

АВТОРСКИЙ ПОДХОД К НАРРАТИВНОМУ АНАЛИЗУ МЕДИАКОНТЕНТА, ПОТРЕБЛЯЕМОГО МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИЕЙ

DOI: 10.26907/2079-5912.2023.3.4-8

Аннотация. В статье предложена авторская методика нарративного анализа медиатекстов с ориентиром на молодежную аудиторию. Проводится теоретический обзор социологических подходов к исследованию нарратива и обосновывается необходимость разработки авторского взгляда на аналитику цифровых полей. Предложена методика, объединяющая приемы создания сюжета с историей, социальным контекстом и встроенностью человеческого опыта в цифровой нарратив. Для исследования особенностей воздействия на аудиторию рассматривается метод многофакторной оценки путем опроса фокус-групп по семиотическим, эстетическим и аксеологическим параметрам. Предлагаемая авторская методика нарративного анализа апробирована на оригинальном просветительском медиапроекте «Фешин. Музыка».

Ключевые слова: медиапотребление, молодежь, нарративный анализ, методика анализа, цифровой нарратив

Благодарности: Публикация подготовлена за счет средств субсидии, выделенной Казанскому федеральному университету для выполнения проекта № FZSM-2023-0022 «Цифровая социализация и цифровая компетентность молодежи в условиях глобальных системных изменений: технологии регулирования, риски, сценарии» в рамках государственного задания

Введение. Информационный мир расширяет горизонты привычных трехмерных координат, двигаясь в сторону мультифрениции – многофункциональности, расщепленности, поливариантного, многозадачного проявления индивида или социума. В рамках этого психокультурного феномена эпохи постмодернизма создается подвижная система контекстов, «коммуникационных игр» с нарративными категориями [1, с. 104]. Глубокое погружение в информационный поток, в котором прослеживается нелинейность связей и фрагментарное восприятие информации, создает основание для нового типа полифонической самости – «файлового» индивида [2]. В этом контексте актуализируются задачи исследования многослойных коммуникативных практик, дискурсов и нарративов, которые формируют не только самость человека, но и целые смысловые поля в общественном сознании.

Обзор социологических подходов к нарративному анализу. Методологический потенциал нарративного анализа, возникшего в литературоведческой отрасли науки, в конце XX века стал активно рассматриваться для исследований в области философии, истории, психологии,

политологии и социологии. Такое кроссдисциплинарное применение нарративного метода в социогуманитарных науках получило название «нарративного поворота», для некоторых направлений обращение к нарративу стало одной из ведущих тенденцией (например, для изучения исторических процессов). Под нарративом (пер. с англ. и фр. narrative «рассказывать, повествовать») понимается конструирование целостного повествования, связывающего события, сюжеты, тексты и смыслы.

Нарратология отходит от классического понимания анализа повествования. Французский философ Р. Барт отделяет произведение от Текста: «Текст – это то, что «сказалось» независимо от авторской воли» [3, с. 20]. Р. Барт опровергает понимание портрета как реалистического изображения, подразумевая под портретом конфигурацию (риторическую, анатомическую, фразовую) смысловых блоков, которая создает диаграмму тела, но не его копию [4, с. 35]. Таким образом, процедура нарративного анализа конструирует, «творит» реальность, принимая во внимание ее относительность, многофакторную зависимость.

За полвека до наступления «нарративного поворота» социологи обращались к этому методу в биографическом анализе (У. Томас, А.Шюц, К. Платмер). Позже голландский философ Ф.Р. Анкерсмит опишет ключевое различие между фиксацией фактов в единичных утверждениях с некоторыми оценками и интерпретацией «нарративного письма», основанного на понятии метафоры и порождающего конкурирующие за историческую «правду» серии суждений [5, с. 119]. Здесь исследование объективной «внешней» картины или прямого описания фабулы перемежается с изучением субъективных ощущений участника социального процесса, с личностными интерпретациями и эмоциональным восприятием. Сегодня все чаще обращаются именно к эмотивной части нарратива: «Невключение в анализ такого фактора как эмоциональная реакция аудитории обедняет исследовательский аппарат и отрицательно сказывается на достоверности результатов исследования, так как реакция зрителей является одним из источников определения ценностного статуса» [6, с. 28]. Работа с нарративом как индивидуальной интерпретацией социального сюжета позволяет погрузиться в понимание основ жизненного мира, связать его с социальным познанием.

