теорії дискурсу, як і той ж Соссюр; проте, незважаючи на очевидне

протистояння поглядів "об'єктивістів" та "суб'єктивістів" мови, в теорії дискурсу поєдналися і ті, й інші.

Лекція 2

Ханс-Георг Гадамер ставить в основу своєї концепції поняття досвіду. Саме в досвіді історії через історичний переказ «дається в знаки» наше минуле, а також відбувається опосередкування минулого та сьогодення. Особливий інтерес викликає *мовний досвід*. Тут роздуми Гадамера повністю перебувають у руслі лінгвістичного повороту. Розглядаючи становище та роль мови в сучасному суспільстві, німецький філософ розвиває думку про певний лінгвістицизм або мовний детермінізм, згідно з яким мова все зумовлює, їй належить чи не вся влада.

Приблизно такими Гадамеру видаються відносини між людиною і світом. Він пише про *«мовну будову світу»*, про *«мовний характер нашого досвіду світу»*, про те, що *«світ схематизований мовою»*, що мовний характер досвіду світу передує всьому, що ми пізнаємо та висловлюємо про світ. Гадамер вважає, що *"мова - це універсальне середовище, в якому здійснюється саме розуміння"*. Він виразно заявляє: *«буття є мовою»*, *«буття, яке може бути зрозуміле, є мовою»*. Він вважає, що мовний досвід світу є первинним та *«абсолютним»*.

Завершуючи свій аналіз мови, німецький мислитель робить висновок, що *«правильніше було б сказати, що не ми говоримо мовою, але мова «говорить крізь нас»*. У своїх міркуваннях про місце та роль мови в процесі розуміння він приходять до ще більш фундаментального філософського висновку: *«Буття, яке може бути зрозумілим, є мовою»*. Гадамер уточнює, що мова при цьому розглядається в універсальному сенсі, коли під нею мають на увазі не тільки природну мову, а й інші мови — мову мистецтва, мову природи або взагалі якусь мову, якою розмовляють речі. Проблема тлумачення світу – це проблема тлумачення мови. Згідно з Гадамером, розкриття та розуміння сенсу мовного тексту – це нескінченний процес, невіддільний від саморозуміння інтерпретатора. *Число інтерпретацій та смислів нескінченне, з чого виводиться множинність істини та реальності* – постулат, що

має особливе значення для теорії дискурсу, як і постулат про *діалогічність інтерпретації* та вплив інтерпретатора на текст.

Близьку М. Бахтіну, про якого йшлося у першій лекції, мету – дещо іншим шляхом – **переслідував Юрген Хабермас**. Розробляючи теорію *комунікативної дії*, Хабермас виступав як проти пояснення реальності лише зовнішніми факторами, так і проти визнання значущості лише внутрішніх факторів. Прагнення синтезу різних соціологічних традицій багато в чому зумовило специфіку змісту його теорії – зокрема й розгляду мови. Так, Хабермас критикував Гадамера через те, що той наполягав на пріоритеті лінгвістичних традицій у бутті людини, а також наділяв мову та культурні традиції ідеологічною сутністю. стверджуючи, що вони приховують у собі структури *домінування та соціальної влади*. Хабермас вважав, що така логіка зводить всю соціальну дійсність до світу інтерпретацій і символічних традицій, тоді як суспільство – це не лише символічне самовідтворення та самоінтерпретація (тобто "життєвий світ"), а й **система дій**. Саму мову Хабермас розуміє як *дію, комунікативну за своєю природою*. Таке розуміння мови виводить її вперед свідомості. Природа соціально-наукового пізнання інтерпретативна і рефлексивна; комунікація та процес пізнання замкнуті одне на одне. За Хабермасом, раціональність безперешкодно утверджується в процесі дискусії. Тому **аналіз політичної мови** (і мови взагалі – як способу аргументації) має здійснюватися з погляду *ступеня прагнення згоди, ступеня комунікативності* (а чи не диктату) мови та дискурсу. Цей висновок особливо цікавий нам тим, що автор, на перший погляд, відмовляється від критерію неупередженості як відстороненості дослідника від об'єкта дослідження. Наполягаючи на тому, що політична мова містить у тій чи іншій мірі прагнення згоди, Хабермас цим допускає *оцінку* політичної мови. Однак це враження оманливе. Дійсно, ставлячи за мету аналізу подібним чином, Хабермас приписує політичній мові властивість, не позбавлену якогось позитивного емоційного і морального забарвлення. Проте визначальним мотивом є роздуми про *функціональність* будь-якого об'єкта соціального аналізу. І до *функції* політичної мови ставиться не що інше, як забезпечення ефективного функціонування політики. Логіка Ю. Хабермаса не відкидає здатність політичної мови виконувати "негативні"

функції. Але політична мова сприймається як елемент системи, що у її життя і забезпечує її функціонування.

Отже, Ю. Хабермас виводив пріоритет мови із зовсім відмінних від сосюрівських передумов; в той же час він активно чинив опір експансії вкрай суб'єктивістських теорій мови.

Викладена послідовність поглядів на суть мови насамперед демонструє боротьбу *двох тенденцій, двох підходів*, які можна умовно називати "об'єктивістським" та "суб'єктивістським", або "структурним" та "діяльнісним". Відмінність цих підходів у тому, що в першому, представленому в теоріях Ф. де Соссюра, Л. Вітгенштейна, Ж. Лакана та частково М. Бахтіна, мова розглядається виключно як система (нерухома надіндивідуальна структура), у другому, що об'єднує ідеї Дж. Міда, Г. Гарфінкеля, Х.-Г. Гадамера – як дія (тобто результат індивідуального функціонування).

Найбільш соціологічною концепцією мови є концепція **П'єра Бурдьє**. Мова не є ані центральним, ані одним із спірних понять його теорії. Однак підхід Бурдьє до аналізу політичної сфери соціального світу дає змогу обґрунтувати розгляд мови як одного з факторів, що структурують соціальну реальність.

Соціальний світ має деякі властивості. За допомогою цих властивостей та їх подвійного структурування (на основі об'єктивних зв'язків і того, як вони сприймаються) соціальний світ приходить до статусу символічної системи, яка організується за типом системи феноменів відповідно до логіки відмінностей, різних розбіжностей тощо. Агенти (дійові особи) будь-якої сфери реальності), перебуваючи в боротьбі за нав'язування легітимного бачення соціального світу, мають владу, пропорційну їх символічному капіталу. Усі символічні стратегії, що використовуються агентами у цій боротьбі, розташовуються між двома крайніми позиціями: образою – коли приватна особа презентує та нав'язує свою критичну точку зору, ризикуючи отримати у відповідь аналогічні дії, та офіційною номінацією – актом символічного навіювання, який має всю силу колективного "здорового глузду" оскільки він скоєний довіреною особою держави, володаря монополії на легітимне символічне насильство. Поняття "*офіційна номінація*" використовується

Бурдє як позначення головного символічно-мовного засобу маніпулювання та контролю реальності (за допомогою дискурсу його власниками або дискурсивною спільнотою). "Офіційна номінація має цінність на будь-якому ринку, оскільки офіційне визначення офіційної ідентичності вириває своїх володарів із символічної боротьби "всіх з усіма", наділяючи своїх агентів дозволеною, визнаною всіма універсальною перспективою". **Офіційну класифікацію здебільшого здійснює держава.** Управління назвами, будучи одним із інструментів управління матеріальними пріоритетами та груповими іменами (наприклад, назвами професій). Логіку офіційної номінації особливо добре видно з прикладу *звання* – дворянського, вченого, професійного; Бурдє робить висновок, що звання (як і мова) – інституція міцніша, ніж внутрішні характеристики праці. Винагорода за звання може зберігатися незалежно від змін у праці та її цінності.

Не можна, на думку Бурдє, займатися *наукою класифікації*, не займаючись *наукою боротьби класифікацій* і не враховуючи в цій боротьбі за владу знання, за владу через знання, за монополію легітимного символічного насильства позицію кожного агента чи групи агентів, залучених до боротьби, розрізняючи індивідів, що ризикують у щоденній боротьбі символів, та професіоналів-уповноважених, які мають монополію на "правильну" класифікацію.

Політичне поле - це місце боротьби за владу, виражену в конкуренції за непосвячених або за монополію на право говорити та діяти від ІМЕНІ певної кількості непосвячених ("містерія міністерства"). Той, хто володіє цією монополією, присвоює собі голос цієї групи, її мовчання і силу її підтримки, стає довіреною особою. Взаємодія довіреної особи з групою та політичним полем відбувається у рамках символічно-знакової реальності.

У той самий час довірена особа покладає він священні завдання. Будучи уповноваженим або групою, або самим собою, довірена особа присвоює собі загальнолюдські поняття – Народ, Свобода тощо. Логіка подальшого самоосвячення та збільшення символічної влади досить проста: Я – лише довірена особа, ніщо; але оскільки те, від імені якого я виступаю і дію, є Всім, то Я – Все. Бурдє називає це

"ефектом оракула", коли уповноважений представник жертвує своєю індивідуальністю на користь соціально значущої маски, що дає символічну владу.

Ефект **оракула** є граничною формою результативності; це те, що дозволяє уповноваженому представнику, спираючись на авторитет групи, що уповноважила його, застосувати по відношенню до кожного окремого члена групи визнану форму примусу, символічне насильство, в основі якого лежить описана вище монополізація колективної істини. Уповноважений насамперед отримує право на "правильні" класифікації та номінації та на володіння "правильною" мовою та дискурсом. *У політиці ж "говорити" означає "робити", тобто переконувати, що можна зробити те, про що говориш, і вселяти знання та визнання принципів бачення поділу соціального світу. Гасла, створюючи групи, створюють соціальний порядок. Політичне слово повністю ангажує свого автора, являючи собою зобов'язання, яке стає політичним лише в тому випадку, якщо походить від політично відповідальних агентів. Адже те, що в устах одного є обґрунтованим передбаченням, у устах іншого буде "безвідповідальним" виступом. Політичні пропозиції, програми, узагальнення неможливо знайти перевірені логічно. Вони достовірні лише тією мірою, якою висловлює їх здатний здійснити в історичному сенсі, зробити їх історично справедливими. Таким чином, боротьба за владу у своєму символічному аспекті виявляється у боротьбі за володіння історичністю, за забезпечення історичності своєму дискурсу. Отже, політика є виключно благодатним простором для ефективної символічної діяльності, яка розуміється як дії, що здійснюються за допомогою знаків, здатних виробляти соціальне (зокрема, групи) і створювати історичність дискурсу, що використовується, за допомогою придбання монополії на "правильність" номінацій і класифікацій, виняткової монополії на слово -дія.*

Слід зазначити, що поняття "історичність" широко використовується в соціологічному аналізі мови та символічної реальності не лише П'єром Бурдьє.

Рольф Миккель Блакар. Мова як інструмент соціальної влади

Р. М. Блакар, норвезький соціолінгвіст, пише про те, що будь-яке використання мови передбачає такий структуруючий та впливовий ефект, незалежно від навмисності результату. Відправник інформації, що використовує мову, структурує і зумовлює сприйняття інформації одержувачем. Також відправник специфічно використовує мовні засоби відповідно до своїх переконань та точок зору на певні проблеми. В результаті тією чи іншою мірою відбувається нав'язування реципієнту цих переконань. Як зазначає Р. Блакар, при обробці слова зазвичай задіяні три його компоненти: референціальний (власне значення), асоціативний та емотивний. Проте найчастіше акцент зміщується однією із цих компонентів на шкоду іншим (наприклад, у рекламі – на емотивний, як й у більшості повсякденних суперечок).

У повсякденній мові (як і політичній, рекламній тощо) як інструмент влади широко використовуються ярлики – позначення, номінації (згадайте Бурдье). Нав'язування своєї системи ярликів - це і є "набуття історичності" або "управління істиною" (у термінології Блакара). При цьому мова політики поступово перетворюється на мову реклами: вона не шукає, а встановлює та наказує істину та хибність. Дискурсивна природа істини (Ю. Хабермас) забезпечує, зумовлює мовний шлях її утвердження. Отже, той, хто зможе переконати інших у істинності свого дискурсу, і буде наділений владою керувати істиною; він не "відкриває" цю істину, не впізнає її, а створює, конструює, здійснюючи владу та набуваючи влади.

Близькі за духом міркування можна знайти і у **Герберта Маркузе** в роботі "Одномірна людина". Однак він, навпаки, говорить про антиісторичність функціональної мови, про сучасне операційне перевизначення і подальше знемислення колишніх історичних понять. Насправді тут немає жодної суперечності, оскільки боротьба за історичність у розумінні Бурдье – це боротьба за право перевизначати основні поняття дискурсу. Маркузе говорить про те саме, але акцентує на фальсифікуючому характері подібного перевизначення, називаючи те, що відбувається придушенням історії. Різниця - у сприйнятті самої історії: Бурдье має на увазі під нею щось конструйоване так само, як і її, історії, істинність чи

хибність. Маркузе, в силу критичності своєї теорії, виходить із існування історичної істини, близької абсолюту, і вважає її основним джерелом небезпеки для маніпулюючої влади. На цій же підставі він застосовує термін "антиісторичність" та "ствердження антиісторичності". Цей термін цілком доречний і в якомусь сенсі навіть більш інформативний, ніж боротьба за історичність; але сам Маркузе одночасно згадує про "ритуалізацію" історії в рамках некритичного дискурсу. Водночас важко не погодитися з Маркузе у тому, що боротьба проти історії та проти пам'яті справді характерна для владних політичних дискурсів, навіть за умов підвищеної уваги до історії. Чимало прикладів можна знайти й у сучасній українській і світовій дійсності. Але оскільки справа не обмежується спотворенням історії, то ми вважаємо за краще користуватися оборотом "боротьба за історичність", маючи на увазі, що описуваний процес носить суто антиісторичний характер.

Теодор Адорно говорив про близький феномен мовного впливу, коли досліджував "жаргон справжності та початковості (изначальности)". За думкою Адорно, жаргон, який використовується, коли політики й пропагандисти розповідають про етнічну чи то національну історію, вони звертаються до лексики справжності (подлинности) та початковості (від початку часів) саме для того, аби виключити будь-яку критику своїх тез: адже вони, тези, стають "природними", і критикувати їх - це критикувати природу. Це один з дієвих інструментів боротьби за історичність; забігаючи наперед, близькою логікою користується й Мішель Фуко, про якого буде розмова нижче.

Саме боротьбою за історичність є боротьба за символічну перевагу – тобто власне боротьба за політичну та соціальну владу. Це – боротьба за можливість зберегти чи трансформувати соціальний світ, зберігаючи чи трансформуючи категорії сприйняття цього світу. Для Бурдьє категорії, які роблять соціальний світ можливим, є завданням цієї боротьби. Влада – це здатність здійснювати щось у публічному вигляді, зробити об'єктивованим та належним, тобто офіційним. Це влада утворювати групи, формуючи здоровий глузд, очевидний консенсус. Про це писав і Хабермас; і це є центральною ідеєю Бурдьє у розгляді соціуму. Саме ця ідея й цікавитиме нас із позиції її розвитку для розуміння дискурсу. Визнання боротьби

за владу боротьбою за символічне право спрямовувати погляди, віру та думки дає нам можливість робити найважливіший висновок про конструктивістський потенціал мови, дозволяє розглядати мову не просто як відображення соціальної реальності або, навпаки, як абсолютну владну структуру, а як основний фактор структурування та конструювання соціального світу, не зовнішній, а міцно вписаний у систему соціальних структур та дій.

