

УДК 81'33

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МАТЕРИАЛОВ ПЕЧАТНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ¹

© Светлана Владимировна ГУСЬКОВА

Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина,
г. Тамбов, Российская Федерация, кандидат филологических наук,
доцент кафедры русской филологии и журналистики,
e-mail: guskova_s_v@mail.ru

В настоящее время исследователям, в т. ч. в сфере журналистики, известно немало методов исследования материалов массмедиа – как печатных, так и электронных. Традиционно ученые применяют общеполитические и общенаучные методы. Однако для получения ценных научных сведений часто необходимо обращение к частнонаучным методам, характерным для конкретной области научного знания. Поскольку система научных методов, как и система средств массовой информации, динамична, с течением времени возможно появление новых методов. Предложено описание нового метода исследования печатных СМИ, основу которого составляет построение матрицы. Изложена суть метода, а также на примере конкретных газетных номеров продемонстрировано его применение на практике. Актуальность данного метода основывается на необходимости всестороннего изучения сообщений массмедиа для выявления их влияния на аудиторию, вынесения определенных рекомендаций для творческих сотрудников редакций по улучшению качественных свойств медиаинформации. Метод может быть использован для анализа публикаций в газетах и журналах, преимущественно полемического характера, однако может быть адаптирован и к другим группам текстов. Метод не может быть применим для анализа рекламных сообщений в средствах массовой информации.

Ключевые слова: печатные средства массовой информации; методы исследования материалов масс-медиа; матрица; полемика; общественно-политические газеты.

Научное познание обязательно сопряжено с применением конкретных методов исследования. Теоретикам журналистики известно большое число методов изучения материалов массмедиа. При исследовании журналистских материалов отечественными и зарубежными учеными находят применение общеполитические (дедукция и индукция, системный подход, синергетический подход и т. п.), общенаучные (наблюдение, социальный эксперимент, сравнительный метод, метод тестирования, социометрия и т. п.) и частнонаучные методы, характерные для конкретной области знания. В журналистике такими методами выступают, к примеру, метод наблюдения, эксперимент. Применение методов последней группы позволяет получить принципиально новые научные сведения [1]. Однако система научных методов, как и система средств массовой информации, динамична и может дополняться новыми методами, что способствует получению качественно новых научных сведений [2].

Стоит отметить, что научное познание должно происходить непрерывно при всей динамичности объектов научного познания. Так, сфера средств массовой информации постоянно претерпевает изменения, адаптируясь к социальной действительности [3]. В силу этого могут быть вызваны к жизни новые методы исследования массмедиа.

Предлагаемый в работе метод исследования может использоваться при анализе журналистских материалов газет и журналов, преимущественно полемического характера. Акцент на печатной полемике сделан не случайно: именно подобная группа аналитических публицистических текстов представляет особый интерес для аудитории, поскольку они обладают широким диапазоном публицистических средств, в т. ч. способствующих привлечению внимания читателей.

Стоит отметить, что полемические материалы характеризуются следующими особенностями:

- в основе полемических текстов всегда лежит конфликт, противостояние сторон, их точек зрения [4];
- оппоненты могут быть как реальные (называются конкретные лица), так и пред-

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке гранта Президента РФ для молодых российских ученых – кандидатов наук (проект МК-2850.2015.6).

полагаемые (например, называются социальные группы, представители которых могут иметь противоположную точку зрения в отношении проблемы);

- цель оппонентов в полемике – во что бы то ни стало доказать состоятельность собственной точки зрения и несостоятельность позиции противника [5];

- тематика и проблематика полемических текстов сопряжена с проблемными ситуациями в сфере политики, экономики, социальной сфере;

- в полемических текстах, как правило, отсутствует резюме, подведение итогов, но присутствует открытый финал: автор намечает дальнейший ход обсуждения проблемы, направления разрешения проблемы или конфликта. Открытый финал подобных текстов подчеркивается и особого рода пунктуацией (часто ставится многоточие в конце текста);

- в подобных материалах читатель как бы приглашается к размышлению, участию в дискуссии (к нему по ходу раскрытия темы обращены вопросы, побуждающие к размышлению; высказываются различные точки зрения, одной из которых может придерживаться читатель, а может быть и крайне не согласен с ней) [6].

