

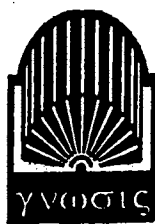
О. А. Леонтович

МЕТОДЫ
КОММУНИКАТИВНЫХ
ИССЛЕДОВАНИЙ



О. А. Леонтович

**МЕТОДЫ
КОММУНИКАТИВНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ**



**МОСКВА
«ГНОЗИС»
2011**

Л 47 **Леонтович Ольга Аркадьевна.**
Методы коммуникативных исследований. — М.: Гнозис, 2011.— 224 с.

Монография содержит подробное описание методов коммуникативных исследований применительно к российским научным традициям. Работа может представлять интерес для специалистов в области теории и практики коммуникации, философии, антропологии, лингвистики, социологии, психологии, педагогики, журналистики и других научных областей, занимающихся проблемами человеческого общения. Она также может быть использована как пособие для студентов и аспирантов при написании научных работ по соответствующим дисциплинам.

Книга публикуется в авторской редакции.

В оформлении переплета использована картина Рембрандта Ван Рейна «Урок анатомии доктора Тульпа»

ISBN 978-5-94244-042-8

© О. А. Леонтович. 2011
© ИТДГК «Гнозис». Оформление. 2011.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	7
Введение.....	8
Позитивизм и интерпретивизм.....	11
Количественные и качественные методы.....	17
Смешанные методы.....	21
Источники данных.....	24
Типы выборок.....	28
ОПИСАНИЕ МЕТОДОВ	
Наблюдение.....	33
Кейс-метод.....	42
Этнографический метод.....	46
Эксперимент.....	53
Опрос.....	57
Контент-анализ.....	68
Риторический анализ.....	76
Семиотический анализ.....	78
Концептологический анализ.....	87
Нарративный анализ.....	92
Дискурс-анализ.....	104
Конверсационный анализ.....	118
Методы теории координированного управления смыслами.....	125
Методы исследования межкультурной коммуникации.....	131
Методы анализа культурных значений и смыслов.....	138
Методы лингвистических исследований.....	156
Порядок описания исследовательской методики.....	159
Этика коммуникативных исследований.....	160
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	
Библиография.....	164
Приложения.....	166
Глоссарий.....	183
Алфавитный указатель.....	206
	218

ПРЕДИСЛОВИЕ

Бросая в воду камешки, смотри на круги, ими образуемые; иначе такое бросание будет пустою забавою.

Козьма Прутков

Несмотря на огромный интерес, проявляемый сегодня к теории и практике коммуникации, в России отсутствуют труды, содержащие комплексное описание и последовательный анализ методов коммуникативных исследований. Кроме того, в российской коммуникативистике, как и в гуманитарных исследованиях в целом, к сожалению, наблюдается некоторое пренебрежение по отношению к научным методикам, а иногда формальный подход к ним, когда за простым перечислением методов не стоит четкое и упорядоченное описание процедуры исследования.

Между тем, грамотное использование методов не только свидетельствует о компетентности ученого, но и является декларацией его исследовательской позиции. Надежная методика — это не просто рабочий инструмент, это путь, по которому разворачивается ход рассуждений автора, позволяющий верифицировать полученные результаты и подтолкнуть исследователя к генерированию новых идей и теорий. Нельзя войти в мировую науку и убедить своих коллег в достоверности полученных выводов, не соблюдая важнейшие требования к методологии научных изысканий.

Использование научных методов не исключает возможности разных подходов — с одной стороны, опирающихся на строгие факты и процедуры, с другой — полагающихся на озарение, полет фантазии, воображение, игру ума и относящихся с презрением к попытке вместить исследование в жесткие рамки; с одной стороны — фундаментальных, закладывающих основу для разработки новых теоретических подходов, с другой — прикладных, имеющих четкую прагматическую направленность и приближающихся к точным наукам.

Было бы наивно претендовать на исчерпывающее описание методов коммуникативных исследований в рамках одной книги. Автор прекрасно отдаст себе отчет в том, что в этой работе изложена только малая часть методик, направленных на изучение человеческого общения. Ее следует рассматривать лишь как начало длительного обсуждения различных подходов к процедуре проведения исследования. Но если такая дискуссия начнется, автор будет считать свою скромную задачу выполненной.

Выражаю благодарность Л. В. и В. С. Луговским, вдохновившим меня на написание этой книги, Ч. Нуару за предоставленные мне материалы, а также В. И. Карасику, В. П. Москвину, Дж. Пэрриш-Спраулу, И. А. Стернину за увлекательные дискуссии, конструктивную критику и ценные советы.

ВВЕДЕНИЕ

Лучше совсем не помышлять об отыскании каких бы то ни было истины, чем делать это без всякого метода.

Р. Декарт

Зачем изучать методы?

В методологии науки стала хрестоматийной метафора «культ карго», которая была впервые использована в известной книге физика Р. П. Фейнмана «Surely You're Joking, Mr Feynman!» [Feynman, 1986] для обозначения имитации научной деятельности, псевдонаучных манипуляций, не приносящих реальных результатов. «Культ карго» (от англ. *cargo cult* — культ груза), иначе называемый «религией самолетопоклонников» или «культом Даров небесных», относится к группе религиозных верований, которые были зафиксированы в Меланезии в конце XIX — начале XX вв. Приверженцы этого культа считают, что западные грузы, доставляемые самолетами на их острова, посланы им свыше и что западные люди завладели ими нечестным путем. Они верят, что, имитируя действия белых людей, смогут получить контроль над «прибывшими с неба дарами». Р. П. Фейнман уподобил псевдонаучные исследования, имитирующие настоящие эксперименты, этим действиям, не приводящим ни к каким реальным результатам. Фейнман пишет о необходимости быть абсолютно честными при проведении научных исследований, не обманывать себя и других и при выдвижении теории указывать не только на те факты, которые на нее работают, но и те, которые ей противоречат [Ibid]. Эти принципы являются основополагающими и для коммуникативных исследований.