Мова має конструктивістський потенціал щодо соціальної реальності, що досить яскраво представлено в соціології П. Бурдьє. Мова - це засіб структурування світу, конструювання соціальної реальності і само собою, інструмент соціальної влади, оскільки дозволяє впливати на людей. Вплив мови на людину (або мовне маніпулювання) досить очевидний у рекламі, художній літературі чи політичній пропаганді (що пізніше). Однак мова має конструктивістський потенціал і у своєму повсякденному функціонуванні.

Структурно-діяльнісні теорії аналізу мови

Мішель Фуко. “Мова” у Мішеля Фуко – це не зовсім мова у лінгвістичному розумінні слова. Це швидше метафора для позначення самої можливості порівняння та взаємоперетворення різноманітних продуктів та утворень людської духовної культури, загального механізму культурного виробництва. Історія створює/містить можливості розуміння, мова надає засоби розуміння, тобто ресурси культури; звідси – єдність історії та мови у Фуко. Мова – це рівень початкового структурування, на основі якого набувають чинності соціально-культурні механізми вищих рівнів (наприклад, раціонально-логічний). Мови кожного історичного періоду розрізняються як методи структурування дійсності.

Набагато частіше Фуко використовує поняття "дискурс". Дискурс по Фуко – це і специфічна мова, пов'язана з певною концепцією світу, та функціональна мова системи. Більш детального та конкретного визначення Фуко не надає. Важливо відмітити, що у дискурсивні практики, за Фуко, вписується вся культура. Дискурсивна практика не відкидає інших видів соціальної практики; вона передбачає їх і потребує виявлення зчеплень між ними. Дослідження дискурсивних практик показують, як задаються поняття, яким чином відбуваються вибори тих чи

інших розумових ходів і т.п. Дискурсивні практики встановлюють умови функції висловлювання.

Отже, дискурс Фуко – багат шаровий і багаторівневий феномен. Це сукупність висловлювань – тоді, коли висловлювання належать до дискурсивної формації. Дискурс не утворює риторичної, формальної або нескінченно повторюваної спільності; він конститується обмеженою кількістю висловлювань, котрим можна визначити сукупність умов існування. Такий дискурс не є ідеальною формою, а те, що він не характеризується послідовністю в часі, зовсім не протиставляється його історії. Навпаки, цей дискурс наскрізь історичний, проте його історичність є дискретною, перервною. Виходячи з історичності дискурсу, можна стверджувати, що дискурс схильний до тієї чи іншої міри до впливу соціокультурних обставин даного періоду часу. Це не зачіпає самостійності дискурсу як структурного явища, лише свідчить про його вписаності в не-дискурсивні практики. Дискурсивні практики – це співвідношення дискурсу з його об'єктом, і суб'єкта дискурс немає, проте має "власника" – найчастіше творця, причому дуже рідко їм буває одна людина. На наш погляд, є сенс говорити про своєрідне "дискурсивне співтовариство", яке продукує якісь первинні смислові елементи дискурсу.

Дискурс не можна визнати суто лінгвістичним феноменом, оскільки він щільно вписаний у недискурсивні практики. Це основні висновки та узагальнення концепції Фуко, які можна використовувати, не звертаючи надто пильної уваги на менш чіткі аспекти його теорії, пов'язані з характеристиками висловлювань, дискурсивних формацій тощо. Зверніть увагу, що розглядання не-дискурсивних, поза-дискурсивних практик не є типовим для теорій дискурсу, але є ключовим, наприклад, для теорії Нормана Феркло, про якого йтиметься нижче.

У свою чергу, голландський дослідник **Тойн ван Дейк** у книзі "Мова. Пізнання. Комунікація", аналізуючи становлення дискурсного аналізу, приходить до висновку, що дискурс не є лише ізольованою текстовою чи діалогічною структурою. Швидше це складне комунікативне явище, яке включає і соціальний контекст, що дає уявлення як про учасників комунікації (і їх характеристики), так і про процеси виробництва та відтворення повідомлення. Розглядаючи тексти масової комунікації

як особливий тип дискурсу, Ван Дейк вважає, що головне в аналізі дискурсу – розуміння його контекстуальної перспективи. Дискурс, за ван Дейком, це складна єдність мовної форми, знання та дії, яку слід характеризувати як комунікативну подію.

Ван Дейк пише, що дискурс має досліджуватися як багаторівневе явище, причому для опису кожного рівня (групи рівнів) має використовуватися свій метод. Виділяються численні структурні рівні дискурсу, що підлягають аналізу (Ван Дейк насамперед говорить про аналіз дискурсу новин, текстів масової комунікації).

Однак будь-який практичний аналіз, на думку Ван Дейка, особливо аналіз великої кількості даних обмежений певними рамками. Ван Дейк пропонує скористатися якісним аналізом представницьких вибірок тексту. Він пише, що немає сенсу претендувати на об'єктивний аналіз ідеологічного, соціального, політичного аспекту текстів масової комунікації, оскільки для цього потрібно мати точні знання про вплив всіх факторів на створення цих текстів: включеність авторів цих текстів у конкретну інфраструктуру, їх взаємовідносини з суб'єктами впливу та багато іншого. Реально є лише можливість з тим чи іншим ступенем ймовірності припускати всю цю інформацію, спираючись на явно неповне знання, що нерідко призводить до спрощення предмета, що досліджується, на макрорівні. Про модель аналізу ми будемо говорити детальніше в наступних лекціях.

Ернесто Лакло і Шанталь Муфф Розглядають дискурси як способи спілкування та розуміння соціального світу, які конкурують між собою за надання соціальному світу певних значень. Дискурси постійно залучені у боротьбу досягнення переваги. Ключове слово цієї теорії — «боротьба дискурсів». Мета дискурс-аналізу, за Лаклом і Муффом, полягає в тому, щоб окреслити процеси структурування соціальної реальності, в ході яких відбувається закріплення за тими чи іншими знаками певних значень, встановлюються, відтворюються і зазнають змін відносини ідентичності. Ці процеси називаються Лакло і Муфф терміном «артикуляція». «Ми називаємо артикуляцією будь-яку дію, яка встановлює ставлення серед елементів так, що ідентичність знаків змінюється внаслідок практики артикуляції. Усю структурну єдність, що з'явилася в результаті практики

артикуляції, ми назвемо дискурсом». Отже, дискурс у трактуванні Лакло та Муфф — це продукт, що народжується в ході та в результаті артикуляції уявлень про соціальну реальність. Трактування дискурсу Лакло і Муфф, зазначають Йоргенсен і Філіпс, близьке до розуміння структури як фіксації знаків мережі відносин у Соссюра. Але, на відміну від Соссюра, який розглядав структуру як відносно стійку освіту, Лакло і Муфф трактують дискурс як незавершену, відкриту для змін структуру як багатоваріантний спектр артикуляцій, як конгломерат, в якому, крім зафіксованого значення, завжди є й інші потенційні варіанти значення, які можуть перетворювати структуру дискурсу. Крім того, на відміну від Соссюра, який бачив мету структурного аналізу у виявленні структури мови та дискурсу, Лакло та Муфф фокусують свою увагу на тому, як формується та змінюється структура дискурсу. Це стає можливим шляхом аналізу артикуляцій, які постійно виробляють, заперечують та переозначають структурні компоненти дискурсу.

Модель дискурсу Лакло і Муфф нам нагадує численні трансформації зображення, які ми спостерігаємо в калейдоскопі: той самий набір частинок при кожному повороті калейдоскопної труби вибудовується по-новому, утворюючи структуру нового малюнка. У трактуванні Лакло та Муфф певна ідентичність набувається суб'єктом у вигляді дискурсивного структурування соціального світу та здійснення процедур позиціонування всередині дискурсу. Суб'єкт є чимось, тому що він у дискурсах протиставлений чомусь.

Особистість в теорії Лакло і Муфф знаходиться всередині дискурсу. Суб'єкт набуває своєї ідентичності в дискурсивних практиках. Ідентичність, за Лакло і Муфф, завжди утворена відповідно до принципу відносності. Тому суб'єкт завжди розщеплений, він має різні ідентичності і має можливості іншої ідентифікації. Люди об'єднуються в групи через те, що деякі можливості ідентифікації починають виступати як найбільш прийнятні і тому пріоритетні. При цьому інші варіанти ідентифікації ігноруються, виключаються із політичної гри. Ті соціальні групи, які потенційно є носіями інших можливостей ідентифікацій, домінуючою ідентифікацією підпадають під поняття «інші».

В теорії дискурсу Лакло і Муфф велика увага приділяється аналізу політики. Політика, по суті, вплітається ними у дискурсивну практику, оскільки є способом конструювання, відтворення та перетворення соціального світу. Власне, вся політика сприймається як сфера боротьби між певними дискурсами. Політичні артикуляції визначають, як ми діємо і думаємо, являючи собою спосіб володарювання та розподілу влади. Політична дискурсивна конкуренція аналізується Лакло та Муфф через введення поняття «гегемонія», і тут ми виявляємо зв'язок з **теорією гегемонії Антоніо Грамші**. Згідно Грамші, **гегемонія** — це організація соціальної згоди. Гегемонія – це інструмент володарювання у вигляді виробництва значень. Через створення значень влада мобілізує людей на активні дії проти існуючих умов. Лакло і Муфф розвивають теорію гегемонії Грамші, на відміну Грамші, вони розглядають поняття «клас», «соціальна група», «нація» не як об'єктивні сутності, бо як продукт дискурсивної гегемонії. Для Лакло та Муфф немає жодних об'єктивних законів, які ділять суспільство на певні групи. Групи завжди створюються в політичних дискурсивних процесах

Норман Феркло пропонує свій підхід, в основі якого лежить розрізнення трьох рівнів аналізу: тексту, дискурсивної практики та соціальної практики. Рівню тексту відповідає аналіз лінгвістичної реалізації дискурсивної події, що включає розгляд жанрових і стилістичних особливостей аналізованого тексту. Іншими словами, дослідник тут дивиться на те, які слова та висловлювання використовуються для репрезентації тих чи інших елементів дискурсу, а також який зміст у них вкладається. Важливо відзначити, що Феркло використовує поняття тексту в розширювальному значенні: текстом для нього є будь-який семіотичний вимір соціальних практик, чи то письмовий текст, чи, наприклад, інтерв'ю. На рівні дискурсивної практики у фокус розгляду міститься зв'язок між текстом та соціальним контекстом його виробництва та споживання (інтерпретації). Ключовими поняттями, які тут використовуються, є поняття інтердискурсивності та інтертекстуальності. Феркло акцентує увагу на тому, що аналіз кожного конкретного тексту повинен включати встановлення зв'язків між цим текстом та іншими текстами і дискурсами, що дозволяє розкрити соціальне значення

дискурсивної події, а також виявити амбівалентність і суперечливість деяких текстів. У своєму розумінні інтердискурсивності та інтертекстуальності він виходить із концепцій М. Бахтіна та Ю. Крістевої. Зазначається, що саме інтердискурсивність багато в чому визначає інтерпретацію текстів, яку здійснюють соціальні актори, які розпізнають у дискурсивній події своєрідні «ключі», що визначають відповідні межі сприйняття.

Нарешті, аналіз соціальних практик пов'язує конкретну дискурсивну подію (текст) з ширшим соціальним контекстом, що включає інституційні рамки дискурсивної репрезентації, висхідні до питань владних відносин та ідеології. Важливим концептом тут є поняття порядку дискурсу, яке М. Феркло запозичує у М. Фуко, переосмислюючи його відповідно до завдань критичного дискурс-аналізу. Під порядком дискурсу він розуміє дискурсивний/семіотичний аспект соціального порядку. ... Соціальне структурування семіотичного відмінності – конкретний спосіб упорядкування відносин між різними способами виробництва значень, тобто дискурсами, жанрами та стилями». Як один із аспектів цього упорядкування вказується домінування. Так, одні методи виробництва значень всередині певного порядку дискурсу стають домінуючими, інші маргінальними. При цьому така модель не заперечує потенційного плюралізму способів дискурсивної репрезентації. Говорячи про домінування, Феркло звертається до поняття гегемонії в розумінні Е. Лакло і Ш. Муфф, наголошуючи на динамічному «тендітному» характері будь-якого встановленого в цій сфері порядку, відкритого для постійних змін.

Рут Водак, яка є найближчою за своїми теоретичними позиціями до Нормана Феркло, визначає дискурс як самостійне дослідницьке поле, він розуміється як «метод», а й навіть як сукупність теорій виробництва та сприйняття». Таким чином, вона розширює поняття політичного дискурсу в лінгвістиці. Виходячи з цього, можна припустити, що учасниками політичного дискурсу є не лише політики, а й інші реципієнти, залучені до політичних комунікативних подій, як громадськість, люди, громадяни, демонстранти, виборці тощо.

Тамара Дрідзе. Кліше та штампи. Декларативність.