Все это обусловило наш интерес к полемическим текстам и мотивирует к всестороннему их исследованию, чему способствует обращение к разработке матричного метода и его апробации.

Само по себе обращение к матричному методу исследования в науке, в т. ч. в области филологии, встречается в работах авторов-предшественников. К примеру, обращение к матричному методу присутствует в исследованиях С.В. Балакина [7]. Однако предлагаемый метод обнаруживает исключительную новизну. Во-первых, в основе исследования с применением матричного метода лежит широкий спектр классификационных признаков масс-медиа, что способствует всестороннему их изучению. Во-вторых, метод адаптирован к анализу полемических текстов. В-третьих, предлагаемый метод весьма гибкий и может быть адаптирован к другим группам публицистических текстов.

В основе исследования с применением матричного метода находится подробный анализ каждой газетной или журнальной публикации в конкретном выпуске печатного

издания. Могут быть проанализированы как все публикации номера, так и может быть сделана предварительная выборка для анализа группы материалов, представляющих интерес для исследователя.

Исследование с использованием данного метода проходит поэтапно. Этапы исследования с использованием подобного метода следующие.

1. Определение материала для исследования (выбор СМИ для анализа).

2. Первичное знакомство с газетным или журнальным выпуском.

3. Описание общих характеристик издания в матрице.

5. Анализ публикаций издания, описание их характеристик в матрице.

6. Анализ по данному плану другого выпуска издания.

7. Сопоставление результатов исследования двух и более выпусков СМИ (чтение матрицы).

Матрица включает 50 позиций (вопросов), которые необходимо заполнить (решить) при исследовании. Каждому вопросу и ответу присваивается конкретный цифровой код, который вносится в матрицу. Номера вопросов в матрице (таблице) проставляются по горизонтали, номера ответов вносятся в столбцы под ними. Вопросы объединены в две группы:

- 1) общие характеристики издания;

- 2) анализ публикаций.

Первая группа вопросов включает следующие.

1. Идентификационный номер газеты или журнала (каждой газете / журналу присваивается идентификационный номер, начиная с 1).

2. Периодичность выхода в свет издания.

3. Форма собственности издания.

4. Количество полос в издании (указывается общее количество страниц в издании).

5. Общее число публикаций в издании.

6. Число полемических текстов в издании.

7. Тип издания по особенностям тематики.

8. Тип издания по признаку качественной подачи информации.

9. Тип издания по охвату аудитории.

10. Длина заголовков в издании (указывается средняя длина заголовков в издании).

Вторая группа вопросов более обширная: вопросы сгруппированы в 9 блоков.

Блок 1. Общие характеристики публикации.

Каждой газетной / журнальной публикации присваивается идентификационный номер, который вносится в матрицу. Приводятся такие характеристики издания, как номер страницы, на которой располагается публикация; длина публикации (количество слов); средняя длина предложений в публикации; жанр публикации; основная тематика публикации; повод для создания публикации; цель публикации; временной период, охватывающий проблему / ситуацию, изложенную в публикации; композиционные особенности публикации.

Блок 2. Автор и адресат публикации.

Обозначается, указан ли автор публикации либо она подготовлена информагентством или пресс-службой; выражает ли автор собственную позицию, приемы констатации авторской позиции; адресат публикации (возрастная направленность материала).

Блок 3. Герои публикации.

Указывается число действующих лиц в публикации; средний возраст героев публикации; пол подавляющего большинства героев публикации; национальность; социальный статус; уровень материального положения.

Блок 4. География публикации.

Определяется географический фокус публикации (на какой территории сфокусирован материал); о каком регионе мира преимущественно говорится в публикации; о каком федеральном округе страны преимущественно говорится в публикации.

Блок 5. Экспрессивный фон публикации.

Отмечается эмоциональная направленность; использование эмоционально окрашенных конструкций в публикации; вопросительных конструкций в публикации.

Блок 6. Заголовки публикации.

Определяется структура заголовочной конструкции к публикации; разновидность заголовка к публикации.

Блок 7. Иллюстрирование публикации.

Указываются особенности иллюстративного материала, соответствующего публикации; функциональность иллюстрации к публикации; зафиксирована ли на иллюстрации конфликтная ситуация и что на ней конкретно изображено.

Блок 8. Конфликтность в публикации.