Знание методов:

- 1) упорядочивает и систематизирует информацию, развивает интеллект и критическое мышление;
- 2) способствует генерированию идей, открывает новый взгляд на исследуемую проблему;
- 3) показывает широкие возможности аргументированных подходов к сбору материала и его анализу с разных сторон и разными способами;
- 4) предоставляет условия для выбора методики, наиболее приемлемой для данного конкретного исследования;
- 5) дает возможность спланировать этапы исследования;
- 6) позволяет уйти от умозрительных выводов, выступает как критерий оценки достоверности и истинности полученных результатов;

- 7) предупреждает о возможных ошибках, показывает, чего не надо делать в процессе исследования;
- 8) позволяет компетентно оценивать исследования других ученых;
- 9) способствует развитию междисциплинарности;
- 10) наконец, это просто интересно.

Коммуникативистика не является полностью автономной областью исследований, она тесно смыкается с социологией, психологией, лингвистикой и т. д. Соответственно, методы могут заимствоваться из смежных дисциплин. Целый ряд рассматриваемых нами методов используется в разных социальных науках. При этом цель книги — не просто описание известных методов социальных исследований применительно к коммуникативистике — это попытка осмыслить их с учетом российских исследовательских традиций, преломить их для наших потребностей.

Исследовательские методики, как правило, опираются на критерии научности [см. Вгуган, 2008; Поппер, 1983; Стрельник, 2008 и т. д.]:

- 1) объективность;
- 2) рациональность (рационалистическая обоснованность, доказательность);
- 3) достоверность (правдивость и надежность выводов);
- 4) верифицируемость (опытная подтверждаемость выводов);
- 5) фальсифицируемость (логическая возможность принципиального опровержения теории опытом, которая не означает ложность теории, а показывает, что *если* теория ложна, то это может быть доказано наблюдением или экспериментом; если теория построена так, что она в принципе неопровержима, то ее нельзя считать научной);
- 6) непротиворечивость (выражение истинного знания в логически непротиворечивых формах);
- 7) когерентность, или системность (согласованность нового знания с теми результатами, которые уже оцениваются как истинные; из двух теорий истинной признается та, которая больше совместима с фундаментальным знанием);
- 8) эвристичность (потенция знания к увеличению; из двух теорий более эвристичной является та, которая обеспечивает прирост знания, а не ограничивается систематизацией уже известного);
- 9) воспроизводимость (возможность экстраполяции полученных результатов на другие исследования).

Кроме того, выделяются достаточно субъективные критерии — такие как простота, красота теории и т. д.

Ключевые термины, используемые в книге

Методология — совокупность исследовательских приемов, система принципов и способов организации научного исследования.

Как правило, методология имплицитно или эксплицитно развивается в рамках определенной парадигмы — теории или модели постановки проблем, принятой в качестве образца решения исследовательских задач [ФЭС, 1983: 477], и является воплощением ее философских оснований

и принципов. Обычно одна парадигма включает более одной методологии [Mingers, Brockelsby 1997, с. 490]. Смена парадигм знаменует собой смену научных стандартов и подходов.

Метод — «совокупность приемов и операций практического и теоретического освоения действительности» [ФЭС, 1983, с. 364]. И. А. Стернин указывает, что с точки зрения цели их использования различаются: а) методы исследования; б) методы верификации результатов исследования; в) методы интерпретации результатов исследования [Стернин, 2008а, с. 25]. Методы также делятся на общие и частные, ведущие и вспомогательные.

Прием — это исследовательский инструмент, развивающийся в рамках определенной методологии. Если методология указывает на то, что следует изучать, то прием направлен на то, как это следует делать.

Принципы описания методов, принятые в данной книге:

- метод — не самоцель, а средство, необходимое для эффективного исследования;
- системный, холистический подход к рассмотрению методов, выявление соотношения и взаимосвязи между различными методиками;
- указание на необходимость тщательного анализа данных и их подробного описания, а также осторожности в выводах;
- допущение альтернативных подходов.

ПОЗИТИВИЗМ И ИНТЕРПРЕТИВИЗМ

Art and science have their meeting point in method.

Robert Bubner-Lytton

Основными конкурирующими подходами, определяющими отношение к научному исследованию, являются позитивизм и интерпретивизм.

Позитивизм (от лат. *positivus* — положительный) — это методологическое направление, цель которого — создание социальной теории, свободной от умозрительных метафизических подходов и основанной на методологических принципах, сходных с естественноведческими.

Термин «позитивизм» был предложен в 30-х гг. XIX века французским философом Огюстом Контом, провозгласившим «решительный разрыв с философской («метафизической») традицией, считая, что наука не нуждается в какой-либо стоящей над ней философии» [ФЭС, 1983, с. 505]. За время своего существования позитивизм пережил ряд модификаций, однако он и поныне сохраняет свои ключевые характеристики, которые воплощаются в следующих положениях:

- 1) мир социальных наук не отличается от естественных, там используются те же базовые процедуры;
- 2) единственным допустимым научным свидетельством являются факты, эмпирические подходы;
- 3) исследователь должен дистанцироваться от того, что изучает, и не позволять себе оказываться под влиянием ценностей и субъективных оценок;
- 4) чтобы увеличить объективность, необходимо записывать и анализировать факты в количественном выражении с последующей статистической обработкой [Deacon et al., 1999, с. 4].