У широкому значенні декларативність визначається як властивість людської свідомості (або усвідомлення як процесу), що призводить до зовнішнього, формального прийняття соціально схвалюваних (чи всім суспільством, чи значною групою) переконань, поглядів, принципів, цілей, норм; властивість, що викликає заміщення реального прийняття заявою про прийняття. Про прояв декларативності, наприклад, ціннісної свідомості можна говорити, якщо має місце не більше ніж формальне, номінальне прийняття тих чи інших цінностей, установок і т. д. Для більш повного розуміння декларативності умовно розділимо соціальну свідомість на два шари, рівня: демонстративний та глибинний, сутнісний. Співвідносяться ці рівні як знак і сенс, як те, що позначає і те, що позначається, якщо скористатися термінологією де Соссюра. Декларативність – а точніше, ступінь її прояву – залежить від ступеня міцності зв'язку між цими двома рівнями. За логікою речей, поверхневий рівень (рівень "рольових масок", звичок, шаблонів, стереотипів мислення) повинен адекватно відображати глибинний рівень (рівень мотивів, цінностей, смислів), а також транслювати адекватний образ реальності на глибинний рівень. Тобто адекватність тут забезпечує розуміння; зв'язок цих двох рівнів визначає структуру особистості. При спотворенні образу реальності порушується адекватність відображення глибинного пласта, порушується зв'язок між рівнем демонстрації і рівнем смислів, порушується структура особистості; в результаті поведінка людини починає визначатися шаблонами, демонстративними стереотипами, стає поведінкою за звичкою. Усе це збільшення ступеня декларативності. У мовному зрізі свідомості суть процесу полягають у посиленні розриву між що означає і що означає, і призводить до того, що чільну роль мовній свідомості та поведінці особистості грає знак, ярлик, а не смисл; форма превалює над змістом. Ось що пише з цього приводу відома дослідниця Т. М. Дрідзе: "... зміст, внутрішні зв'язки та відносини складної системи особистісної свідомості відтворюються ... у вигляді уявлень про них, виражених у текстових зв'язках та стосунках. Засобом та інструментом відтворення є знаки мови. Змістові елементи "існують" у формі знакових (мовних) елементів і конструкцій. При цьому форма прояву набуває самостійного "сутнісного" значення, відокремлюється, і зміст

замінюється у явищі іншим ставленням, яке зливається з властивостями матеріального носія (субстрату) самої форми і стає на місце дійсного відносини. Видима форма дійсних відносин є відмінною від їх внутрішнього зв'язку, відіграє роль самостійного механізму в управлінні реальними процесами ... ". Відбувається "зсув відносин між тим, що позначає і тим, що позначається"; результатом подібних процесів і є підвищення декларативності (власне, з цими ж процесами пов'язані основні моменти теорії дискурсу: і розгляд мови/дискурсу як ідеологічної структури (Волошинов, Альтюссер), та аналіз мови як інструменту повсякденної влади (Блакар), і визнання кордонів мови межами світу індивіда (Вітгенштейн, Лакан) та ін; саме в результаті відокремлення знака, набуття ним самостійності мова починає не тільки відображати, а й створювати реальність). Декларативність проявляється у тому числі й у використанні так званої "спустошеної мови". Справа в тому, що в мовній комунікації широко використовуються готові мовні формули (це можуть бути як цілі структури, так і окремі слова) – **кліше** та **штампи**. Але якщо **кліше**, будучи відкритим до індивідуальної соціопсихологічної інтерпретації, стандартизує і полегшує комунікацію, то **штамп** носить неінформативний, дисфункціональний характер і є семантично спустошеним кліше. Часте використання штампів порушує процес самовираження та реалізації індивіда, і сприйняття ним дійсності, посилюючи розрив між поверхневим і глибинним рівнями свідомості. У структурі особистості починає переважати поверхневий рівень свідомості, шаблонне мислення, втрачається потреба у усвідомленні себе, своїх дій та навколишньої реальності. У той самий час, у такій ситуації поведінка людини перетворюється на "голу" демонстрацію, декларацію: декларовані нею переконання, принципи не пов'язані з глибинними; поведінка регулюється зовнішніми чинниками, особистість індивіда мало бере участь у його діяльності. Так само і суспільно значущі переконання, погляди, норми приймаються на декларативному рівні, не впливаючи на глибинний рівень свідомості. Про кліше писав і вже згадуваний Г. Маркузе, стверджуючи, що вони перешкоджають розвитку значення та змісту. Те, що він розглядає кліше як приклад скорочення мовних форм (і як свідчення скорочення

форм мислення), дозволяє нам припустити, що у розумінні Маркузе між кліше та штампом різниця практично відсутня.

Женева Смітерман. Етнічні сленги, соціолекти.

Американська дослідниця Ж. Смітерман стверджувала, що мова відіграє домінуючу роль у формуванні ідеології, свідомості, поведінки та соціальних відносин; тому сучасна політична та соціальна теорія має звернути увагу до роль мови у соціальних змінах. Її теоретичні положення ґрунтуються на аналізі процесу історичного формування негритянської англійської (black English), нестандартної англійської та білої англійської, а також емпіричного дослідження в середовищі чорношкірих та білих робітників автомобільної промисловості Детройта.

Без посередництва мови досвід реального світу є закодованим як недиференційоване явище. Ідеологія та свідомість є значною мірою продуктами того, що Смітерман називає “соціолінгвістичною конструкцією реальності”. Наприклад, у американській повсякденній культурі число 13 сприймається як символ невдачі. Тому в багатоповерхових готелях США маркетингова стратегія вимагає, щоб у готелях не було 13 поверху. Ліфт йде з 12 на 14 поверх, і гість готелю живе і спокійно спить у двосотдоларовому номері на 14-му поверсі, який, звичайно, насправді тринадцятий – сконструйований соціолінгвістичними засобами як не існуючий.

На іншому прикладі розглянемо, як мова означає владні відносини. Хоча в англійській не існує формальної та неформальної форм звернення (наприклад, як du-Sie в німецькій, tu-vous у французькій, ти-ви - в російській), ті, хто говорить на американському варіанті англійської, мають можливість користуватися іншими лінгвістичними формами, що відображають класову систему. Індивіди, що перебувають у рівних та ієрархічних позиціях, соціолінгвістично диференціюються за допомогою використання *титулів, імен та прізвищ*. Соціолінгвістичним маркером є, наприклад, звернення до служниці на ім'я, але у відповідь вона має використовувати прізвище начальниці або начальника. Так "Рита Сміт" стає просто "Ритою", але "Філіс Штейн" - "Міс Штейн" або іноді - "Штейн". В якості

соціолінгвістичних маркерів соціальної субординації, що ґрунтуються на расі та статі, у наступному обміні репліками використовуються звернення та їх відсутність.

Соціолінгвістичні маркери-звернення відображають *форми* класових відносин, расизму і сексизму, що історично склалися в США. З наявних в англійській мові лексичних варіантів кожен із вищенаведених учасників розмови вибирає форму, яка соціально-лінгвістично конструює та відтворює відносини експлуатації, що ґрунтуються на класі, расі та статі.

Яскравою ілюстрацією цього є різні значення, що надаються епітету "нігер". У наступному діалозі два робочих заводу "Крайслер" у Детройті говорять про велику кількість в'єтнамців ("човнових людей", як зневажливо називають їхні жителі США), які намагалися в'їхати до Сполучених Штатів у 1975-76 роках (Smitherman 1976):

"J.T.: В'єтнамці, які не вилазять зі своїх човнів, збираються бути новими нігерами – для білих та для нас.

Сем: Я хотів би, щоб вони прийшли сюди працювати, тому що я вже втомився був нігером".

Біла англійська та нестандартна англійська є класовими мовами, а чорна англійська, навпаки, - це расовий діалект усередині класової системи. Тобто, чорною англійською говорять афро-американці всього класового спектру. Чорношкірі представники середнього класу розвинули навички зміни коду (тобто переходу з чорного на білу англійську), у той час як чорношкірі трудящі та непрацюючі класи зазвичай цією навичкою не володіють. Чорна англійська - це продукт системи підневільної праці та африканської работоргівлі.

Американський дослідник **Мюррей Едельман** є автором лінгвополітичної теорії особистості та числених її модифікацій. В основі всіх соціальних процесів М. Едельман бачив мову. В університетські роки в Чикаго М. Едельман познайомився з філософією Дж. Міда, що мала на нього великий вплив і визначила лінгво-соціологічний бік його досліджень. "Саме за допомогою мови ми розуміємо власний досвід, дізнаємось загальні значення культури та застосовуємо ці значення до себе. Ми можемо приміряти на себе чийсь роль і припустити, чого від нас чекають інші.

Це процес соціалізації”, писав Едельман. Отже, вплив мови можна виявити в будь-якій сфері соціального життя людини: релігії, освіті, професійній діяльності та, зрозуміло, політиці, де мова відіграє ключову роль як інструмент впливу на свідомість реципієнта. Те, що більшість людей сприймають політику опосередковано, неминуче вводить мову як посередника для формування її сприйняття. Тому М. Едельман не задовольнявся розглядом лише політичного аспекту суспільної поведінки та масмедіа у конструюванні політичних образів, він вивчав особливості мови та риторику політичної взаємодії, досліджував, як мова, генерована навколо політичних проблем, формує хід політики у політично заангажованій бюрократії та трансформує політичні дії у задовільна відповідь на проблему, що наболіла.

Роль номінації. Як багато соціолінгвістів, М. Едельман бачив важливий зв'язок між номінацією та знанням і розглядав роль номінації та інтерпретації у політиці. У книзі «Символічне використання політики» він спостерігає, як найменування стає способом розуміння речей, як «терміни, якими ми називаємо або говоримо про щось, роблять більше, ніж просто позначають предмет; вони поміщають їх у клас об'єктів, цим вказуючи, як його слід розцінювати і з чим слід порівнювати, і навіть визначають підхід, з погляду якого розглядатиметься і оцінюватися». У політиці, як і в релігії, мова, будь вона ритуальною чи профанною, банальною, посилює життєствердне переконання, незалежно від його обґрунтованості, і *блокує* скептичний запит про проблеми, що турбують. У зв'язку з цим М. Едельман дає дослідникам мови методику, яка дозволяє виявити, яким чином переконання та розуміння прикріплюються до слів.

Вирішальне значення вибору «іменування» детально розглянуто на прикладі бідності, коли «іменування» може допомогти чи завадити створенню державної політики, надаючи вибір політикам та громадськості. Коли соціологічний термін «гідні та негідні бідні» було введено в політичну дискусію, з'явився вибір: чи повинен уряд допомагати «негідним» бідним, чи заслуговують на обидві групи допомоги та ін. Саме створення символу гідних бідних дозволяє (1) уряду нічого не робити для мільйонів бідних людей після того, як вербально їх визначили як

«негідних», та (2) збіднілим громадянам розглядати інших бідних людей як «негідних», стаючи на бік урядових еліт, а не ідентифікуючи себе з тими, хто перебуває у таких самих економічних умовах.

У всіх своїх ключових роботах М. Едельман звертає увагу на вплив свідомо навішених *ярликів* у політиці. Такі терміни класифікують людей за їхніми передбачуваними властивостями без урахування складних і суперечливих припущень, висновків, умовчань, ймовірності помилок, а також альтернативних можливостей, які існують для тих, хто використовує терміни. Їхнє застосування в політичній дискусії перешкоджає збереженню критичної позиції щодо ментальних процесів спостерігача та обережності, які вважаються відмінними рисами науки. Вони виправдовують соціальну нерівність тим, що вона нібито ґрунтується на особистих якостях: інтелекті, навичках, моральних засадах чи здоров'ї.

Ще 1964 р. у книзі «Символічне використання політики» М. Едельман показав, як у комунікації між політичними органами влади та масовою громадськістю еліти старанно *формують очікування* людей та сприяють тому, щоб громадськість приймала зручне елітам ставлення до самої влади. Він продемонстрував неявний спосіб аналізу публічних заяв і дій влади з погляду їхнього символічного змісту та психологічного впливу на залежне населення, яке шукає заспокоєння та буквально потребує керівництва. Він переконливо доводив, що шанування незалежної «громадської думки» не має під собою жодної підстави, оскільки самі лідери прагнуть, як правило, контролювати сприйняття масової громадськості, якій вони пізніше «відповісти».

Державні бюрократичні структури успішно використовують мову для того, щоб сформувані необхідне їм уявлення про свою роботу, причому роблять це значно краще, ніж вирішують хронічні соціальні проблеми, для чого, власне, і створені. Отже, політичні реалії переважно недоступні громадськості, крім тієї дійсності, яку генерували еліти у вигляді символів. Такі символи часто створюють ілюзію політичних рішень складних проблем — рішень, розроблених експертами, які здійснюють ефективні лідери і безальтернативно успішні в їх результатах.

Книга «Політична мова: успіх слова і провал політики» являє собою аналіз ролі символів за допомогою дослідження їх періодично виникаючих і стійких зв'язків із політичною поведінкою, що спостерігається, яка змінюється в залежності від соціальної ситуації та змін значущих символів. Дані для аналізу включають (1) загальні терміни, метафори та інші повсякденні фігури промови в міру їх появи у заявах державних посадових осіб, державних органів у матеріалах ЗМІ; (2) терміни, що використовуються у відповідних професійних статтях та економічному аналізі, а також (3) публічні дії та реакції на них, які зазвичай повторюються. Оскільки «люди мають справу не з політичними подіями, а з мовою, якою про них розповідають», і політична мова, таким чином, «є політичною реальністю», вчений повинен вивчити методи та засоби, за допомогою яких мова створює політичну реальність у різних контекстах.

У своїй ранній роботі М. Едельман розглядав різні мовні стилі та їхнє застосування політичними, адміністративними та судовими елітами. Розрізняючи *спонукальний, юридичний та переговорний* стилі, він визначив роль кожного з них у підтримці політичного устрою. Найбільш поширеною формою політичної риторики та важливою для розуміння ролі риторики у забезпеченні суспільної підтримки є мова *настанов, чи спонукальний* стиль. Ключовим моментом тут є те, що лінгвістичний зміст та форма об'єднуються, щоб переконати громадськість у тому, що з нею наразі консультуються з питань політики. У спонукальному стилі мови є гіперболи, особисті наративи і звернення до широкої аудиторії, які служать для створення насиченого змісту. Тим самим еліти дають зрозуміти, що громадська думка не ігнорується, а відіграє центральну роль у політичному процесі.

Ці ідеї отримали подальший розвиток у пізнішій роботі, коли М. Едельман звернув увагу на потребу громадськості у запевненнях, що їхнім політичним лідерам доводиться долати труднощі. «Цей психологічний процес пояснює, чому кожен режим як захочує суспільне занепокоєння, так і втихомирює його у вигляді риторики і заспокійливих жестів». Мова, що використовується офіційними особами, створює *видимість турботи*, хоча насправді може мати виховний та обмежувальний характер. Навіть якщо довгостроковим результатом став провал

політики, він все одно маскується під її успіх. Набір термінів, що часто використовуються, також допомагає сформуванню поступливої позиції по відношенню до актів державних посадових осіб. Такі слова, як *суспільний, офіційний, належна правова процедура, суспільний та національний інтерес* не мають конкретного змісту, але викликають значний ступінь схвалення запропонованих заходів, які б сприйняті зі скептицизмом чи ворожістю.

Ці теми здобули тверде емпіричне обґрунтування в результаті аналізу *політичних новин*. М. Едельман стверджує, що *новина* ґрунтується на кількох шарах інтерпретації: «Для будь-якої аудиторії масмедійне повідомлення є інтерпретацією інтерпретації. Адекватний аналіз розпізнає це як момент у складному ланцюзі інтерпретацій, у якому кожна фаза прогнозує подальші інтерпретації та допомагає формувати їх. Неоднозначність та суб'єктивність не є ні відхиленням, ні патологією у поширенні новин; вони є складовою політичного світу». Новини — це засіб для формування народної підтримки та нагадування про безсилля громадськості, яка відіграє лише роль глядацької аудиторії. За своєю функцією схожі з релігійними церемоніями, які передають недоступну міць божества, новини викликають почуття політичної ваги шляхом стратегічного використання мови.

Мова **бюрократії** часто служить у тому, щоб назавжди закріпити переважно неефективні організації. Вживання адміністративних установ, здається, залежить більшою мірою від занепокоєння громадськості про проблеми, з якими вона має справу, ніж від їхньої ефективності функціонування. "Мова визначає, що керівники і громадськість вважають само собою зрозумілим, чиї домагання визнаються законними, а чиї ігноруються, як вони визначають свої функції і який особливий зміст вони вкладають у результати своєї політики". Через несумісні цілі або двозначність мови оцінки організацій, що сперечаються, часто не виявляють жодної інформації про ефективність цих організацій. Розпливчасті цілі – національна безпека, покращені житлові умови – можуть викликати оцінки, які перебільшують як корисність послуг, так і результативність. Чим конкретніше терміни, що використовуються для формулювання цілей, тим більша ймовірність того, що вони виявляться конфліктними та абсолютно неефективними.