Определяется частотность использования в публикации концептов «конфликт», «война», «спор, полемика», «агрессия», «за», «против».

Блок 9. Концовка публикации.

Устанавливается наличие вывода автора, рекомендаций в конце публикации; пунктуационные особенности материала; прогноз относительно продолжения развития темы.

Соответственно, в зависимости от научных интересов исследователя может быть выбран определенный блок или их группа.

После внесения цифровых обозначений в матрицу (этап кодирования) исследователь переходит к этапу расшифровки (декодирования) данных, полученных при анализе группы выпусков издания. Отметим, что нерационально использование данного метода при анализе одного газетного или журнального номера.

В нашем случае была сделана предварительная выборка текстов в печатном издании, которые являются полемическими. В рамках других исследований может быть сделана иная выборка, например, информационных текстов, аналитических текстов, художественно-публицистических текстов, текстов с иллюстративными материалами или без них, текстов с простым или сложным заголовком, текстов конкретного журналиста, текстов конкретной рубрики и т. д. По усмотрению исследователя ряд вопросов и, соответственно, позиций в матрице может быть снят (выбираются определенные блоки вопросов, представляющие интерес для исследователя).

Для показательного проведения анализа полемических публикаций в печатных СМИ с использованием матричного метода взяты номера вечерних изданий – газет «Вечерний Новосибирск» и «Вечерняя Москва». Оба издания позиционируются как общественно-политические.

При анализе были охвачены все вышеописанные позиции, поскольку для нас научный интерес представляют полемические тексты современных массмедиа, а именно на их исследовании и сфокусирован метод.

Внесение цифровых обозначений в матрицу (таблицу, формируемую для каждого конкретного номера) позволило сделать определенные выводы относительно данных изданий.

Так, при значительно большем количестве материалов в номере газеты «Вечерняя Москва» (22 публикации) полемические тексты не обнаруживаются, в то время как в газете «Вечерний Новосибирск» (7 публикаций) присутствует полемический текст (Громова С. Чек от доктора // Вечерний Новосибирск. 2015. 15 мая. С. 6). Материалы газеты «Вечерняя Москва» преимущественно носят информационный характер. Очевидно, что развитию полемики на страницах печатных изданий не способствует схожий признак: обе газеты – общественно-политические исходя из особенностей тематики. В силу отсутствия полемических материалов в «Вечерней Москве» дальнейший анализ контента издания для нас не представляет интереса. Однако по предложенной методике был проанализирован полемический материал в газете «Вечерний Новосибирск».

Очевидно, что полемический материал в «Вечернем Новосибирске» аналитический – написан в жанре корреспонденции, характеризующейся подробным разбором локальной ситуации (в противовес статье, в которой рассматриваются масштабные проблемы) [8]. Тематика публикации связана с обсуждением проблемы в сфере здравоохранения. Материал носит критическую направленность в отношении лиц, виновных в коррупции в данной сфере. Композиция публикации является традиционной для большинства полемических текстов: вначале излагается суть проблемы, которую далее автор освещает. Позиция автора, с одной стороны, не очевидна, с другой – становится понятной благодаря подбору интервьюеров: ясно, что автор осуждает сложившееся положение дел. Для подтверждения собственной позиции он прибегает к таким приемам, как аргумент от авторитета, аргумент «к городскому», аргумент при помощи примера, аргумент относительно причины [9]. Материал экспрессивен по своему эмоциональному фону: используются восклицательные и вопросительные конструкции [10]. Кроме того, к размышлению над проблемой автор приглашает читателей, чему способствует постановка многоточия в конце ряда предложений. Заголовочная конструкция также носит полемическую направленность: констатируется факт, который не может быть воспринят аудиторией как само собой разумеющееся [11]. Текст дополнен

иллюстрацией, которая лишь обращает внимание на проблему, привлекает внимание к публикации (запечатлены медицинские работники и ожидающий своей очереди пожилой человек), но не несет дополнительной информации. В тексте используются определенные концепты, указывающие на полемичность текста. Концовка материала свидетельствует о том, что, вероятно, обсуждение проблемы на страницах издания будет продолжено.