Э. Брайман пишет, что позитивисты считают истинно научными только те понятия, которые выводятся в результате наблюдений. Это позволяет ему утверждать, что в глазах позитивистов наблюдение имеет более высокий эпистемологический статус, нежели теория [Вруман, 2008, с. 14]. Позитивисты видят главную цель научного исследования в обобщениях, устанавливающих взаимоотношения причины и следствия между объектами и явлениями социального мира. Они отдают предпочтение количественным методам. Качественные методы главным образом используются на пилотной стадии, выступающей как подготовительная к количественным исследованиям.

Критика позитивизма. Позитивистские подходы критикуют за неоправданную претензию на объективность (*phony objectivity*), попытку отказаться

от определения собственной позиции. Можно ли отрешиться от ценностей, быть полностью объективными, оказаться в нравственном вакууме — пространстве, лишенном политических, экономических и иных факторов, особенно когда речь идет о человеческой коммуникации? Критики позитивизма указывают на то, что объективность есть недостижимый идеал и что, выбирая параметры анализа, исследователь уже проявляет субъективизм.

Таким образом, критика позитивизма в основном сводится к следующим соображениям:

- 1) позитивистский подход слишком упрощает модель, в то время как мир коммуникации в высшей степени сложен и многогранен;
- 2) социальные факторы с трудом поддаются идентификации и изменению;
- 3) исследовательские данные могут быть полноценно интерпретированы только в контексте ежедневной жизни (можно исчислить определенные параметры, но вне контекста они теряют смысл, так как игнорируется сложная система взаимосвязей, действующих в социуме).

Интеллектуальная традиция, противопоставленная позитивизму — интерпретивизм, или интерпретационизм, — представляет собой эпистемологический подход, согласно которому социальные процессы могут быть осмыслены только через интерпретацию того, как люди понимают окружающий мир и выражают свое понимание посредством языка, образности, личностного стиля, общественных ритуалов и т. д.

Истоки противоречия между позитивистами и интерпретивистами нередко трактуются в связи со стремлением первых *объяснить* человеческое поведение влиянием воздействующих на него внешних сил, в противовес желанию вторых *понять* его внутренние причины (*Verstehen*, согласно Макс Веберу [Weber, 1947, с. 88]). Интерпретивизм тесно связан с феноменологией — научным направлением, нацеленным на освобождение философского сознания от натуралистических установок, расчленяющих объект и субъект, достижение нового уровня анализа как «рефлексии сознания о своих актах и данном в них содержании» и выявление изначальных основ познания, человеческого существования и культуры [ФЭС, 1983, с. 718].

В основе интерпретативного подхода — идея диалогичности, совместного воспроизводства смыслов членами общества. Соответственно, для их постижения ученому необходимо погружаться в социум, близко знакомиться с людьми, наблюдать за тем, как они организуют свой быт. Если с точки зрения позитивистов социальная реальность существует отдельно от исследователя и изучаемых им людей, то интерпретивисты отвергают эту точку зрения, утверждая, что организационные структуры социальной и культурной жизни постоянно воспроизводятся и модифицируются благодаря ежедневной деятельности [Deacon et al., 1999, с. 7]. Задача интерпретатора — понять, как люди разбираются в своих мирах, постоянно пытаюсь разгадать смыслы и делая объяснительные выводы из своих наиболее удачных догадок.

Э. Брайман утверждает, что деятельность ученого, стоящего на этих позициях, предполагает двойную или даже тройную интерпретацию: собственное понимание общественных явлений, интерпретацию того, как эти явления воспринимаются другими членами социума, и, наконец, осмысляющего социального знания [Bryman, 2008, p. 17].

Интерпретация неизбежно предполагает известную степень субъективности, при этом интерпретатор не может рассчитывать на то, что он сможет дать исчерпывающее объяснение анализируемым явлениям социального мира. Как пишет Н. К. Дензин, «интерпретация – это искусство, которое не может быть формализовано» [Denzin 1998, p. 338. Цит. по: Corbin, Strauss, 2008, p. 9]. Однако нельзя не согласиться с Дж. Корбин, которая утверждает, что невозможно объяснить применение метода, не прибегая к определенной степени формализации. В то же время процесс анализа не должен быть чрезмерно структурирован, он предполагает достаточно высокую степени гибкости и саморефлексии [Corbin, Strauss, 2008, p. 9–10]. При этом никогда не стоит считать его полностью законченным, независимо от того, как долго занимается им исследователь, так как всегда потенциально возможны переосмысление и реинтерпретация [Там же: p. 49–50].

Рассматривая понятие интерпретации применительно к лингвистике, В. З. Демьянков определяет ее как *«целенаправленную когнитивную деятельность, обладающую обратной связью с промежуточными (локальными) и глобальными целями интерпретатора, который далеко не всегда уверен в целенаправленности действий у автора воспринимаемой речи. Интерпретация состоит в установлении и/или поддержании гармонии в мире интерпретатора, что может выражаться в осознании свойств контекста речи и в помещении результатов такого осознания в пространство внутреннего мира интерпретатора»* [Демьянков, 2003, с. 120].