Наприкінці теми - основні важливі визначення: мова, мовлення, текст, дискурс. **Мова** - знаково-символічна система, яка необхідна для комунікації і здійснення функцій мислення. Термін «мова» - не синонім поняття «мовлення», яке служить для позначення процесу спілкування за допомогою мови. **Мовлення** - це вербальне, мовне спілкування за допомогою мовних знакових одиниць: слів, синтаксичних конструкцій, тексту, інтонацій, часто за підтримки невербальних засобів, жестів, міміки та інше. **Дискурс** - це єдність тексту і комунікативної ситуації, мови і соціального контексту її використання. **Текст** - письмова або усна мова, що є внутрішньо організованою і відносно закінченою.

Політична мова: засади аналізу.

1. **Контент-аналіз.** *Якісний контент-аналіз інтенцій* (інтеннт-аналіз). **Поняття “інтенції”**. Інтенція - (лат. — прагнення, намір), інтенційність - намір, ціль, спрямованість свідомості, волі й почасти почуття на якийсь предмет. Поняття вживалося в схоластиці, в 19 ст. поновлено у філософії Ф. Brentano й Е. Гуссерля. Запровадження у філософії поняття є своєрідною формою проведення ідеалістичної тези про залежність буття від мислення, предмета від акту свідомості. Активно використовується у католицизмі¹. Наразі актуалізувалось застосування поняття у соціологічних дослідженнях, зокрема, політичного дискурсу.

Методика виявлення інтенцій у тексті. *Методика.* Вибирається стаття. Одиниця аналізу - абзац. Якщо в абзаці інтенція зустрічається кілька разів, то вона фіксується як одна (використовувався готовий набір інтенцій²). Аналіз проводиться групою експертів, які на початку переглядають статті індивідуально, виділяючи інтенції. Потім проводиться спільне обговорення. В результаті ставилися помітки про узгодженість або розходженні думок:

*** - згода 3-х експертів; ** - згода 2-х експертів; * - згода 1-го експерта.

¹ В релігійній царині під інтенцією розуміють латентний зміст молитви.

² Власне, кодифікатор, за аналогією з контент-аналізом. Для переліку інтенцій складається словник.

Також в обробці даних враховується фактор різного ступеня збігу думок експертів. Ідентифікація інтенцій, що отримала загальну згоду множитья на «3», згода 2-х - подвоюється, окремі інтенції залишаються без зміни. Ця обробка означає, що в кінцевих результатах представлені всі судження кожного експерта. У кодифікаторі, що конструюється для вивчення інтенційної специфіки політичного дискурсу можуть бути представлені 4 інтенціональні категорії:

- "ми" (обговорення автором себе і своїх прихильників);
- "Вони" (інтенції, що відносяться до опонентів);
- "Третя сторона" (інтенції, адресовані до аудиторії);
- "Ситуація" (обговорення подій, що відбуваються).

Таким чином інструмент має наступний вигляд:

Інтенційні категорії	Інтенції	Тексти інтерв'ю		
		Політик 1	Політик 2	...
Ми	Самопрезентація Неявна самопрезентація Презентація Відведення звинувачення Відведення критики Самовиправдання Самозбереження Самокритика Всього
Вони	Звинувачення Безособове звинувачення Викриття Безособове викриття Дискредитація Критика Протистояння Розмежування Погроза Всього
Третя сторона	Кооперація

	Заспокоєння аудиторії Відмова у проханні Спонука Попередження Всього			
Ситуація	Аналіз Аналіз (+) Аналіз (-) Оцінювання (+) Інформація Всього

Абсолютний показник кількості інтенцій переводиться у відносний: обчислюється відношення кількості підрахованих певного виду інтенцій до суми всіх інтенцій відповідної статті. Це необхідно, оскільки вирішується завдання - порівняти вираженість інтенцій в текстах різного обсягу, а, отже, необхідно перейти до відносного показника. Таким чином, до того ж, забезпечується, фактично, валідність результату.

Кількісний контент-аналіз. Техніка контент-аналізу. *Контент-аналіз* – це переведення у кількісні показники масової текстової (або записаної на носій) інформації з наступною її статистичною обробкою.

Основні аналітичні операції контент-аналізу. Розробка інструментарію кодування. Процедура передбачає три основні аналітичні операції: визначення категорій аналізу, одиниць аналізу та одиниць рахунку.

Категорії аналізу – це поняття, за допомогою яких описується предмет дослідження. Їхня сукупність утворює концептуальну схему КА. Це не абстрактна теоретична модель, а змістовна конструкція, що адаптована для відображення образу предмета, наявного у текстовій реальності.

Вимоги до категоріальної моделі:

1. має по можливості повністю, вичерпно описувати предмет дослідження, але в той же час вона не має бути надлишковою;
2. категорії мають не двозначно характеризувати лише один аспект предмета, щоб кодувальник, який читає текст міг безпомилково спів ставити його окремий фрагмент з конкретною категорією.

Шляхи розробки концептуальної схеми. На практиці дослідник розробляє *концептуальну схему*, використовуючи три основні можливості:

1. категорії обираються *експериментальним шляхом* на основі уявлень про предмет дослідження, наприклад, експерти називають щось;
2. категорії вибираються з текстів, які необхідно вивчати – це *пошуковий шлях*;
3. категорії вибираються на *прагматичній основі* з особистого досвіду дослідника.

Якщо категорії пов'язані з предметом дослідження, то одиниці аналізу характеризують його об'єкт і операціоналізують концептуальну схему в текстових референтах.

Одиниці аналізу та одиниці рахунку у контент-аналітичних дослідженнях. *Одиниці аналізу* – це великі або невеликі фрагменти тексту, за якими кодувальник методично спостерігає, шукаючи в них посилання на категорії значень або їхні вербальні ознаки. До стандартних одиниць аналізу відносять: слово, частину речення, кілька речень, статтю, кадр, телефразу, програму й т.п.

Для того аби знайти ознаку категорії в одиниці аналізу, тобто встановити, що саме на неї посилається автор, використовують наступні техніки:

1. списки ключових слів, які належать цій категорії;
2. спостереження за інтенсивністю ознак, відношенням автора до згадуваних категорій (позитивне/ негативне);
3. модальність суджень (об'єктивність, хиба, впевненість/ неупевненість, прохання, спонукання);
4. імперативність;
5. часові модифікації (минуле/ майбутнє);
6. простір-час;
7. тип автора;
8. тип матеріалу.

Одиниці рахунку – знаки й символи, які дають можливість представити у абсолютних величинах чи частках насиченість тексту категоріями аналізу. Одиницями рахунку можуть виступати:

1. показники простору, який займає в тексті кожна з категорій;
2. поява категорій – використовується, коли одиниці аналізу важко формалізувати (найчастіше в контент-аналізі художньо-образної інформації);
3. частота появи категорії, ознак категорій або просто ознак – фіксується не лише присутність/ відсутність посилання на категорію в одиниці аналізу, але й скільки разів воно зустрічається.

Стадії контент-аналізу. Етап обґрунтування методу: дизайн, проект чи програма дослідження. Контент-аналітичне дослідження відбувається з дотриманням всіх вимог, що висувуються до соціологічного дослідження. В залежності від теми, мети та предмету дослідження визначається яку форму матиме методологічна частина дослідження: дизайн, проект чи програма дослідження. Загальна *схема стадій* проведення контент-аналітичного дослідження:

Окремі етапи контент-аналізу

ЕТАП III. Обґрунтування джерел, що використовуватимуться

Традиційний аналіз видання

Зовнішня класифікація видання

Внутрішня класифікація видання

ЕТАП VI. Аналіз масивів отриманих даних

Кількісні характеристики опрацьованих масивів даних

Характеристика комунікатора

ЕТАП VII. Результати контент-аналізу

Загальна характеристика масиву отриманих даних

Категорія 1

Субкатегорії 1-n

Категорія N

...

Висновки

2. **Аналіз номінацій та ярликів за Едельманом.** Номінації та їхній окремий випадок - ярлики - є інформативними елементами будь якого політичного

тексту. Аналіз тексту на ярлики є за схемою таким же, як і аналіз на номінації: в окремому текстовому повідомленні фіксуються всі номінації, з яких виділяються ярлики (персональні або групові номінації, що мають або пряме, або асоціативне оцінкове та емоційне забарвлення), а усі інші номінації розбиваються на групи за наступними критеріями: оцінковість позначення (+/-/0), опозиційність позначення (свій/чужий/нейтральний), масштаб (конкретний/абстрактний), спорідненість (вільна/прив'язана до інших номінацій), асоціативність (наявна/відсутня) тощо. За кожною номінацією також визначається текстова функція (навіщо її вжито). У висновках зазначається підсумкова характеристика об'єктів, яка зчитується з тексту на номінативному рівні. Можна аналізувати обмежений перелік номінацій, визначений заздалегідь - наприклад, ідеологічні номінації, державні номінації тощо.

- 3. Аналіз на кліше и штампи.** Найбільш затребувані варіанти аналізу на кліше та штампи - це пошуковий аналіз та аналіз на опозиції. **Пошуковий аналіз** - найпростіший: береться конкретний політичний текст або текст про політику чи дотичний політики (напр., новинний сюжет або пост у соціальній мережі), в ньому фіксуються усі кліше та штампи, а потім кожне з них аналізується на оцінковий вплив (позитивний чи негативний вплив воно здійснює у тексті) із визначенням об'єкту цього впливу, та на головну функцію (акцентування емоції, маскування змісту, розмиття сенсу, зміщення інтерпретації тощо). **Доповнена версія** пошукового аналізу дозволяє визначити декларативність тексту через вивчення кліше та штамів. Для цього необхідно оцінити, якого впливу завдають використані у тексті кліше та штампи на загальне розуміння теми та висновок із неї. Найпростіший спосіб - вилучити усі кліше та штампи з тексту та оцінити залишкову змістовність: якщо з тексту все ще можна дійти того ж висновку, що й з повного варіанту, декларативність не є значущою; якщо висновок змістовно змінився або змінився інтерпретативний обрій тексту, декларативність є значущою; якщо не є можливим дійти змістовного висновку взагалі, декларативність є визначальною характеристикою тексту.

Аналіз опозицій означає, що усі знайдені кліше та штампи тестуються на підтримку чи подолання опозицій. Частіше за все йдеться або про конкретні опозиції (напр., республіканці-демократи), або про універсальну для більшості культур людства опозицію “свій-чужий”. Є 11 когнітивних ознак цієї опозиції: 1) простір (верх/низ, близько/далеко тощо); 2) час (теперішній (“свій”)/минуле та майбутнє (“чуже”); 3) мова (одна чи спільна/різні, зрозуміла/незрозуміла тощо); 4) людина (людський/нелюдський); 5) родина, сім’я (родинні відносини/не родинні відносини); 6) вік (старший/молодший, дитина/дорослий тощо); 7) гендер (чоловік/жінка; розмаїття гендерів за зрозумілими причинами в кліше та штампах не втілено); 8) приналежність (особистий/той, що належить іншим); 9) ступінь близькості (знайомий/незнайомий, друг/враг); 10) релігія (вірянин/атеїст, правдивий/іновірець, християнин чи мусульманин/невірний, праведний/гріховний тощо); 11) етнос (спільна національність/різні національності). Ці ознаки використовують для перевірки того, що позначено кліше та штампом - “своє” чи “чуже”. В такий спосіб, наприклад, визначають кліше та штампи як маркери толерантності чи інтолерантності: якщо вони знижують категоричність висловлювання, зглажують критику, звертаються до авторитету заради об’єктивування оцінки, вказують на суб’єктивність думки автора (достатньо одного з чотирьох варіантів), - тоді вони є маркерами толерантності тексту; якщо навпаки, то - інтолерантності. Також широко розповсюджений аналіз заголовків на кліше та штампи.

4. Окремий варіант **опозиційного аналізу** не обмежується кліше і штампами, а спрямований на фіксацію всіх мовних засобів, що конструюють позиції “героя” (свій, позитивний, патріот, рятівник, визволитель, носій конкретної позитивної якості чи чесноти) та “антигероя” (все навпаки). Процедура та ж сама: складається перелік мовних засобів на користь кожної з позицій, за необхідністю проводиться підрахунок частоти використання кожного засобу, порівнюється загальна вага “героїчної” та “антигероїчної” позиції, робиться висновок про спрямованість тексту.

5. **Дискурс-аналіз.** Схеми аналізу за Феркло і Водак є найрізноманітніші, у тому числі неймовірно складні. З числа більш-менш простих та одночасно ефективних є наступна схема. Для тексту визначається один із наступних пунктів (бажано - всі, але для первісного аналізу достатньо одного):

- актори — основні учасники матеріалу (окремі, групові, інституційні);
- групові номінації — прикладні позначення групової належності (наприклад, етноніми; позначення політичних та ідеологічних груп — «патріоти», «сепаратисти» тощо);
- джерело дискурсу — ті, хто формує мовний шар дискурсу (мовлення). Джерело дискурсу не обов'язково збігається з будь-яким із акторів: наприклад, у відеоролику про парламент акторами будуть депутати та спікер, а джерелом дискурсу є журналіст, який повідомляє про їхні дії;
- тип дискурсу — монолог, монолог із відповідями/цитатами, діалог.

Крім того, визначається вже не в самому тексті, а в якості висновку його прочитання:

- фрейм — базова перспектива, стабільна схема сприйняття, яка формує визначення ситуації, наділяючи практики готовим значенням;
- фреймінг — процес побудови цієї перспективи та дії схеми;
- групове позиціонування – соціальна позиція групи, її місце в соціальній ієрархії, а також співвідношення її позиції з позиціями інших груп;
- номінації — назва групи або позначення, яке замінює назву, вказуючи на соціальне позиціонування цієї групи.

Поєднання одного пункту першої частини переліку із одним пунктом другої частини переліку є достатнім для характеристики тексту крізь призму політичної мови та дискурсу.

Також є можливою процедура аналізу, що відображена у наступній таблиці:

Таблиця. Аналіз дискурсу: характеристики та показники

Характеристика дискурсу	Індикатори
(Дис)позиціонування груп	номінації дискримінація / привілейування критика / апологія активність/пасивність
Аргументативні стратегії	конкретизація/узагальнення підтвердження/спростування наявність аргументів/відсутність (констатація, постулювання) апеляції до досвіду та прикладів / до міркування та логіки, до традицій та звички / до сучасності та новизни, до минулого / до майбутнього, до внутрішнього / до зовнішнього, до очевидності / до неочевидності, до авторитетів / до норм та процедури, до справедливості / до норм та процедури, до фактів / до повинності чи догми, до структур / до груп / до особистостей, до перетворення / до збереження, до створення / до відновлення
Емоційне забарвлення	позитивний, нейтральний, негативний тон матеріалу загалом; дружелюбність / ворожість, свій / чужий; включення/виключення; об'єднання (ототожнення) / поділ-(протиставлення); виправдання/осудження; підтримка/відторгнення
Метафори	Що використовуються для опису теми, за якою відібрано матеріал

Цей варіант також вимагає аналізу за всіма характеристиками, але для первісного, попереднього аналізу **можна обмежуватися однією**. Якщо поєднати таку характеристику з будь-якими пунктами попередніх переліків, адекватність аналізу одразу збільшиться. Але навіть якщо обмежитися аналізом заголовків за одним із пунктів, це вже буде достатнім для попередніх висновків аналізом.