Канадский социальный философ Ч. Тейлор трактовал историю как единство «тона повествования, образов, тем» [7, р. 146], он описывал нарративные практики через создание самости и современной идентичности: «Интерпретировать самого себя я могу только по отношению к другим людям» [7, р. 147]. Иными словами, человек ориентируется в сложной ситуации, опираясь на картину мира, в том числе основанную на ценностях и представлениях о мире Другого. Сегодня многоликий Другой представлен в медийном поле через медиаинфлюэнсеров и сторителлеров, через цифровые контексты и виртуальные сообщества, в рамках которых мы можем наблюдать современный вариант социального диалога, самонастройку на систему общественно приемлемых и социально одобряемых координат.

Классик гуманитарной мысли XX века П. Рикер рассматривает встроенность человеческого опыта в нарратив в связке со временем и историческим повествованием, чем отстраивает свою теорию от воззрений структуралистов, которые видят нарратив как конечный результат создания некоего сюжета [8, с. 57]. Рикер, как и Р.Барт, уделяет особое внимание конфигурации как основному понятию нарративного анализа, понимаемого как логическое единство, которое «может быть представлено как одна "мысль"» [9, с. 50].

Сегодня в социологической исследовательской практике, связанной с применением нарративного анализа, выделяют несколько направлений: социолингвистическое, драматургическое, структурно-семиотическое и интегративное, включающее в себя элементы вышеперечисленных

подходов [10]. Однако, на наш взгляд, усложнение функционирования цифровых полей требует выработки авторских методик, учитывающих многофакторность исследуемой медиасреды [11].

Обсуждение авторской методики. Нарративный подход позволяет обобщить комплекс теорий и методов работы с аудиторией, ценностно-смысловыми структурами, образами и нарративами (смысловыми единицами повествования). Он опирается на свойство личности постоянно презентовать, репрезентовать (вспоминать, воспроизводить, структурировать) и переосмысливать социальный опыт. Проведенные в 2023 году фокус-группы и исследовательские интервью с магистрами курса «Нарративный дизайн сторителлинга» Казанского (Приволжского) федерального университета позволили сформулировать принципы анализа цифрового нарратива.

В ходе исследования были выделены приемы единства истории, общности эклектичных драматургических перипетий, сюжетных поворотов и образов. Это единство – целостность следующих категорий истории как цифрового нарратива: тема и проблема; ценности; главный герой – арка героя (страх и победа, смысл испытания и преодоления); библия персонажей с аналитикой гармонии их образов и характеров; архетипы и пары взаимодействий (дуальные архетипы); стратегии и приемы действия героя; ритуалы и традиции; структурная идея, сюжетная композиция; эстетические критерии (ритм, цвет, интенсивность, темп, эмоциональность и экспрессия героев), «вселенная истории» (время и пространство, культура, этика, география), аудиальные метафоры и их гармоничность переплетения с визуальными метафорами; стиль и стилистика пространства и влияние на взаимодействие; лингвистические средства, их соответствие эпохе, социальным нормам и героям; символизм истории; приемы операторской работы и монтажа как методы передачи смысла; бренды, узнаваемые символы; императив послания. При аналитике сценария медиапроекта важно учитывать принципы нарративного единства истории, которые позволяют создать целостное драматургическое произведение.

Исследование анализа нарративной структуры на предмет ключевых элементов показало, что для аудитории доминантными выступают следующие «точки» нарративного единства истории:

1. Слабость/нужда (то, чего не хватает главному герою). Должна быть явно понимаемая потребность, двигающая весь сюжет: зачем он это делает? Этот элемент должен ложиться на социальные ориентиры и ценности аудитории, звучать резонансно и актуально современной повестке.

2. Желание, мотив, направленность героя в истории, поиск ответа на вопрос, чего он жаждет получить.

3. Антагонист (антистратегия) дает возможность осознать герою собственные ценности, уточнить его стратегию.

4. Битва как финальный конфликт, когда в момент выбора герой обретает себя. На глубинном уровне должна лежать важная для аудитории идея, утверждение фундаментальной ценности или открытие ранее не замечаемых смыслов.

Для исследования особенностей воздействия на аудиторию предлагается метод многофакторной оценки путем опроса фокус-групп по следующим семиотическим, эстетическим и аксеологическим параметрам:

1. Когнитивный, смысловой фон медиатекста. Исследуется «управляющее послание». Какое именно смысловое сообщение транслируется? Позитивное ли оно (поддерживает ценности добра, жизни) или деструктивное?

2. Психоземotionalный фон медиатекста. В фокусе – ключевая эмоция, оценка коннотации и модуляции сообщения.