Интерпретивизм вплотную смыкается с другими научными направлениями — символическим интеракционизмом и конструкционизмом, согласно которым социальная реальность не является данностью, она постоянно создается и воспроизводится благодаря переговорным процессам, являющимся неотъемлемой частью социальных практик, и лежащим в их основе концептуальным категориям.

В частности, культура рассматривается не просто как внешняя среда, определяющая и ограничивающая человеческую деятельность, а как нечто постоянно конструируемое людьми в зависимости от изменяющейся ситуации общения. При этом ученые отдают себе отчет в том, что идеи конструкционизма не следует доводить до крайности: культура несомненно определяет деятельность людей и формирует их взгляды, однако она не является инертной и не существует независимо от людей — человек играет активную роль в ее конструировании [Becker, 1982, с. 521; Bryman, 2008, с. 20]. Социальные категории и смыслы являются продуктом человеческого взаимодействия и различаются в результате действия множественных переменных в коммуникации.

Исследователь может узнать об индивидуальных конструктах своих респондентов только через взаимодействие с ними. При этом недостаточны строгие исследовательские процедуры, характерные для позитивизма, — необходимы динамичные, творческие подходы. Задача исследователя — реконструировать социальный мир коммуниканта, обращаясь к таким понятиям как «предпонимание» (конвенции, пресуппозиции, предубеждения), картина мира, «слияние горизонтов» разных коммуникантов (кумулятивное видение социальной действительности) и т. д.

В последнее время идеи конструкционизма стали также часто применяться к научному знанию как своего рода исследовательскому конструкту — специфической версии социальной реальности, предлагаемой ученым, — эта точка зрения наиболее типична для постмодернизма.

Постмодернизм, который стал оказывать заметное влияние на исследовательские подходы начиная с 80-х годов XX в., представляет собой крайний случай интерпретивизма. Постмодернисты скептически относятся к человеческой способности познать окружающий мир и рассматривают представление социального мира исследователем лишь как одну из возможных множественных интерпретаций. Они не верят в возможность вывести одну-единственную реальность, а потому не видят смысла в описании объективной действительности. Постмодернисты склонны подчеркивать понятие рефлексивности, ставя во главу угла личность исследователя и таким образом указывая на относительность любых результатов, представленных в научных отчетах. Они не принимают точки зрения позитивистов, согласно которой существуют общепринятые подходы к знанию [Врумпап, Bell, 2007, с. 710].

Постмодернисты также сомневаются в том, что естественный и социальный миры могут быть описаны с помощью нейтрального языка. Эта точка зрения во многом определила так называемый «лингвистический переворот», которым отмечено развитие социальных наук в последние годы. Поскольку знание конструируется с помощью языка, а язык никогда не может объективно представить внешнюю действительность, продуцируемые человеком смыслы неконтролируемы и непостижимы. Это ведет к отказу от позитивистских утверждений, что можно получить надежное знание из нейтрального процесса исследования. Постмодернисты утверждают, что знание никогда не нейтрально и всегда открыто для пересмотра [Врумпап, Bell, 2007, с. 711]. Они рассматривают научные нарративы как своего рода «языковые игры» [Rorty, 1979], продуцируемые определенным сообществом для локализованного понимания и одобренные рефлексивностью. Последняя определяется как способность ученого размышлять над тем, что подразумевают используемые им методы, ценности, предпочтения, предубеждения и решения в отношении генерируемых знаний, умение заглянуть за пределы прямолинейной интерпретации [Woolgar, 1988] и как непрерывный диалог с самим собой.

Критика интерпретивизма. Недостатками интерпретативных подходов считаются субъективность, умозрительность, необоснованность некоторых выводов. Как указывает С. Томас, «интерпретационный плюрализм

может приводить к беспредельному размыванию значения, в результате чего исследователь оказывается вообще неспособным определить его» [Thomas, 1994, с. 693].

Постмодернизм как крайний случай интерпретивизма ведет к признанию непознаваемости мира и, соответственно, невозможности научного познания. Он жестко критикуется и даже высмеивается за туманность выводов и неясность точек зрения.

Наряду с крайними позициями, с одной стороны, позитивистов, отвергающих качественные методы, с другой — интерпретивистов, отказывающихся от количественных методов, существуют более умеренные точки зрения, комбинирующие достоинства обоих подходов. Кроме того, предлагаются новые подходы, стремящиеся преодолеть недостатки того и другого, как, например, критический реализм, согласно которому человек в состоянии понять и изменить социум, если он сможет идентифицировать соответствующие структуры и дискурсы [Bhaskar, 1989, р. 2. Приводится по: Вругман, 2008, р. 13]. Соглашаясь с тем, что социальный мир постоянно трансформируется и воспроизводится, сторонники критического реализма пишут о необходимости принимать во внимание более широкие социальные и культурные образования, формирующие этот мир с помощью средств, правил и ресурсов, которые, с одной стороны, обеспечивают условия для человеческой деятельности, а с другой — накладывают на нее ограничения. В отличие от позитивистов, рассматривающих социальные процессы как одностороннее воздействие социума на человека, приверженцы критического реализма утверждают, что взаимодействие между человеком и средой его обитания носит двусторонний характер: социальные структуры конструируются человеком, а человеческая деятельность, в свою очередь, структурируется средой [Deacon et al., 1999, с. 10].