6. Машинний аналіз (програми й нейромережі): окрема тема, сьогодні дуже популярна, проте поки що більше доступною вона є для математиків та матлінгвістів. Якщо коротко, то існує велика кількість програмних пакетів як для проведення контент-аналізу, так і здійснення інших методичних операцій з дослідження текстів. Найбільш перспективним визнається аналіз за допомогою нейромережевих моделей із машинним навчанням.

Місце контент-аналізу серед суміжних методів.

Зверніть увагу: увесь матеріал, наведений далі, є запозиченим із відкритого джерела: *Емпіричні контент-аналітичні дослідження: навчально-методичний комплекс для студентів спеціальності 8.03010101 "Соціологія"/уклад. – Юзва Л.Л. – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2017 – 75 с.*

Напрями застосування контент-аналізу. Якісний та кількісний контент-аналіз. Від Дж.Спіда до сучасності: історія контент-аналітичних досліджень. Дослідження пропаганди і комунікації (Ласуел). Дослідження образу героя (Берельсон). Група сучасних методів дослідження документів: контент-аналіз, інтент-аналіз, івент-аналіз, когнітивне картування. Приклади сучасних досліджень у світовій та вітчизняній практиках.

В основі КА³ лежить посилка, згідно з якою текст - якийсь дискретний набір елементів змісту незалежно від внутрішнього концептуального зв'язку цих елементів, нехтуючи при цьому комунікативним наміром автора.

Властивості тексту:

- 1) протяжність (в рекламі S-бренду);
- 2) дискретність - відносний взаємозв'язок, ми можемо його розірвати стільки разів, скільки разів у тексті зустрічається той чи інший елемент змісту.

Напрями застосування контент-аналізу. Напрями застосування контент-аналізу.

- КА спрямований до кількісної традиції в соціології. Орієнтація на статистично точні вимірювання, документальну інформацію. Інформація, отримана на вибірці документальних джерел може бути поширена на всю генеральну сукупність (пропонує статистично точне вимірювання).
- КА орієнтований на масову документальну інформацію. КА проводиться в тому випадку, якщо кількість документальних джерел, що підлягають аналізу, настільки велика, що традиційні методи аналізу не працюють. Контент-аналіз у даному випадку означає, що цілісний аналіз тексту неможливий.
- Як будь-яке кількісне дослідження, КА заснований на попередньо розробленій концептуальній моделі аналізу, тобто системі категорій, які підлягають вимірюванню в масиві документальних джерел. Розумінню концептуальних рівнів КА завдячує лінгвістиці. В рамках лінгвістики вперше була поставлена проблема

³ В текстах лекцій тут і далі вживатиметься скорочення КА у значенні "контент-аналіз".

аналізу великих текстових масивів з метою виявлення тенденціональності змісту. Відбувається накопичення інтенціональності змісту.

Від Дж.Спіда до сучасності: історія контент-аналітичних досліджень. Дослідження пропаганди і комунікації (Ласуел). Дослідження образу героя (Берельсон). В соціологію метод КА документальних джерел приходить з американської журналістики. Перші дослідження були присвячені вивченню аналізу американського видання (кін. ХІХ ст.). 1881-1891 рр. - активне використання КА, становлення методу в журналістиці.

Джек Спід вивчав динаміку змісту нью-йоркських газет (81-83 рр.) - виявив динаміку росту публікацій скандальної спрямованості.

Деніель Вілкокс проаналізував зміст 240 газет за 1 день: частки різних тем в загальній структурі змістів різних видань.

На поч. ХХ ст. формуються уявлення про правила КА. Американський журналіст *Ден Уїлс* в 1926 р виділив основні правила процедури КА:

- виділені елементи змісту (категорії КА) повинні бути застосовні до великого масиву однотипних текстів;
- система категорій повинна давати максимально точне відображення сенсу змісту тексту і зводити до мінімуму суб'єктивний вплив кодувальника при кодуванні тексту.

Починаючи з 20-х рр. в американській соціологічній традиції з'явився представник, який звертає увагу на кількісний аналіз документів - *Ласуел* - перший американський соціолог, який застосовує метод КА Його перші дослідження: 1927 «Техніка пропаганди в першій світовій війні» - ретроспективний аналіз газет з метою виявлення змістовних моделей маніпуляції масовою свідомістю під час першої світової війни. Він довів, що під час війни принципові ідеї воюючих країн відрізнялися: англійська пропаганда апелювала до гуманності; німецька пропаганда - захист німецької культури, акцент на величчі німецької нації. З 30-х рр. Ласуел розробляє метод КА і доводить, що частина американських видавництв під час війни вела профашистську агітацію. Заслуги Ласуела в розробці процедури:

- a) показує, що дослідження текстів засноване на розгляді або аналізі тексту як сукупності незв'язаних між собою елементів змісту. Аналіз тексту підпорядковується не комунікативному наміру автора, а дослідницьким завданням;
- b) йому належить ідея розробки кодификатора, бланка аналізу, розробив процедуру КА. Процедура КА стандартизована (великі обсяги інформ.);
- c) ідея побудови вибірки, опис структури вибірки при аналізі великих обсягів інформації. Ласуел будував аналіз тексту, виходячи з того, що кожна категорія в

тексті представлена словами-символами. В 40-ві рр. він розробляє словники⁴ термінів КА - розробка для стандартних категорій, список слів-символів.

40-ві рр. плеяда дослідників займається розвитком методу: Берельсон, Ігай, Лоуенталь. Вони показали, що предметом виміру можуть бути цілі теми, можуть бути використані аудіозаписи, фотографії тощо. КА перетворюється в універсальний метод аналізу будь-яких джерел.

КА - дослідницька техніка для об'єктивного, систематичного, кількісного опису змісту комунікації.

Берельсон

Берельсон і його колеги проводять дослідження: аналізують образ героя - герой споживання. В 40-і рр. аналізували ставлення до національних меншин: дійшли висновків, що біла нація володіє вищими показниками. В 60-і рр. в америк. соціологічній традиції виробляється загальна концепція КА.

Мертон систематизував методи КА, описав основні процедури. Виділив 6 видів КА:

1. заснований на підрахунку слів-символів (Лассуелл);
2. заснований на вимірюванні слів-символів і модальності тексту, кодування змісту тексту у поєднанні з повним прочитанням тексту (відношення автора до того, що викладається у змісті);
3. аналіз за елементами - виявляються теми (не слова-символи); завдання - виявити основні, центральні та периферійні теми;
4. тематичний аналіз - виявлення явних тем (текстів) і прихованих тем (підтекстів) або латентних (пропаганда) - симбіоз інформаційно-цільового аналізу тексту і КА;
5. структурний КА - вивчення тем на предмет їх взаємодії;
6. аналіз взаємовідносин різних документальних джерел (аналізується сукупність документальних джерел: відео, друковані видання тощо), дозволяє виділити спеціалізацію джерел.

Метод КА **Лассуелла** (під час II світової війни) - метод виявлення, який передбачає 8 тестів, за допомогою яких виявляється спрямованість великого текстового масиву.

ТЕСТИ:

1. пряме визнання - очевидна ідентифікація змісту тексту з декларованою ідеєю: виявляється через використання слів-символів, що ототожнюються пропагованою ідеєю;
2. паралелізм - збіг змісту матеріалів досліджуваного каналу з вмістом офіційних документів чи змістом ворожих документів;
3. зв'язаність - відповідність потоку матеріалів досліджуваного каналу із заявленими цілями пропаганди;

⁴ "Стенфордський словник" для політичних текстів.

4. презентація - баланс негативного і позитивного ставлення авторів текстів до викладених подій;
5. джерело - перевага цитування конкретного джерела;
6. приховане джерело - анонімні публікації з певною спрямованістю змісту;
7. своєрідність - виявлення слова, зворотів, сленгу, характерних для носіїв основної ідеї;
8. спотворення - спотворення інформації, вигідне конкретній стороні.

В сукупності ці тести допомагають виявити інтенційність текстів. **Напрями використання методів КА:**

1. проблеми, які передбачають вивчення великих обсягів текстів;
2. проблеми, що передбачають вивчення проблеми на відстані (архіви, мемуари);
3. проблеми, що припускають виявлення латентного змісту, який складно побачити при поверхневому перегляді текстів (образи, стереотипи);
4. ефективно вирішувати проблеми вивчення динаміки та змін в політиці позиціонування політичних суб'єктів, органів влади (як змінюється структура, модальність).

Основні етапи КА. Суть процедури застосування КА полягає в тому аби знайти в тексті одиниці змісту, які відображають істотний сенс.

Етапи процедури застосування КА:

1. етап розробки системи категорій: постановка дослідницьких завдань (визначення тих елементів змісту тексту, які необхідні для аналізу);
2. на основі дослідницьких завдань розробляються категорії КА (чисельність публікацій, присвячених темі; категорії, тематика)

Категорія - це смисловий конструкт, який представляє предметну область; дослідницькими категоріями називаються основні одиниці аналізу, носії інформації, яка шукається. Категорії - виражені словами елементи змісту текстів, які ми будемо кодувати. Категорії припускають розробку значень категорій. Категорія розбивається на значення. Можуть бути відкриті категорії (кількість публікацій). Індикатори категорій - це конкретні терміни, слова, словосполучення, що зустрічаються в текстах і мають безпосереднє навантаження відповідного значення категорії. Значення категорій і індикатори категорій - концептуальна модель КА. На основі розроблених категорій, їх значень, розробляється кодифікатор - повний список категорій і їх індикаторів.

Вимоги до розробки категорій - система категорій повинна:

1. бути застосовна для всіх досліджуваних документів;
2. бути однозначною за змістом;
3. будуватися таким чином, щоб володіти універсальною порівняльністю (можливо порівнювати зміст текстів, які аналізуються).

Розроблені категорії мають ряд властивостей, які дозволяють їх вимірювати:

- частота категорії - частота зустрічей в тексті;
- спрямованість - модальність звучання категорії (як автор ставиться до змісту тексту);
- інтенсивність показує ступінь вираженості відносин автора до змінюваною категорії (наскільки інтенсивно виражається в тексті модальність ставлення автора);
- простір категорії - категорія має певний простір в рамках даного тексту (частка, що цікавить дослідника, категорій в загальному обсязі тексту).

Залежно від цих властивостей, підбираються одиниці рахунку, які вибираються для кожної категорії. Одиниця рахунку - кількісна міра вимірюваної категорії, дозволяє перевести категорії в кількісну форму:

1. простий факт згадки індикатора категорії - частоти;
2. тема, виражена індикаторами категорій;
3. тисячі знаків, площа (см), секунди.

Всі ці одиниці дозволяють охарактеризувати простір категорії в загальному текстовому масиві.

Розробка методичного пакета КА:

- кодувальний бланк;
- інструкція кодувальнику;
- вибірка.

Група сучасних методів дослідження документів: контент-аналіз, інтент-аналіз, івент-аналіз, когнітивне картування.

Інтент-аналіз. Найбільш загальним "коренем" і безпосереднім спонукальним моментом людської мови є особлива реактивна функція мозку, яка полягає у "екстеріорізації" виникаючих активностей, що проявляється в тенденції психіки виводити зовні, екстеріорізувати, сприйняті суб'єктом враження. У дорослих людей поданий зсередини імпульс зберігає своє значення для здійснення мовлення, набуваючи зазвичай риси довільної і цілеспрямованої дії. У всіх випадках породження мовлення діє певний загальний енергетичний вектор: від психічного стану до мовленнєвих форм. Для його позначення зручно користуватися термінами "*інтенційна спрямованість*", "*намір*", "*інтенція*". Притаманні мовному суб'єкту інтенції становлять глибинний психологічний зміст його промови. При спілкуванні розуміння мовця часто пов'язане зі сприйняттям саме інтенційних підстав мови. Іntenційність нерідко збігається з цільовою спрямованістю мовця, що пов'язано з соціальною функцією мови, мовною взаємодією з оточуючими і впливом на них. Даний підхід об'єднує дві змістовні лінії:

- характеристику інтенційної спрямованості свідомості людини;
- її прояв в процесі мовлення.

Тема інтенції широко обговорювалася в наукових колах ще в минулому столітті. У своїй роботі (1874 р.) Ф.Брентано в основу системи психології поклав вчення про

"інтенціональні акти свідомості". Глибока розробка цієї теми запропонована Е.Гуссерлем, який поставив поняття інтенції в центр своєї теорії і розглянув конкретні форми інтенціональної спрямованості свідомості. На думку В.В.Петрова, проблема інтенціональності, будучи центральною у феноменології, має також пряме відношення до походження й еволюції мови, її денотативних і коннотативних функцій. Теорія мовних актів (Дж.Серль та ін.) використовує інтенційність промови, як одне з основних понять.

Поняття "інтенції". Інтенція - (лат. — прагнення, намір), інтенційність - намір, ціль, спрямованість свідомості, волі й почасти почуття на якийсь предмет. Поняття вживалося в схоластиці, в 19 ст. поновлено у філософії Ф. Brentano й Е. Гуссерля. Запровадження у філософії поняття є своєрідною формою проведення ідеалістичної тези про залежність буття від мислення, предмета від акту свідомості. Активно використовується у католицизмі⁵. Наразі актуалізувалось застосування поняття у соціологічних дослідженнях, зокрема, політичного дискурсу.

Методика виявлення інтенцій у тексті. *Методика.* Вибирається стаття. Одиниця аналізу - абзац. Якщо в абзаці інтенція зустрічається кілька разів, то вона фіксується як одна (використовувався готовий набір інтенцій⁶). Аналіз проводиться групою експертів, які на початку переглядають статті індивідуально, виділяючи інтенції. Потім проводиться спільне обговорення. В результаті ставилися помітки про узгодженість або розходженні думок:

*** - згода 3-х експертів;

** - згода 2-х експертів;

* - згода 1-го експерта.

Також в обробці даних враховується фактор різного ступеня збігу думок експертів. Ідентифікація інтенцій, що отримала загальну згоду множиться на «3», згода 2-х - подвоюється, окремі інтенції залишаються без зміни. Ця обробка означає, що в кінцевих результатах представлені всі судження кожного експерта. У кодифікаторі, що конструюється для вивчення інтенційної специфіки політичного дискурсу можуть бути представлені 4 інтенціональні категорії:

- "ми" (обговорення автором себе і своїх прихильників);
- "Вони" (інтенції, що відносяться до опонентів);
- "Третя сторона" (інтенції, адресовані до аудиторії);
- "Ситуація" (обговорення подій, що відбуваються).

Таким чином інструмент має наступний вигляд:

Інтенційні категорії	Інтенції	Тексти інтерв'ю		
		Політик 1	Політик 2	...