Информационный стресс, вызванный агрессивностью медиатекста. Исследуются плотность информационного воздействия и его активность. Соразмерна ли подача информации обычной скорости восприятия? Особое внимание уделяется темпу, ритму, скорости смены кадра, речи, модальности – активности подачи информации.

4. Прямое (осознаваемое) или суггетивное воздействие медиатекста. На первый план выходит двойственность восприятия, а также конгруэнтность, соответствие, равновесие, гармония визуального и аудиального планов, вербального и невербального ряда.

5. Установки и ценности, ценностно-смысловые структуры медиатекста. Здесь важную роль играет согласованность медиатекста картине мира, обусловленной социальными факторами. Акцент делается на образах и смысловых описаниях: согласуется ли аудиовизуальный ряд образов и метафор с понимаемым их содержанием?

нет ли явления когнитивного диссонанса, нарушения стереотипа привычного восприятия?

6. Стереотипизация «идеального» поведения (формирование поведенческих паттернов, стратегий социализации). Исследуется направленность действий и намерений героя медианарратива, позитивность поведенческих стратегий. Социально одобряемы ли и безопасны ли стратегии, образцы поведения героев?

7. Уровень директивного управляющего воздействия медиатекста. Критерием выступает соотношение новизны и традиционного, привычного понимания мира индивидом, а также наличие манипулятивных маркеров.

В качестве дополнительного метода предлагается ведение дневников медиапотребления, благодаря которым можно описать стратегии информационного поведения: осознанного или спонтанного, пассивного или активного (или интерактивного) и т.д.

Практическое применение методики. Предлагаемая авторская методика нарративного анализа была апробирована на оригинальном просветительском медиапроекте «Фешин. Музы», который был реализован в марте 2023 года в Казани на площадке Галереи современного искусства [12]. Авторская идея и сценарий медиаперформанса (автора данной статьи Ю.В. Андреевой) раскрывают жизнеописание выдающегося художника Н.И. Фешина. В медиапроект интегрированы иммерсивные точки погружения в нарратив, элементы игрового кино, классического театра и инсталляции дизайна, сгенерированного нейросетью. По итогу знакомства молодежной аудитории с медиаперформансом были проведены фокус-группы, которые позволили определить понимание смыслов нарратива возрастной группой 18-25 лет. Творческий эксперимент показал: если научиться управлять позитивным ресурсом нарративного повествования в новых медиа, то можно выстроить эффективный диалог с молодежной аудиторией.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Клименко Т.Н. Мультифрения современной коммуникации: эстетика словесного творчества // Лингвистика и межкультурная коммуникация: материалы Всероссийской научно-практической конференции (Чита, 31 октября 2018 г.). С. 104-109.
2. Жукова О.И. Самость, её типология и место в самоопределении человека: автореф. ... д-ра филос. наук: 09.00.11. Томск, 2010. 45 с.
3. Барт Р. S/Z / Ролан Барт. Пер. с фр. 2-е изд., испр. под ред. Г. К. Косикова. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. 232 с.
4. Андреева Ю.В., Липатова А.В. Интерпретация имиджевых характеристик в контексте медиаобраза политика // Век информации. 2020. Т.8. №1. С. 33-39.
5. Taylor Ch. Sources of the Self. The Making of the Modern Identity. Cambridge: Cambridge University Press, 1989. 624 p.
6. Анкерсмит Ф.Р. История и топология: взлет и падение метафоры: пер. с англ. М. Кукарцева и др. – Москва: Прогресс-Традиция, 2003. 489 с.
7. Бочкарев А. И. Эмоциональная реакция аудитории как способ оценки комического и ценностного статусов различных/ А. И. Бочкарев// Вопросы психолингвистики. – 2023. – № 1 (55). – С. 24–35.

8. Борисенкова А. Теория повествования Поля Рикера: от нарративной организации опыта к нарративным основаниям научного знания // Социологическое обозрение. Т. 6. № 1. 2007. С. 55-63.
9. Рикер П. Время и рассказ. Т. 1 / Пер. с франц. Т.В. Славко / Под ред. С.Я. Левит. М.; СПб.: Университетская книга, 1998. 314 с.
10. Ефлова М.Ю., Максимова О.А., Озерова К.А. Гражданский цифровой активизм и социальная эксклюзия в условиях вынужденного погружения в цифровую среду // Вестник экономики, права и социологии. – 2021. – № 1. – С. 124-128.
11. Шамсутдинова И.И. Новые роли педагога высшей школы в условиях цифрового образования / В сборнике: Современная социологическая наука: ключевые тренды и перспективы исследования общества. сборник научных трудов V Международной конференции. Казань, – 2022. – С. 472-476.
12. Фешин и его музы языком медиаарта // Республика Татарстан. 30.03.2023. URL: <https://rt-online.ru/feshin-i-ego-muzy-yazykom-mediaarta/>

Информация об авторах

Андреева Юлия Валентиновна, доктор педагогических наук, профессор кафедры телепроизводства и цифровых коммуникаций, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций.