В центре критического реализма — стремление не только объяснить, но и изменить мир, избавив его от неравенства и несправедливости; это характерно для всех исследований, выполненных в русле данного научного течения (см. также критический дискурс-анализ — с. 103—104). Если позитивизм рассматривает факты и явления действительности, а интерпретивизм — их осмысление людьми, то критический реализм направляет свое внимание на механизмы, порождающие ситуации, которые могут стать объектом наблюдения. Обилие явлений, которые приходится при этом наблюдать, заставляет ученых, во-первых, обращаться к междисциплинарным исследованиям а, во-вторых, использовать разнообразные количественные и качественные, а также смешанные методы и приемы.

Однако, несмотря на то, что приверженцы критического реализма пытаются отграничиться как от позитивистов, так и интерпретивистов, очертив собственные границы и утвердив свои уникальные подходы, критики нередко упрекают их в том, что уникальность их научной позиции трудно определима [см., например, Вругман 2008: 15].

Расхождения в подходах приводят к тому, что позитивисты и интерпретивисты отдают предпочтение разным исследовательским методикам. Считается, что позитивисты традиционно обращаются к количественным,

а интерпретивисты — к качественным методам. Однако главное отличие позитивистского и интерпретативного подходов состоит не в том, использовать ли цифры, а в том, *как* их использовать. Для позитивистов цифры — ответ на их исследовательские задачи. Интерпретивисты рассматривают количественные данные как трамплин для дальнейшего исследования и анализа. Они полагают, что цифры не говорят сами за себя, а нуждаются в интерпретации.

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ

Исследовательские методы традиционно делятся на количественные и качественные. Количественные методы, как указывает само название, оперируют количественными данными. Они ассоциируются с позитивистской парадигмой и восприятием окружающего мира как существующего независимо от исследователя, который должен проводить свои изыскания объективно и беспристрастно. Как правило, эти методы дедуктивны по своему отношению к различным явлениям. Качественные методы, в свою очередь, индуктивны, в большей степени опираются на описание, нежели на количественные данные, и преследуют цель толкования глубинных смыслов и генерирования теорий. Они традиционно связываются с интерпретативными исследованиями, проводимыми с целью обнаружения моделей взаимодействия между членами социума и классификации наблюдаемых явлений.

Анализируя характеристики количественных и качественных методов, ученые указывают на то, что различие между ними глубже, нежели просто использование / неиспользование количественных подсчетов; в основе этого различия — разные эпистемологические и онтологические основания. В Табл. 1 представлены традиционно выделяемые признаки количественных и качественных методов и соотношение между ними.

Таблица 1. Различия между количественными и качественными методами: традиционный подход

Количественные методы	Качественные методы
Ассоциируются с естественнонаучными моделями, в частности, позитивизмом.	Отвергают естественнонаучные модели, в частности, позитивизм; ассоциируются с интерпретивизмом.
Основаны на точке зрения, согласно которой социальная реальность — внешняя, объективная; онтологическая ориентация — объективизм.	Основаны на восприятии социальной реальности как постоянно меняющейся, создаваемой индивидами; онтологическая ориентация — конструктивизм.
Предполагают дедуктивный подход; основное внимание уделяется проверке теорий.	Преимущественно опираются на индуктивный подход; основная цель — порождение теорий.
Нацелены на подсчет количественных данных.	Нацелены на интерпретацию данных.

Основные методы сбора количественных данных включают эксперименты, опросы, структурированные интервью, структурированное наблюдение, контент-анализ и использование разнообразных источников вторичных данных. В качестве примера количественного анализа коммуникативного стиля в *Приложении 1* приводится аннотация статьи на тему «The Content and Dimensionality of Communication Styles» [Vries et al., 2009]. Количественные подходы в значительном числе случаев предполагают использование статистических методов.

Критика количественных методов чаще всего сводится к тому, что они:

- не делают различия между социальным и физическим миром, не выделяют человека из окружающего среды, уподобляют его неживым объектам в мире природы;
- искусственно претендуют на точность, так как связь между принципами измерения и понятиями, разрабатываемыми учеными в области социальных наук, предполагаемая, а не реальная;
- заиклены на инструментарии и процедуре анализа, что мешает выявить связь между исследованием и реальной жизнью;
- рассматривают статичные взаимоотношения между переменными, игнорирующие человека [Вругман, 2008, с. 159 – 160].

Качественные методы, в свою очередь, критикуются за то, что они:

- 1) «неэмпиричны»;
- 2) субъективны в выборе материала и его анализе;
- 3) не учитывают частотности явлений социального мира — нередко нечто заинтересовавшее исследователя или бросившееся ему в глаза приобретает большую значимость, нежели типичные, повторяющиеся факты окружающей действительности.

Некоторые ученые считают разделение методов на количественные и качественные полезным, указывая на то, что, во-первых, таким образом разграничиваются разные исследовательские стратегии, а, во-вторых, это удобный способ их систематизации и описания. Другие относятся к разделению методов как к вредному и неправильному. В качестве аргумента они приводят так называемые «ложные оппозиции» (Табл. 2), неверно характеризующие или преувеличивающие различия между количественными и качественными методами [Bavelas, 1995, с. 50 – 51. Приводится по: Макаров, 2003, с. 44]:

Таблица 2. «Ложные оппозиции»

Количественный анализ	Качественный анализ
Использует числа	Не использует числа
Параметрический	Непараметрический
С применением статистики	Без применения статистики
Эмпирический	Неэмпирический

Количественный анализ	Качественный анализ
Объективный	Субъективный
Дедуктивный	Индуктивный
Верификация гипотезы	Поиск нового знания
Экспериментальный	Неэкспериментальный
Лабораторный	Реально существующий
Искусственный	Естественный
Выводы не обобщаются	Выводы обобщаются
Внутренняя обоснованность	Внешняя обоснованность
Хороший/Плохой	Плохой/Хороший

Признавая различия между количественными и качественными методиками, не следует проводить непроходимую границу между ними — это сложное соотношение, которое скорее отражает тенденции, нежели постоянные признаки. Представляются вполне убедительными приводимые ниже аргументы против жесткого разграничения между методами.