⁵ В релігійній царині під інтенцією розуміють латентний зміст молитви.

⁶ Власне, кодифікатор, за аналогією з контент-аналізом. Для переліку інтенцій складається словник.

Ми	Самопрезентація Неявна самопрезентація Презентація Відведення звинувачення Відведення критики Самовиправдання Самозбереження Самокритика Всього
Вони	Звинувачення Безособове звинувачення Викриття Безособове викриття Дискредитація Критика Протистояння Розмежування Погроза Всього
Третя сторона	Кооперація Заспокоєння аудиторії Відмова у проханні Спонука Попередження Всього
Ситуація	Аналіз Аналіз (+) Аналіз (-) Оцінювання (+) Інформація Всього

Інтенційна спрямованість референційних об'єктів. Кількісні показники інтенційних складових тексту. Абсолютний показник кількості інтенцій переводиться у відносний: обчислюється відношення кількості підрахованих певного виду інтенцій до суми всіх інтенцій відповідної статті. Це необхідно, оскільки вирішується завдання - порівняти вираженість інтенцій в текстах різного обсягу, а, отже, необхідно перейти до відносного показника. Таким чином, до того ж, забезпечується, фактично, валідність результату.

Співвідношення інтенційних блоків. Структура інтенційних блоків.

В соціологічному дослідженні об'єктом репрезентації при проведенні інтен-аналізу найчастіше є текст типу інтерв'ю. Тому структура інтенційних блоків є сталою й стандартною для такого типу текстів:

- запитання;
- відповідь.

Аналізуються, власне, лише блоки відповідей, оскільки дослідника цікавить інтенцій на наповненість дискурсу реципієнта. Той, хто ставить питання лишається поза увагою.

Представлення інтенційних складових тексту у вигляді “ментальних карт”. Ментальні карти⁷ (англ. Mind map, нім. Mind Map, рос. Карты памяти) — діаграма на якій відображають слова, ідеї, завдання, або інші елементи, розташовані радіально навколо основного слова або ідеї. Використовуються для генерування, відображення, структурування та класифікації ідей, і в якості допоміжного засобу під час навчання, організації, розв'язання проблем, прийняття рішень, та написання документів (див. рисунки).



Рис. 1 Загальні правила створення ментальних карт



⁷ Інші синонімічні назви: карти розуму, карти пам'яті, карти думок, інтелект-карта.

Інтенційна організація діалогу. Прикладом аналізу інтенційної структури діалогу може служити аналіз прагматичних і структурно-семантичних особливостей ініціанальних констативних висловлювань у складі діалогічної єдності залежно від:

- комунікативної інтенції адресанта;
- передбачуваної реакції адресата.

Методологічною базою такого аналізу може служити положення про фатичну сутність мови, яка знаходить своє вираження в діалогічній активності особистості, яка промовляє, зумовленої значною мірою функціональною цілеспрямованістю мовної дії на адресата.

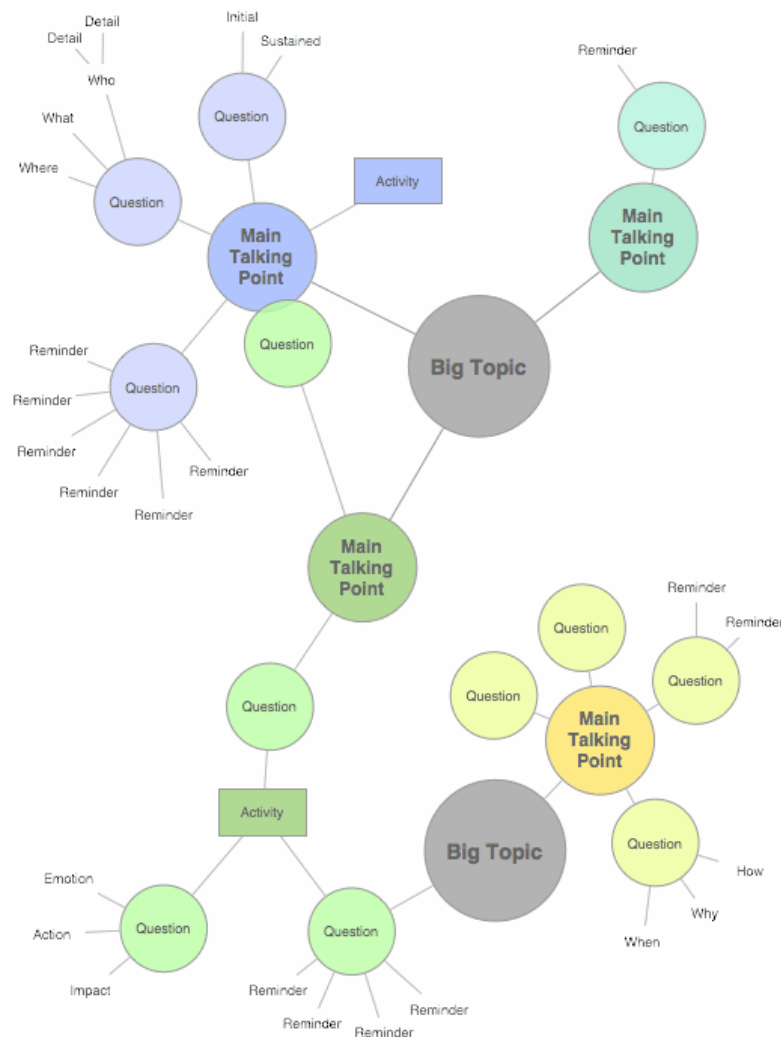


Рис. 2. Приклад карти ментального ландшафтного районування України, "Східна Україна"

Івент-аналіз. Методика спрямована на обробку інформації, яка показує, хто говорить або робить, що говорить або робить, по відношенню до кого і коли говорить або робить.

Систематизація та обробка відповідних даних здійснюється за такими ознаками:

- суб'єкт-ініціатор (хто);
- сюжет (що);
- об'єкт (по відношенню до кого);

- дата події (коли).

Систематизовані таким чином події зводяться в матричні таблиці і підраховуються за допомогою ЕОМ. Ефективність даного методу припускає наявність значного банку даних.

В даний час івент-аналіз має дуже широкі області застосування - вивчення військових конфліктів, проявів політичного насильства, масових виступів і динаміки переговорів. Його популярність обумовлена тим, що методика дозволяє здійснити порівняння різних подій, які агрегуються (збираються), підраховуються і описуються в термінах кількості, чисельності учасників, тривалості і масштабів політичної взаємодії. Це полегшує, наприклад, порівняння короточасних дій чи виступів, які зазнали поразки з діями, які увінчалися успіхом, і тим самим створює додаткові можливості в сфері тактичного прогнозування. Аналіз дозволяє також виділяти етапи розвитку ситуації і оцінювати нову якість (стан) політичного процесу як результат різного виду акцій учасників подій. У зв'язку з цим виникає можливість побудови багатоваріантних сценаріїв і підвищується точність прогнозування не тільки тактичного, але і стратегічного.

Іншими словами, івент-аналіз використовує більше інформації про характер змін політичних ситуацій, ніж дослідницькі техніки, які розглядають їх як єдине ціле. Івент-аналіз у прикладному дослідженні може бути використаний як джерело інформації для побудови гіпотез, служити для перевірки даних, отриманих іншими методами, із його допомогою можна витягти додаткові відомості про досліджуваний об'єкт.

Основні етапи застосування процедури івент-аналізу.

Перший етап дослідницької роботи на основі івент-аналізу полягає в складанні інформаційного масиву, або банку даних. В якості джерел інформації використовуються найрізноманітніші матеріали: офіційні звіти, повідомлення, огляди новин, статистика різних пригод і т.д. Але всі ці джерела мають залучатися з урахуванням їх специфіки, загальної оцінки надійності і при відповідному логічному обґрунтуванню значимості.

Другим етапом застосування івент-аналізу є побудова системи класифікації тих фактів і явищ, які складають досліджувану ситуацію та відповідають цілям дослідження. Найпростішим прикладом попередньої класифікації може служити сортування даних за принципом «хто це робить: свої / чужі». Не менш важливим питанням є і визначення одиниці спостереження, яка повинна однозначно інтерпретуватися і співвідноситися з політологічними термінами. Зазвичай в залежності від цілей дослідження виділяють два види одиниць спостереження: суб'єкти політичних відносин (актори) і їх дії (акції). В якості суб'єктів політичних відносин найчастіше розглядаються держави, політичні інститути, масові рухи, політичні лідери.

Третім етапом застосування методики івент-аналізу є підрахунок результатів заповнення матричного класифікатора або добірки з кодифікованих бланків. Однією з проблем, яка при цьому виникає, є перехід від кількісних показників до формулювання якісних характеристик ситуації. В силу об'єктивних причин точні цифри, на які можна було б спиратися для визначення якісних категорій політичної взаємодії, в реальній змістовній інформації відсутні. Тому кількісні дані, необхідні для аналітичного порівняння якісних характеристик політичної ситуації чи процесу, виражаються через визначення їх відносних значень, а також через побудову індексів.

Четвертим етапом застосування методики івент-аналізу є проведення аналітичних порівнянь отриманих величин показників, що характеризують типи подій або їх аспекти на різних часових етапах. Для цього весь аналізований період розбивається на інтервали, а спостережувані в межах кожного з них події порівнюються за різними критеріями. Інтенсивність окремих видів дій може бути оцінена чисто статистично або ж за допомогою шкалювання.

На заключному, п'ятому етапі застосування методики івент-аналізу зазвичай відбувається верифікація отриманих результатів, яка може проводитися аналогічно верифікації результатів застосування контент-аналізу. У разі успішного підтвердження результатів аналітичної роботи вони фіксуються в підсумковому документі конкретного прикладного проекту і можуть служити як самостійної, так і проміжної основою для підготовки практичних кроків у сфері політичної практики.

Когнітивне картування. Методика спрямована на аналіз того, як той чи інший політичний діяч сприймає певну політичну проблему, і встановлення його ймовірнісної реакції на розвиток ситуації.

Методика когнітивного картування народилася в рамках одного з провідних напрямків сучасної психології - так званої когнітивної психології. Когнітивна психологія концентрує свою увагу на особливостях організації, динаміки і формування знань людини про навколишній світ.

В основі методики лежить побудова когнітивної карти - графічної стратегії збору, переробки та зберігання інформації, що міститься у свідомості людини.

На початку 70-х р. ХХ ст. Г. Бонхам і М. Шапіро вперше провели дослідження з використанням ЕОМ для зіставлення когнітивних карт різних політичних діячів та моделювання на цій основі їх майбутньої поведінки. При цьому в рамках їх підходу фактично поєднувалися елементи якісного контент-аналізу і власне когнітивного картування.

У підсумку виявляються стійкі когнітивні блоки, що відображають уявлення конкретного актора про те, як «суб'єкт А» впливає або впливає на «суб'єкт В». На цій основі аналітик може робити найрізноманітніші висновки і, перш за все,

сформулювати висновки, важливі або не важливі події певного типу в сприйнятті конкретного політика.

Етапи когнітивного картування:

Першим етапом виступає формування інформаційної бази та відбір матеріалів, які стануть об'єктом аналітичної обробки.

На другому етапі застосування методики передбачається:

по-перше, виявлення основних понять, якими оперує політичний діяч;
по-друге, визначення існуючих між ними причинно-наслідкових зв'язків;
по-третє, оцінка значимості і «щільності» цих зв'язків.

Третій етап включає кількісні підрахунки причинно-наслідкових зв'язків.

На четвертому етапі здійснюється інтерпретація результатів когнітивної карти.

На п'ятому етапі здійснюється верифікація отриманих результатів.

Сильною стороною методики служить її ефективність при аналізі мислення у сфері політичних відносин, міжнародних процесів. У той же час методика більш трудомістка, ніж, наприклад, контент-аналіз.

Центральним поняттям прикладної методики виступає «**схема**» (карта). Когнітивна карта являє собою графічне відображення наявного у свідомості людини плану (стратегії) збору, переробки та зберігання інформації, а отже, є основою його уявлень про минуле, сьогодення і ймовірне майбутнє.

Застосування когнітивного картування для встановлення особливостей політичного мислення індивідуальних і групових суб'єктів міжнародних відносин

За допомогою цього методу здійснюється аналіз того, як політичні особи, які приймають рішення, сприймають певну політичну проблему. У зв'язку з цим психологічні аспекти зовнішньополітичної діяльності суб'єктів міжнародних відносин починають вивчатись лише після Другої світової війни. Популярними стають такі підходи, як аналіз політичних біографій та складання психологічних портретів. У 70-х роках виникає новий напрямок у вивченні особливостей індивідуального та групового політичного мислення – когнітивне картування.

У сфері міжнародних відносин когнітивне картування орієнтоване на встановлення того, як особи, що приймають зовнішньополітичні рішення, бачать ті чи інші політичні проблеми та ситуації.

Науковий розвиток методу когнітивного картування у сфері міжнародних відносин отримав розвиток у роботах О. Холсті, Р. Аксельрода, Р. Джервіса та багатьох інших авторів. Так у 1976 році Р. Джервіс у роботі “Восприятие и неверное восприятие (mis-perception) в международной политике”, показав, що, крім емоційних факторів, на рішення, які приймаються тим чи іншим лідером, впливають і когнітивні фактори. Когнітивне картування є апробованим і достатньо ефективним засобом аналізу індивідуального і групового мислення в сфері міжнародних відносин, сприйняття

політичними лідерами зовнішньополітичних ситуацій і процесів. Проте на сьогоднішній день ця методика застосовується порівняно рідше, ніж контент-аналіз. Вона більш трудомістка в порівнянні з контент-аналізом і не дозволяє проводити опрацювання за допомогою ЕОМ на початкових стадіях дослідження.

Методологічні основи контент-аналізу. ТЕХНІКИ ЕМПІРИЧНОГО КОНТЕНТ-АНАЛІТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ. ОСНОВНІ АНАЛІТИЧНІ ОПЕРАЦІЇ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ.

Дослідницькі ситуації, коли можливе проведення контент-аналізу. Техніка контент-аналізу. Особливості предмету контент-аналізу. Об'єкт контент-аналітичного дослідження. Специфіка конструювання вибірки у контент-аналітичному дослідженні. Багатоступенева вибірка текстів: переваги у контент-аналітичному дослідженні. Основні аналітичні операції контент-аналізу. Вимоги до категоріальної моделі. Шляхи розробки концептуальної схеми. Одиниці аналізу та одиниці рахунку у контент-аналітичних дослідженнях.

Дослідницькі ситуації, коли можливе проведення контент-аналізу. У емпіричному дослідженні масової комунікації використовуються майже всі методи: спостереження, масові й експертні опитування, експеримент і аналіз документів:

Вивчення реальної поведінки та того, чому аудиторія надає перевагу, у світі інформації найчастіше втілюється за допомогою *опитувань*, які застосовуються за загальними правилами методики.

Зміст повідомлень, значення цінностей, які є предметом масової комунікації, вивчаються за допомогою різних методів і технік *аналізу документів*.