E-mail: andreevsemen@mail.ru

Липатова Анна Вячеславовна, кандидат политических наук, старший научный сотрудник кафедры общей и этнической социологии, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций.

E-mail: anna-shab@mail.ru

Andreeva Yu.V., Lipatova A.V.

AUTHOR'S APPROACH TO NARRATIVE ANALYSIS OF MEDIA CONTENT CONSUMED BY THE YOUTH AUDIENCE

Abstract. The article offers the author's methodology for narrative analysis of media texts with a focus on the youth audience. A theoretical review of sociological approaches to the study of narrative is conducted, and the need to develop the author's view of the analytics of digital fields is substantiated. A methodology combining storytelling techniques with history, social context, and the embeddedness of human experience in the digital narrative is proposed. The method of multifactor evaluation by questioning focus groups on semiotic, aesthetic and axiological parameters is considered to investigate the characteristics of the impact on the audience. The author's proposed method of narrative analysis was tested on the original educational media project «Feshin. Muses».

Keywords: media consumption, youth, narrative analysis, analysis methodology, digital narrative

Literature

1. Klimenko T.N. Multifrenia of modern communication: aesthetics of verbal creativity // Linguistics and intercultural communication: materials of the All-Russian scientific and practical conference (Chita, October 31, 2018). Pp. 104-109.
2. Zhukova O.I. Self, its typology and place in the self-determination of man: autoref. D. in Philosophy: 09.00.11. Tomsk, 2010. 45 p.
3. Barthes R. S/Z / Roland Barthes. Ed. by G.K. Kosikov. – M.: Editorial Urs, 2001. 232 p.
4. Andreeva Y. V., Lipatova A.V. Interpretation of image characteristics in the context of politician's media image // Century of Information. 2020. T.8. №1. Pp.33-39.
5. Taylor Ch. Sources of the Self. The Making of the Modern Identity. Cambridge: Cambridge University Press, 1989. 624 p.
6. Ankersmith F.R. History and tropology: rise and fall of metaphor: translated from English by M. Kukartseva et al. – Moscow: Progress-Tradition, 2003. 489 p.
7. Bochkarev A. I. Emotional reaction of audience as a way of estimation of comic and value status of different / A. I. Bochkarev // Voprosy psycholinguistics. 2023. № 1 (55). P. 24-35.
8. Borisenkova A. Paul Ricoeur's Theory of Narrative: from Narrative Organization of Experience to Narrative Basis of Scientific Knowledge // Sociological Review. Т. 6. № 1. 2007. P. 55-63.

9. Ricoeur P. Time and Story. T. 1 / Translated from French by T.V. Slavko / Ed. by S.Y. Levit. M.; SPb: University Book, 1998. 314 p.
10. Eflova M.Yu., Maksimova O.A., Ozerova K.A. Civic digital activism and social exclusion in conditions of forced immersion in the digital environment // Bulletin of Economics, Law and Sociology. – 2021. – № 1. – P. 124-128.
11. Shamsutdinova I.I. New roles of a higher education teacher in the context of digital education / In the collection: Modern sociological science: key trends and prospects for the study of society. collection of scientific papers of the V International Conference. Kazan, 2022, Pp. 472-476.
12. Feshin and his muses in media-art // Respublika Tatarstan. 30.03.2023. URL: <https://rt-online.ru/feshin-i-ego-muzy-yazykom-mediaarta/>

Authors

Andreeva Yulia Valentinovna, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Department of TV Production and Digital Communications, Kazan (Volga Region) Federal University, Institute of Social and Philosophical Sciences and Mass Communications, Graduate School of Journalism and Media Communications.

E-mail: andreevsemen@mail.ru

Lipatova Anna Vyacheslavovna, Candidate of Political Sciences, Senior Research Fellow of Department of General and Ethnic Sociology, Kazan (Volga Region) Federal University, Institute of Social and Philosophical Sciences and Mass Communications.

E-mail: anna-shab@mail.ru