1. В последнее время все чаще звучит мысль о том, что нецелесообразно отождествлять количественные методы с позитивизмом, а качественные — с интерпретивизмом, потому что приверженцы обоих подходов нередко прибегают к смешанным методикам. Позитивизм не является единственным эпистемологическим основанием естественнонаучного подхода: в качестве альтернативы предлагается, например, реализм.

2. Несмотря на то, что объективность традиционно считается прерогативой количественных исследований, «вряд ли стоит говорить об объективности/субъективности как полярной дихотомии, это скорее континуум» [Макаров, 2003, с. 45]. Хотя эмпирические подходы обычно ассоциируются с количественными методами, следует учитывать необходимость прямого социального опыта как исходной точки для качественных исследований. Данные для интерпретации должны быть получены из явлений социального мира, доступных чувственному наблюдению.

3. Хотя утверждается, что количественные методы оперируют «цифрами», а качественные — «словами», сторонники качественных подходов также прибегают к квантификации (подсчету данных) или так называемой «квазиквантификации» с помощью слов «много», «большинство», «часто», «некоторые» и т. д. [Bryman, 2008, с. 589 — 596].

4. Сторонники качественных методов считают, что имеют монополию на исследование значений / смыслов, порождаемых социумом. Однако количественные методы часто также направлены на исследование вопросов, связанных со значением (например, контент-анализ, шкалирование значений и т. д.). В соответствующие анкеты нередко включаются вопросы, пред-

назначенные для понимания причин человеческих действий, используются рейтинги, исследующие отношения в обществе и т. д.

Сегодня в социальных науках все чаще предпринимаются попытки «примирить» количественные и качественные подходы. Ученые, занимающиеся историей и методологией науки, утверждают, что успешным количественным исследованиям в области точных наук нередко предшествует объемное качественное исследование, позволяющее найти общие подходы к изучаемому явлению и генерировать теорию, которая затем проверяется с помощью количественных методов. В крупных социальных исследованиях качественные изыскания помогают понять намерения людей и смысл их действий.

Дж. Корбин и А. Стросс следующим образом формулируют теоретические основания качественных исследований: мир очень сложен, не существует простых объяснений для происходящих в нем процессов, на которые влияет совокупность множественных факторов; поэтому и методология, лежащая в основе их изучения, не может быть простой. В связи с этим в исследовании необходимо принимать во внимание как можно большее количество факторов, отдавая себе при этом отчет в том, что все их учесть невозможно. Задача ученого — провести многосторонний анализ явлений социального мира и построить аналитические схемы, учитывающие из закономерности. Анализируемый опыт не может рассматриваться в отрыве от социальных, политических, культурных, расовых, гендерных, информационных и технологических факторов, в связи с чем последние становятся неотъемлемыми составляющими анализа (Corbin, Strauss, 2008, p. 8). Важной частью качественных исследований является так называемый «микроанализ», предполагающий внимание к мельчайшим деталям исследуемого объекта, их подробное и скрупулезное рассмотрение [Там же, 2008, p. 58–59].

В силу специфики нашей дисциплины и сложившихся в России научных традиций, мы будем уделять основное внимание качественным методам. Поскольку, как уже было сказано выше, количественные и качественные исследования нередко идут рука об руку и, более того, могут использовать одинаковые методы, но трактовать их по-разному, в случае необходимости мы будем оговаривать различия в их применении.

СМЕШАННЫЕ МЕТОДЫ

Сегодня среди ученых существует мнение, что война между количественной и качественной парадигмами закончена. Они все чаще обращаются к смешанным методикам, предполагающим использование как количественных, так и качественных методов в рамках одного исследования.

Смешанные методы, предусматривающие комбинирование разных типов исследовательских вопросов, процедур сбора данных, аналитических подходов и т. д., начали использоваться еще в начале XX века. В течение длительного времени считалось, что они имеют право на существование в рамках социальных наук. Однако в 70 – 80-х годах, когда разгорелась война между парадигмами, которые четко ассоциировались с количественными либо качественными подходами, появилось утверждение о несовместимости соответствующих методов [Lugovskaya, 2009b]. С 80-х годов стали разрабатываться процедуры использования смешанных методов. В начале XXI века смешанные методы развились в самостоятельный методологический подход [Tashakkori, 2003; 2007; Lin, Loftis, 2005; Onwuegbuzie, Leech, 2005; Plano, Creswell, 2008].

Возражения, высказываемые противниками смешанных методик, сводятся к тому, что количественные и качественные методы имеют разные эпистемологические и онтологические основания; попытка использовать комбинацию представляет собой желание соединить несовместимые парадигмы.

Сторонники смешанных методов, со своей стороны, соглашаясь с тем, что количественные и качественные методы предполагают разные эпистемологические и онтологические установки, в то же время утверждают, что связь между ними не является фиксированной и неизбежной; они считают, что эти методы вполне совместимы [Вругман, 2008, р. 605 – 606].