Ситуації, коли варто використовувати кількісний аналіз тексту:

1. якщо потрібен високий ступінь точності при співставленні одно порядкових даних;
2. коли матеріалу достатньо багато, щоб виправдати зусилля, що витратимуться на його кількісну обробку, і якщо цей матеріал репрезентує області вивчення;
3. квантифікація необхідна, коли текстового матеріалу не лише достатньо, але так багато, що його неможливо охопити без сумарних оцінок;
4. квантифікація можлива за умови, що якісні характеристики з'являються з достатньою частотою.

Техніка контент-аналізу. *Контент-аналіз* – це переведення у кількісні показники масової текстової (або записаної на носій) інформації з наступною її статистичною обробкою.

Методологічні основи контент-аналізу. Метод заснований на так званій репрезентативній моделі мови, згідно до якої знаки (слова, символи) відображають, репрезентують повністю визначені значення, які прочитуються однозначно. Тобто, відношення між знаком і значенням розглядаються як жорстко зв'язані. Загальна доступність значень і загальна зрозумілість символів ґрунтується саме на цьому. Контент-аналіз проводиться за всіма правилами соціологічного дослідження. Розробляється програма дослідження (об'єкт, предмет, мета, завдання, гіпотези).

Особливості предмету контент-аналізу. *Предметом* КА завжди є стан або тенденція розвитку соціально значущого змісту текстів. Перш за все дослідника цікавлять структура й динаміка цього змісту: політичні цінності, історико-культурні факти, взірці соціальної взаємодії.

Об'єкт контент-аналітичного дослідження. *Об'єктом (емпіричним)*, як правило, є сукупність текстів, масив повідомлень, які транслюються пресою, радіо, телебаченням й т.п. Саме вони (документи) є *об'єктами репрезентації*.

Специфіка конструювання вибірки у контент-аналітичному дослідженні. *Вибірка* не є настільки жорсткою, як в опитуваннях, наприклад. Оскільки вибірка текстів – це не вибірка людей, враховується, що текстова реальність – символічна версія соціального світу, і в жодному випадку не його копія. Тож, в роботі з символічними структурами дуже багато залежить від попередніх домовленостей, апріорних суджень між дослідниками (і кодувальниками) про те, як читати тексти (інтерпретації). Це стосується не лише схеми аналізу, а й відбору повідомлень.

Багатоступенева вибірка текстів: переваги у контент-аналітичному дослідженні. Зазвичай використовується *багатоступенева вибірка* текстів:

1. відбувається відбір каналів, джерел інформації, конкретних видань чи програм;
2. формується сукупність повідомлень; основне обмеження тут формують часові межі інформаційного простору - відрізок часу визначається метою і завданнями дослідження, яке може орієнтуватись на:
 - відображення сучасного стану масової комунікації;
 - на відображення динаміки стану масової комунікації;
 - на те й інше одночасно (КА дає можливість здійснення ретроспективного аналізу).

Інші варіанти вибірки у КА:

1. суцільна вибірка;
2. типологічна вибірка: обирається кожен 5-6 номер видання, наприклад, з врахуванням періодичності його виходу.

Основні аналітичні операції контент-аналізу. Розробка інструментарію кодування. Процедура передбачає три основні аналітичні операції: визначення категорій аналізу, одиниць аналізу та одиниць рахунку.

Категорії аналізу – це поняття, за допомогою яких описується предмет дослідження. Їхня сукупність утворює концептуальну схему КА. Це не абстрактна теоретична модель, а змістовна конструкція, що адаптована для відображення образу предмета, наявного у текстовій реальності.

Вимоги до категоріальної моделі:

1. має по можливості повністю, вичерпно описувати предмет дослідження, але в той же час вона не має бути надлишковою;
2. категорії мають не двозначно характеризувати лише один аспект предмета, щоб кодувальник, який читає текст міг безпомилково спів ставити його окремий фрагмент з конкретною категорією.

Шляхи розробки концептуальної схеми. На практиці дослідник розробляє *концептуальну схему*, використовуючи три основні можливості:

1. категорії обираються *експериментальним шляхом* на основі уявлень про предмет дослідження, наприклад, експерти називають щось;
2. категорії вибираються з текстів, які необхідно вивчати – це *пошуковий шлях*;
3. категорії вибираються на *прагматичній основі* з особистого досвіду дослідника.

Якщо категорії пов'язані з предметом дослідження, то одиниці аналізу характеризують його об'єкт і операціоналізують концептуальну схему в текстових референтах.

Одиниці аналізу та одиниці рахунку у контент-аналітичних дослідженнях.

Одиниці аналізу – це великі або невеликі фрагменти тексту, за якими кодувальник методично спостерігає, шукаючи в них посилення на категорії значень або їхні вербальні ознаки. До стандартних одиниць аналізу відносять: слово, частину речення, кілька речень, статтю, кадр, телефразу, програму й т.п.

Для того аби знайти ознаку категорії в одиниці аналізу, тобто встановити, що саме на неї посиляється автор, використовують наступні техніки:

1. списки ключових слів, які належать цій категорії;
2. спостереження за інтенсивністю ознак, відношенням автора до згадуваних категорій (позитивне/ негативне);
3. модальність суджень (об'єктивність, хиба, впевненість/ неупевненість, прохання, спонукання);
4. імперативність;
5. часові модифікації (минуле/ майбутнє);
6. простір-час;
7. тип автора;

8. тип матеріалу.

Одиниці рахунку – знаки й символи, які дають можливість представити у абсолютних величинах чи частках насиченість тексту категоріями аналізу. Одиницями рахунку можуть виступати:

1. показники простору, який займає в тексті кожна з категорій;
2. поява категорій – використовується, коли одиниці аналізу важко формалізувати (найчастіше в контент-аналізі художньо-образної інформації);
3. частота появи категорії, ознак категорій або просто ознак – фіксується не лише присутність/ відсутність посилання на категорію в одиниці аналізу, але й скільки разів воно зустрічається.

Процедура емпіричного контент-аналітичного дослідження

Етапи проведення емпіричного контент-аналітичного дослідження документів.

СТАДІЇ КОНТЕНТ-АНАЛІТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ. АНАЛІЗ МАСИВІВ ОТРИМАНИХ В КОНТЕНТ-АНАЛІТИЧНОМУ ДОСЛІДЖЕННІ ДАНИХ.

Стадії контент-аналізу. Етап обґрунтування методу: дизайн, проект чи програма дослідження. Етап розробки категорій: концептуальна модель, концептуальна схема, категоріальна модель, кодифікатор. Етап обґрунтування джерел, що використовуватимуться: традиційний аналіз видання. Методичний пакет: бланк, інструкція, вибірка. Етап побудови логічної моделі предмету контент-аналізу. Етап аналізу масивів отриманих даних: кількісні характеристики опрацьованих масивів даних та характеристика комунікатора. Результати контент-аналітичного дослідження: суть та форми представлення. Висновки за результатами контент-аналітичного дослідження.

Стадії контент-аналізу. Етап обґрунтування методу: дизайн, проект чи програма дослідження. Контент-аналітичне дослідження відбувається з дотриманням всіх вимог, що висувуються до соціологічного дослідження. В залежності від теми, мети та предмету дослідження визначається яку форму матиме методологічна частина дослідження: дизайн, проект чи програма дослідження. Загальна *схема стадій* проведення контент-аналітичного дослідження:

ЕТАП I. Обґрунтування методу

Актуальність

Об'єкт

Предмет

ЕТАП II. Розробка категорій

Концептуальна модель

Концептуальна схема

Категоріальна модель

Гіпотези

Кодифікатор

ЕТАП III. Обґрунтування джерел, що використовуватимуться

Традиційний аналіз видання

Зовнішня класифікація видання

Внутрішня класифікація видання

ЕТАП IV. Методичний пакет

Кодувальний бланк

Інструкція кодувальника

Вибірка

ЕТАП V. Логічна модель предмету контент-аналізу

Перший клас параметрів

Другий клас параметрів

Третій клас параметрів

ЕТАП VI. Аналіз масивів отриманих даних

Кількісні характеристики опрацьованих масивів даних

Характеристика комунікатора

ЕТАП VII. Результати контент-аналізу

Загальна характеристика масиву отриманих даних

Категорія 1

Субкатегорії 1-п

Категорія N

...

Висновки

Додатково документація, що супроводжує контент-аналітичне дослідження може містити численні додатки, в яких подаються кодувальні картки й т.п.

Етап розробки категорій: концептуальна модель, концептуальна схема, категоріальна модель, кодифікатор. *Концептуальна модель.* Основою для концептуальної моделі можуть виступати статистичні дані, що фіксують різні сторони сучасного суспільного життя. Метою конструювання (прописування) концептуальної моделі є обґрунтування всіх категорій, що є інструментом в дослідженні. *Концептуальна схема.* Сукупність категорій аналізу утворює концептуальну схему. Це вже не абстрактна теоретична модель, а змістовна конструкція, адаптована для зображення предмету, наявного в текстовій реальності. В переважній більшості випадків має вигляд організаційної діаграми. *Категоріальна модель.* Враховуючи вимогу, яка висувається до категоріальної моделі контент-аналізу, а саме те, що вона має по можливості повно, вичерпно описувати предмет дослідження, але в той же час не має бути надлишковою,

категоріальна модель дослідження зазвичай розробляється таким чином, аби кількість категорій була максимально мінімізована за рахунок розвитку системи субкатегорії. Результатом формування категоріальної моделі є формулювання гіпотез дослідження. **Кодифікатор.** В дослідженні документів використовуються багаторівневі кодифікатори, в яких представлено поетапний розвиток категорії аналізу від самих категорій до субкатегорій, а від них – до індикаторів. Також в кодифікаторах міститься підсумковий результат підрахунку одиниць рахунку. Таким чином, вони, фактично, є універсальним інструментом для подальшої обробки даних у контент-аналітичному дослідженні.

Етап обґрунтування джерел, що використовуватимуться: традиційний аналіз видання. Обґрунтування джерел (одиниць аналізу) відбувається шляхом застосування *традиційного аналізу* документів (авторство - чиказька школа; «метод інтерпретацій» - У.Томас, Енджелл). Практика дослідження документальних джерел розвивається в рамках традиційного аналізу (неформалізованого аналізу), що тяжіє до якісних методів. Передбачає цілісне сприйняття змісту документа, спрямований на:

1. вияв комунікативних намірів автора;
2. на опис способів лексичних прийомів;
3. норм реалізації комунікативних намірів.

Основна *особливість* полягає в тому, що дослідник виступає в ролі інтерпретатора тексту. Дослідник здійснює приватне прочитання зміст документа і внаслідок цього результати носять відбиток дослідника. Мало чим відрізняється від звичайного повсякденного читання (сприймаємо, розуміємо, інтерпретуємо), тому іншим найменуванням методу є - «метод інтерпретації». Результатом застосування традиційного аналізу є дослідницька інтерпретація тексту.

Від повсякденного прочитання відрізняється тим, що в його межах застосовуються наступні *техніки*:

- підбір документальних джерел для аналізу здійснюється не стихійно, а відповідно до дослідницьких завдань. В якості об'єкта вибираються тільки ті завдання, які містять інформацію про проблему (вже на цьому етапі - суб'єктивне прочитання, тому дослідник здійснює вибір текстів; якісь він бере, від якихось відмовляється; на рівні відбору роль автора значна);
- сприйняття змісту тексту підпорядковується дослідницьким завданням (техніка реінгуляції);
- відбувається визначення автентичності джерела (оригінал, інформація надійна, достовірна);
- результатом традиційного аналізу є побудова систематизуючої категоріальної моделі змісту дослідницького масиву (комунікативний намір авторів, аргументації, прийоми повинні бути впорядковані, систематизовані).

Метод інтерпретації реалізується в наступній *процедурі*, яка поділяється на кілька етапів роботи з текстом:

I. зовнішній аналіз документів:

1. справжність документів і достовірність інформації;
2. характеристика автора документів (соціально-демографічні ознаки, особливості авторського стилю і мови (належність до соціальної групи), що може свідчити про належність автора до певного культурного простору);
3. опис соціального контексту створення документу (час, місце, супутні події);
4. мотивація створення документа (не має прямого відношення до змісту, характеризує умови створення, дає можливість інтерпретувати зміст).

II. внутрішній аналіз змісту документів:

1. який комунікативний намір автора; яку ідею, зміст, думку він намагається донести до читача; система аргументів: дослідник послідовно читає текст, виписує комунікативні наміри і систематизує їх;
2. ставлення автора до теми (позитивне/ негативне, підтримує/ не підтримує, просто повідомляє);
3. які лінгвістичні засоби використовує автор для комунікації з аудиторією (стиль (прямий, непрямий), мовні прийоми)
4. до якої аудиторії звертається автор.

У підсумку дослідник отримує повну структурну картину змісту досліджуваних документальних джерел.

Методичний пакет: бланк, інструкція, вибірка.

В значній кількості джерел можна зустріти термін «класифікатор», яким іменується інструмент контент-аналітичного дослідження. Однак, у переважній більшості випадків це джерела, з часу видання яких минув значний проміжок часу. В сучасних джерелах ситуація досить «катастрофічна», оскільки існує невизначеність з понятійним апаратом контент-аналітичних досліджень. Так інструмент контент-аналізу іменують, як – кодифікатор, класифікатор, кодувальна таблиця, кодувальна матриця, класифікаційна таблиця, класифікаційна матриця й т.п. Схожа ситуація спостерігається й ще з одним методичним документом контент-аналітичних досліджень – бланком, який у свою чергу має цілий ряд найменувань. У багатьох працях останніх років (англомовних в тому числі) взагалі спостерігається тенденція до нівелювання жорстких назв методологічних документів.

Автором пропонується вживати найменування «кодифікатор», ґрунтуючись на 1) етимологію терміну та 2) процедурний зміст інструменту. Класифікація є загальнонауковим методом і передбачає основу класифікації. Категорії ж в дослідженні не мають такої однієї основи, вони добираються відносно предмета

дослідження й можуть бути досить різносторонніми. До того ж інструмент містить цілу низку кодів і на його основі в подальшому здійснюється процедура кодування.

Приклад частини кодифікатора

Категорія аналізу	Код	Код	Субкатегорії				
			Назва				
A ⁸	01	Код					
		01.1	A				
		01.2	B				
B	02	02.1	A	02.1.1	A		
				02.1.2	B		
				02.1.3	C		
				02.1.4	D		
	02.2	B	02.2.1	A			
			02.2.2	B			
			02.2.3	C			
			02.2.4	A	02.2.4-1	A	
					02.2.4-2	B	
			C	03	03.1	A	
03.2	B						

Приклад частини бланка (кодувальної картки)

№ бланка					
Кодувальникк (ППП-б)					
Джерело інформації					
Час початку заповнення бланка					
Час завершення заповнення бланка					
Категорія аналізу	Код	Код	Субкатегорії	ОА 1	ОА№
A ⁹	01	Код	Назва		
		01.1	A		
		01.2	B		
...		

Інструкція кодувальнику:

- містить порядок роботи з бланком: детально прописуються всі категорії, вказуються одиниці рахунку;
- містить опис вибірки (у випадку якщо її реалізують кодувальники) - прописується порядок відбору текстів.