Приведенный пример анализа полемической публикации свидетельствует о применимости предлагаемого метода исследования: с его помощью можно проводить сравнительный анализ контента различных изданий в целом или полемических материалов в них в частности. При исследовании с использованием подобного метода ряда выпусков одного издания или других печатных СМИ дальнейшее сопоставление результатов позволит сделать определенные выводы. Кроме того, данный метод исследования не требует больших временных затрат, но позволяет получить ценную научную информацию.

1. Чернов А.В. Типология российских исследований массмедиа // Вестник Череповецкого государственного университета. 2013. Т. 1. № 3 (49). С. 102-104.
2. Вартанова Е.Л. Теория СМИ: Актуальные вопросы. М., 2009.
3. Стариков А.Г. Массмедиа современной России. Ростов н/Д, 2013.
4. Леонов Н.И. Конфликты и конфликтное поведение. Методы изучения. СПб., 2005.
5. Шестерина А.М. Полемический текст в современной прессе: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Тамбов, 2004.
6. Романов А.А., Васильев Г.А. Массовые коммуникации. М., 2010.
7. Балакин С.В. Использование когнитивно-матричного метода в исследовании деривационных процессов: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2008.
8. Ким М.Н. Основы теории журналистики. СПб., 2013.
9. Аносова С.В. Агрессивный компонент полемических текстов и иллюстраций в современной газете: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2008.
10. Богомолова Н.Н. Психология массовой коммуникации. М., 2008.
11. Аносова С.В. Элементы полемики в заголовочных конструкциях центральной прессы //

В мире научных открытий. 2010. № 4-2. С. 96-98.

1. *Chernov A.V.* Tipologiya rossiyskikh issledovaniy massmedia // Vestnik Cherepovetskogo gosudarstvennogo universiteta. 2013. T. 1. № 3 (49). S. 102-104.
2. *Vartanova E.L.* Teoriya SMI: Aktual'nye voprosy. M., 2009.
3. *Starikov A.G.* Massmedia sovremennoy Rossii. Rostov n/D, 2013.
4. *Leonov N.I.* Konflikty i konfliktnoe po-vedenie. Metody izucheniya. SPb., 2005.
5. *Shesterina A.M.* Polemicheskiy tekst v sovremennoy presse: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. Tambov, 2004.
6. *Romanov A.A., Vasil'ev G.A.* Massovye kommunikatsii. M., 2010.
7. *Balakin S.V.* Ispol'zovanie kognitivno-matrichnogo metoda v issledovanii derivatsionnykh protsessov: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Tambov, 2008.
8. *Kim M.N.* Osnovy teorii zhurnalistiki. SPb., 2013.
9. *Anosova S.V.* Agressivnyy komponent polemicheskikh tekstov i illyustratsiy v sovremennoy gazete: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Voronezh, 2008.
10. *Bogomolova N.N.* Psikhologiya massovoy kommunikatsii. M., 2008.
11. *Anosova S.V.* Elementy polemiki v zagolovochnykh konstruksiyakh tsentral'noy pressy // V mire nauchnykh otkrytiy. 2010. № 4-2. S. 96-98.

Поступила в редакцию 29.10.2015 г.

UDC 81'33

MODERN RESEARCH METHODS OF PRINTED MASS MEDIA MATERIALS

Svetlana Vladimirovna GUSKOVA, Tambov State University named after G.R. Derzhavin, Tambov, Russian Federation, Candidate of Philology, Associate Professor of Russian Philology and Journalism Department, e-mail: guskova_s_v@mail.ru

The researches at the moment, including the sphere of journalism, know a lot of methods of mass media materials' research – both printed and electronic. The scientists traditionally implement general-philosophic and general-scientific methods. But to get valuable scientific information it is necessary to apply for private-scientific methods, which are characteristic for concrete sphere of science. As the system of scientific methods and the system of mass media are dynamic and there can appear the new methods in some period of time. The description of new method of printed mass media research, the basis of which is matrix building is proposed. The essence of the method is given and based on the example of concrete newspaper issues its practice implementation is given practically. The relevance of this method is based on the necessity of the sided research of mass media messages to reveal their implementation on the auditory, the recommendations for creative staff of editorials to improve the quality of media-information. The method may be used for analysis of publications in newspapers and journals, of polemic nature, but it can also be adopted for other text groups. The method may not be implemented for analysis of advertising messages in mass media.

Key words: printed mass media; methods of mass media research materials; matrix; socially-political newspapers.