Етапи побудови логічної моделі предмету контент-аналізу. Логічна модель предмету контент-аналізу має наступний вигляд:

⁸ Під літерою мається на увазі назва.

⁹ Під літерою мається на увазі назва.

Перший клас параметрів: представлення категорій (ознак) у змісті тексту:

- a) кількість субкатегорій в цілому (x);
- b) кількість субкатегорій в межах однієї категорії (y);
- c) кількість кроків розвитку категорії від самої категорії до індикатора (z).

Другий клас параметрів: загальна характеристика масиву категорій:

- a) кількість категорій в цілому (x);
- b) співвідношення кількості ознак масиву з кількістю ознак виділених у концептуальній моделі (y);
- c) категорії (ознаки) з максимальною часткою (z).

Третій клас параметрів: характеристики комунікатора:

- a) стать автора (x)
- b) посада автора (y);
- c) співвідношення статі автора та досліджуваної особи (z).

Етап аналізу масивів отриманих даних: кількісні характеристики опрацьованих масивів даних та характеристика комунікатора. Кількісні характеристики опрацьованих масивів даних. Зазвичай опрацьовані масиви даних мають ряд описових кількісних характеристик, які можна співставити для розуміння того:

- 1) наскільки однотипними вони є;
- 2) наскільки вони різняться за обсягом зібраної інформації тощо.

Кількісні характеристики масиву контент-аналітичних даних

Назва	Тексти
Одиниці аналізу	число
Категорії	...
Кількість субкатегорій	...
Одиниці рахунку	...
Максимальна складність кодування	...
Максимальна кількість субкатегорій
Максимальна кількість одиниць рахунку (одна субкатегорія)	...

Характеристики комунікатора. Можна також запропонувати для аналізу кілька характеристик автора документа:

- a) стать автора;
- b) посада автора;
- c) співвідношення статі автора та досліджуваної особи (z).

Результати контент-аналітичного дослідження: суть та форми представлення.

Висновки за результатами контент-аналітичного дослідження. Результати і висновки контент-аналітичного дослідження можуть мати як форму, яка є

характерною для якісного аналізу текстів, так і форму, характерну для кількісного аналізу. Тобто, або містити лише описові оцінки та судження, або ж спиратись на конкретні частки та візуальні дані. У випадку, коли аналітика у контент-аналітичному дослідженні супроводжується візуалізацією, вона:

1. у попередні етапи розвитку емпіричних КА досліджень – представлялась за допомогою класичних діаграм (різного типу);
 2. на сучасному етапі все частіше застосовуються додатково Worldcloud.
- Додатковими ресурсами на різних етапах та, зокрема, для обробки даних отриманих в контент-аналітичному дослідженні, можуть бути:

1	http://voyant-tools.org/	одна з сучасних програм для проведення контент-аналізу онлайн
2	http://linis-crowd.org/	програмне забезпечення для роботи з технікою тональності у контент-аналітичних дослідженнях
2	http://worditout.com/	програма, що дозволяє будувати хмари слів
3	http://www.google.com.ua/trends/	інструмент для побудови трендів, наприклад, для категорій контент-аналітичного дослідження
6	https://wordstat.yandex.ua/	інструмент, що застосовується при конструюванні медіа образів за допомогою контент-аналізу
8	http://www.onlinecharttool.com/	інструмент для візуалізації даних, отриманих в дослідженні

Тема 2. Формалізований аналіз документів. Процедури квантифікації контент-аналізу.

Квантифікація у контент-аналітичному дослідженні. Коефіцієнти інформативності текстів. Аналіз випадковостей (за Ч. Осгудом). Формула оцінки питомої ваги змістовних категорій в загальному обсязі тексту (рівень інтенсивності представленості в тексті певних аргументацій). Формула оцінки питомої ваги одиниці аналізу в загальному обсязі тексту. Формула співвіднесення позитивних та негативних інтерпретацій відносно певних категорій (коефіцієнт Яніса). Коефіцієнт Родмана. Коефіцієнт Ландшера. Процедурні правила контент-аналізу "специфічних" текстів. Маніфестне та латентне кодування.

Квантифікація у контент-аналітичному дослідженні. Для того аби здійснити квантифікацію у контент-аналітичному дослідженні розроблено ряд формул на основі різних методик, процедур, технік. **Коефіцієнти інформативності текстів.** Для визначення інформативності невеликого тексту можна використовувати формулу обчислення *коефіцієнта стохастичності* (ймовірності), запропоновану А. Н. Мороховським:

$$G = H : D,$$

де H - випадкові (непередбачувані) елементи,

D - детерміновані,

G - коефіцієнт стохастичності.

Однак в тексті значного обсягу цей коефіцієнт обчислювати досить важко. Для текстів більшого обсягу пропонується обраховувати *коефіцієнт інформативності*, який визначається обчисленням відношення корисних одиниць інформації - основних топосів - до кількості стереотипних асоціацій в тексті. Виходячи з цього відношення, можна судити про ступінь інформативності тексту. Як і у випадку з коефіцієнтом стохастичності, формула обчислення коефіцієнта інформативності має вигляд:

$$G = H : D$$

Однак детерміновані елементи (D) тут відповідають стереотипним асоціаціям, виявленим в топіку тексту. Показник H (непередбачувані елементи) складається з двох видів топосів: а) топоси, що знаходяться в протиріччі зі стереотипами; б) топоси, які не суперечать стереотипам, але і не збігаються з ними, а, отже, є непередбачуваними.

Ще одним важливим показником потенційного текстового впливу є *інформаційна щільність*. Її підвищення може негативно позначитися на мовному впливі, якщо мова йде про нову, важку для сприйняття інформацію. Якщо ж має місце надмірність стандартної інформації, то вона може сприяти суггестивному рівню сприйняття, оскільки в цьому випадку спостерігається притуплення уваги і критичного аналізу, на тлі чого легше впроваджується в свідомість та чи інша інформація. Пропонується обчислювати коефіцієнт інформаційної щільності тексту за формулою:

$$D = H : T,$$

де D (density) - коефіцієнт щільності інформації,

T (total) - кількість рядків в тексті,

H - нові (непередбачувані) смислові блоки.

Висока щільність інформації при високій інформативності ускладнює смислове сприйняття тексту, завдяки чому деякі ідеї можуть не бути сприйняті читачем у всій повноті і глибині. Низька інформаційна щільність, що забезпечується повторами однієї і тієї ж ідеї і ґрунтовної аргументації, що представляє одну і ту ж ситуацію в різних аспектах, полегшує смислове сприйняття тексту, хоча інформаційна надмірність (повтори інформації, численні парафрази) може і відштовхнути читача.

Кількісне обчислення показників істинності, інформативності та інформаційної щільності текстів дає можливість формалізувати процеси визначення впливу потенціалу текстів, а також складання текстів із заданими характеристиками переконливості.

Аналіз випадковостей (за Ч. Осгудом). Для проведення подальшої кількісної обробки даних - при використанні аналізу випадковостей, розробленого американським соціальним психологом Ч. Осгудом, - можна побудувати матрицю випадковостей. Цілі застосування даної матриці можуть бути різноманітними: прослідкувати випадковість/ не випадковість співпадіння ознак для перевірки гіпотези, відмітити стійкі/ нестійкі парні сполуки ознак і т.д. За допомогою такої матриці виявляються міри випадковості співпадіння кожної класифікаційної одиниці з усіма іншими.

Приклад матриці Осгуда на основі контент-аналізу

Реальне співпадіння	Співпадіння, яке очікується		
	1	2	3
1	x	0,0..	0,0..
2	0,..	x	0,0..
3	0,0..	0,0..	x

Формула оцінки питомої ваги змістовних категорій в загальному обсязі тексту (рівень інтенсивності представленості в тексті певних аргументацій). Дозволяє обраховувати питому вагу змістовних категорій в загальному обсязі тексту за формулою:

число одиниць аналізу, що фіксують дану змістовну категорію

K=

загальне число одиниць аналізу

На основі проведених розрахунків дослідник може зробити висновки щодо ваги кожної з аналізованих змістовних категорій.

Формула оцінки питомої ваги одиниці аналізу в загальному обсязі тексту.

Дозволяє обраховувати питому вагу субкатегорії в загальному обсязі тексту за формулою:

число одиниць аналізу, що фіксують дану субкатегорію

Sk=

загальне число одиниць аналізу

На основі проведених розрахунків дослідник може зробити висновки щодо ваги кожної з аналізованих субкатегорій.

Формула співвіднесення позитивних та негативних інтерпретацій відносно певних категорій (коефіцієнт Яніса). Дозволяє обраховувати співвідношення позитивних і негативних оцінок. Для обчислень необхідно:

1. обрахувати вагу позитивних оцінок в загальному обсязі тексту;

2. обрахувати вагу негативних оцінок в загальному обсязі тексту;

2. обрахувати вагу негативних оцінок в загальному обсязі тексту;
3. співставити кількість позитивних та негативних оцінок;
4. обрати коректну формулу для обрахунку коефіцієнта Яніса:

$$c = \frac{f^2 - f \cdot n}{r \cdot t}, \quad c = \frac{f \cdot n - f \cdot n^2}{r \cdot t}.$$

Де f — число позитивних оцінок;

n — число негативних оцінок; r — обсяг змісту тексту, що має пряме відношення до проблеми, що вивчається;

t — загальний обсяг тексту, що аналізується.

На основі проведених розрахунків дослідник може зробити висновки щодо частки позитивних/ негативних інтерпретацій у масиві текстів (в окремій одиниці аналізу) ґрунтуючись на отриманий коефіцієнт.

Коефіцієнт Родмана. Оскільки однією з царин для дослідження якої часто використовується метод КА є політика, то актуальності набувають спеціалізовані коефіцієнти в процесі квантифікації. Родман запропонував розраховувати показник сумісності «претендента та електорату».

$$\sum_i^n x_i$$

$$\text{ПСПЕ} = \frac{\sum_i^n x_i}{100 \cdot n},$$

$100 \cdot n$

де x_i - число респондентів (%), думки, яких збігаються з позицією кандидата;

i – питання;

\sum - сума всіх питань по всім респондентам, за якими думки політика збігаються з думками людей;

n - число питань, використовуваних в аналізі;

100 - коефіцієнт-Т, який дозволяє перевести в діапазон від 0 до 1.

Якщо результат розрахунків вище 0,5 (-> до 1, результат від 0,71 гарантує гарні перспективи на успіх), то у кандидата вихідна посилка буде знаходити підтримку у аудиторії.

Коефіцієнт Ландшер. У 1998 р група лінгвістів на чолі з професором Амстердамського університету Кріс де Ландшер (Landtsheer) працює над пілотним проектом, в ході якого проводиться аналіз виступів 700 членів Європарламенту з 1981 по 1993 р. В результаті проведеного експерименту зарубіжні дослідники запропонували формулу обчислення метафоричної сили політичного дискурсу, що виражається в метафоричному коефіцієнті (С). Метафоричний коефіцієнт є сумою вимірів метафоричної частотності (F), інтенсивності (I) та змісту (D). Критерієм частотності (F) є вживання метафори на кожні 100 слів. Інтенсивність (I) обчислюється за формулою:

$$I = (1w + 2n + 3s) / t,$$

де w - кількість "стертих" метафор, тобто метафор, які реалізують стандартні метафоричні переноси значення;

n - звичайні конвенціональні метафори, які не фіксовані як словникові значення,

s - нові, креативні метафори,
t - загальна кількість метафор.

Коефіцієнти 1, 2, 3 дозволяють врахувати "силу" метафоричності. Сила впливу метафори пов'язана не тільки з новизною, але і з типом самої метафоричної моделі. Ясно, що "військові" метафоричні моделі або моделі "хвороби" більш конфліктні, ніж будівельні або транспортні метафоричні моделі. Для відображення конфліктності введена змінна змісту D, яка обчислюється за формулою:

$$D = (1p + 2n + 3po + 4d + 5sp + 6m) / t,$$

де p - стерті метафори, n - метафори природи,
po - політичні та інтелектуальні метафори,
d - метафори, які стосуються смерті та стихійних лих,
sp - спортивні та ігрові метафори,
m - метафори хвороби,
t - загальна кількість метафор.

Вчені з'ясували, що існує пряма залежність між соціально-економічним становищем у країні делегата і частотою вживання метафори в його виступах. Чим напруженішою соціально-економічна ситуація в країні, тим частіше делегати Європарламенту від цієї країни використовують у своїх виступах метафори, причому, як правило, живі метафори песимістичного або агресивного змісту. Таким чином, метафоричний коефіцієнт С збільшується під час економічних криз і свідчить про "соціальному стресі" (термін Фріцше, 1994). На думку авторів проекту, політичну метафору слід вважати показником соціальної напруженості (Landsheer).

Процедурні правила контент-аналізу "специфічних" текстів. Маніфестне та латентне кодування. Маніфестне кодування. Кодування змісту тексту, що «лежить на поверхні», називається маніфестним (відкритим, явним). Дослідник підраховує кількість появ фрази або слова у письмовому тексті; або кількість певних дій, представлених у документах. Система кодування включає перелік термінів або дій, поміщених в тексті. Дослідник може використовувати комп'ютерну програму для пошуку слів або фраз і, таким чином, перекласти на комп'ютер всю роботу з кодування. Для цього досліднику потрібно володіти технікою застосування відповідної комп'ютерної програми, скласти список відповідних слів або фраз і потім представити текст у формі, яка може бути придатна для комп'ютера. Маніфестне кодування є максимально надійним, оскільки фраза або слово може або бути наявною, або відсутньою. Однак, маніфестне кодування не бере до уваги конотації слів або фраз. Одне і те ж слово може мати різні значення залежно від контексту. Можливість кожного слова виступати у безлічі значень обмежує валідність маніфестного кодування. **Латентне кодування.** Дослідник, який використовує латентне (приховане) кодування (зване також іноді семантичним

аналізом ¹⁰), шукає приховані, імпліцитні значення змісту тексту. Система кодування, яку він застосовує, повинна слідувати загальним правилам, що встановлює принципи інтерпретації тексту і визначає, чи мають місце ті чи інші теми або жанри. У порівнянні з маніфестним латентне кодування менш надійне. Воно залежить від ступеня володіння дослідником мовою і загальноприйнятими значеннями. Тренінг, практика і опис правил можуть підвищити надійність, але залишаються проблеми, пов'язані з правомірністю ідентифікації тем, жанрів і т.д. Латентне кодування може бути валідизоване маніфестним, оскільки люди передають значення безліччю неявних способів, насамперед, залежно від контексту, а не від тих чи інших слів. Дослідник може використовувати і маніфестне, і латентне кодування. Якщо у використанні двох підходів немає протиріч, результат буде сильніше; якщо ж маніфестне і латентне кодування використовуються неузгоджено, досліднику може знадобитися перевірка ще й операціональних і теоретичних дефініцій.

¹⁰ Що в сучасній соціологічній науці не є коректним, оскільки seo-аналіз є окремим інструментом (методом) роботи з документами.