Кроме того, высказывается мнение, согласно которому отношение к выбору методик связано с культурной принадлежностью ученого:

1) предпочтение, отдаваемое тем или иным методам, во многом определяется институциональными, физическими и географическими границами, в рамках которых ученый работает вместе со своими единомышленниками (то есть субкультурными научными сообществами);

2) предпосылки, определяющие подходы к восприятию мира, верования и ценности, есть результат длительных процессов социализации и аккультурации, что затрудняет переход от одной парадигмы к другой, например, от жестких к мягким, от позитивистских к интерпретивистским подходам [Mingers, Brockelsby, 1997].

Споры о возможности либо невозможности сочетания методов, имеющих разную природу, в рамках одного исследования, привели к возникновению трех школ: пуристов и прагматистов, четко противопоставленных друг

другу, а также ситуационалистов, занимающих промежуточную позицию. Пуристы настаивают на том, что количественные и качественные методы несовместимы и их не следует смешивать. Ситуационалисты также выступают за использование одной методики, однако рассматривают количественные и качественные методы как взаимодополняющие и заявляют, что выбор методики должен определяться характером конкретного исследования. Прагматисты, в свою очередь, утверждают, что противопоставление количественных и качественных методов — это ложная дихотомия и что количественные исследования не обязательно используют гипотетико-дедуктивное мышление, а качественные — индуктивное. Они выступают за возможность применять смешанные методы в рамках одной работы и рассматривают их как эффективный инструмент, используемый для получения серьезных научных результатов [Lugovskaya, 2009b].

Опираясь на рассмотрение смешанных методик, проведенное Э. Брайманом [Bryman, 2008, p. 608 — 609], можно выделить следующие достоинства сочетания количественных и качественных методов в одной работе:

- 1) компенсация: использование достоинств тех и других с тем, чтобы компенсировать их недостатки;
- 2) полнота: более широкий охват области анализа;
- 3) возможность использовать качественные методы для выдвижения гипотез, а количественные — для их проверки в рамках одной работы;
- 4) разработка нового инструментария исследования;
- 5) возможность ответить на разные исследовательские вопросы;
- 6) генерирование неожиданных результатов;
- 7) способность объяснить результаты, полученные благодаря использованию качественных методов, с помощью количественных;
- 8) возможность проиллюстрировать результаты количественных исследований примерами из качественных;
- 9) повышение надежности полученных результатов.

Еще один аргумент в пользу смешанной методики — принцип триангуляции, или «перекрестного анализа», предполагающий, что любое социальное явление должно анализироваться с двух и более различных точек зрения. Термин «триангуляция» был заимствован представителями социальных наук [Webb et al., 1966, p. 3] из геометрии и тригонометрии, а также навигации и геодезии, где он обозначает процесс определения местонахождения точки путем измерения углов, под которыми они расположены, с различных позиций. «Аналогично, — пишет Г. Хофстеде, — в социальных науках, где мы не можем прямо измерять конструкты, нам следует использовать минимум два как можно более различных приема измерения (с различными источниками ошибок) и двигаться дальше, только если мы обнаружим совпадающие результаты» [Hofstede, 2008, p. 5].

Дж. Мингерс и Дж. Брокслси [Mingers, Brockelsby, 1997, p. 491] выделяют следующие способы совмещения различных методов:

- методологический изоляционизм (*methodological isolationism*) — использование одной методологии или приемов из одной исследовательской парадигмы;

- методологическое расширение (*methodology enhancement*) — обогащение одной методологии приемами из другой;
- методологический выбор (*methodology selection*) — подбор разных методологий, приемлемых для данного исследования, с целью анализа различных аспектов проблемы;
- методологическая комбинация (*methodology combination*) — комбинирование разных методологий для анализа темы в целом;
- мультиметодология (*multimethodology*) — разделение методологий (иногда из разных парадигм) на части и комбинирование частей для целей данного конкретного исследования. Понятие мультиметодологии соотносится с рядом других терминов, таких как «полипарадигмальные исследования» (*multiple paradigm research*) и «методологический плюрализм» (*methodological pluralism*).

Для того, чтобы определиться с процедурой смешанного анализа, ученым следует решить для себя два вопроса: 1) количественные или качественные методы преобладают в исследовании; 2) в какой последовательности они используются. Соответственно, выделяются следующие исследовательские модели:

- согласованная (триангуляционная) модель с объединенными результатами — исследование, предполагающее сбор двух типов данных (количественных и качественных), которые затем анализируются независимо друг от друга; результаты обоих анализов впоследствии сопоставляются для более глубокого понимания изучаемого явления;
- последовательная объяснительная модель — проведение количественного исследования, результаты которого затем трактуются с помощью качественных методов, или наоборот;
- последовательная модель для генерирования и проверки гипотезы — выдвижение гипотезы на этапе качественного анализа, которая затем тестируется с помощью количественных методов [Lugovskaya, 2009b].

Э. Брайман предупреждает, что смешанные методы далеко не всегда имеют преимущества перед монометодикой. Использование смешанных методов, пишет он, должно быть обосновано так же, как и выбор количественных или качественных методов:

- 1) исследовательская методика должна быть четко выстроена;
- 2) она должна соответствовать задачам исследования; не следует руководствоваться принципом «чем больше, тем лучше» — привлечение смешанных методов должно быть оправдано;
- 3) компетентное использование смешанных методик требует хорошего знания как количественных, так и качественных методов [Вгупап, 2006, р. 624].

Прибегая к смешанной методике, следует иметь в виду, что это больше, чем простая сумма количественных и качественных методов — это должно быть единое интегрированное целое, направленное на решение конкретной исследовательской задачи.

ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ

Знание — столь драгоценная вещь, что его
не зазорно добывать из любого источника.

Фома Аквинский

Источниками данных для коммуникативных исследований могут становиться материалы, относящиеся к любым формам общения: живая речь, художественная литература (стилизация под реальную коммуникацию), популярная литература, массовая коммуникация (газеты, журналы, телевизионные программы), кинотекст и т. д. [см., например, Методы сбора информации..., 1990; Kasper, 2007].

Устная речь, становящаяся объектом исследования, фиксируется в виде транскриптов; при этом отрывки, приводимые в тексте исследования, обозначаются аббревиатурами, например КЗУР (картотека записи устной речи). В настоящее время стала также популярной работа с лингвистическими корпусами, такими как Национальный корпус русского языка, Bank of English (COBUILD corpus), British National Corpus (BNC), International Corpus of English (ICE), Oxford English Corpus, American National Corpus (ANC), Corpus of Contemporary American English (COCA) и т. д.

Если того требует исследование, ученый может прибегать к работе с архивами и документами, как историческими, так и современными, как личными, так и общественными. Например, исследователь организационной коммуникации может привлекать как источники данных внутренние документы организации, девизы, слоганы, меморандумы, электронные письма, пресс-релизы, стенограммы заседаний. Личные документы включают дневники, письма, автобиографии и т. д. [см. также Методы анализа документов..., 1995].

В связи с тем, что в последние годы расширяется понимание текста [«мир как текст» — см., например, Ryan, 1998; Вгуман, 2008], ученые все чаще обращаются к анализу разного рода визуальных, звуковых и др. образов: фотографий; видеозаписей, включая документальные и художественные фильмы; комиксов; а также объектов окружающего мира, таких как сады, парковки, супермаркеты, бани, развлекательные площадки, кафе, рестораны и т. д.

В наше время мощным источником исследовательских данных стал Интернет. Ценные сведения можно получить из списков рассылки, участия в профессиональных сообществах, различного рода форумов, чатов, социальных сетей, обмена мнениями на новостных сайтах, электронной почты и т. д. Интернет представляет собой обширное пространство, открывающее большие возможности, но в то же время таящее и некоторые

опасности для ученых, решивших прибегнуть к нему для получения нужной информации.

Достоинства Интернета как источника данных:

- 1) экономичность — его использование, как правило, не требует больших денежных вложений;
- 2) удобство для проведения контент-анализа (возможность извлечения нужных тем, повторяемость слов, частотность упоминаний и т. д.);
- 3) наличие большого количества практического материала, в том числе такого, к которому трудно получить доступ иным образом (данные о разных культурах; связь с информантами, рассредоточенными географически и т. д.);
- 4) возможность установить необходимые связи через социальные сети;
- 5) большая раскрепощенность информантов, нежели при личном контакте; в случае использования ников — отсутствие предубеждения по таким параметрам, как этничность, гендер, возраст и т. д.;
- 6) возможность исследовать комплекс различных форм коммуникации одновременно (например, пользователь Интернета может одновременно слушать музыку, смотреть видеофрагмент и читать появившееся в окошке чата электронное сообщение);
- 7) возможность получить консультацию у известных ученых, данные о которых можно найти в Интернете, и т. д.

В то же время использование Интернета как источника данных имеет и ряд недостатков:

- 1) ненадежность многих источников;
- 2) отсутствие личного контакта, который мог бы, например, помочь при интервьюировании;
- 3) восприятие рассылок с просьбой о предоставлении данных как спама; усталость респондентов, к которым слишком часто обращаются с просьбами подобного рода, особенно в научной среде (*over-researched population suffering from respondent fatigue* [Bryman, 2008, p. 654]);
- 4) подозрительность информантов, недоверие в отношении того, будет ли соблюдена конфиденциальность;
- 5) затрудненность доступа к некоторым группам населения (в связи с тем, что Интернетом в основном пользуются люди состоятельные, образованные, молодые);
- 6) в большинстве случаев — невозможность получить спонтанные ответы;
- 7) опасность растерять в процессе исследования участников опроса (*non-response*);
- 8) иногда — псевдоидентичность респондентов: в коммуникацию вступает не реальная личность, а та, которой участник общения хочет себя представить.

Тем не менее, компетентный подход к получению и использованию Интернет-данных позволяет преодолеть эти недостатки. Кроме того, целесообразно сочетать данные, полученные через Интернет, с другими источниками.

Исследования могут опираться как на получение данных с вебсайтов, так и на коммуникацию через посредство Интернета (опросы, мейлы, анкеты). В последнем случае Интернет выступает как *среда* для проведения коммуникативного исследования.

Можно также разграничить следующие виды исследований: 1) синхронные — в реальном времени (онлайн — в чатах, скайпе и т. д.); 2) асинхронные — не в онлайн, например, анкета, которая отсылается по мейлу; фокусные группы, предполагающие обмен электронной почтой; форумы, в которые участники могут входить в удобное для себя время.

Чтобы получить доступ к большому количеству данных, специалисты рекомендуют использовать несколько поисковиков, а также разные ключевые слова. Поиск требует настойчивости и терпения.

При использовании теоретических данных из Интернета следует оценивать надежность источников: в первую очередь — обозначен ли автор приводимого текста? Есть ли корректные ссылки на исходную публикацию? Как правило, наличие на определенном сайте хорошего научного текста без ссылки на авторство наводит на мысль о плагиате, что само по себе не позволяет считать данный источник авторитетным и заслуживающим доверия.

В научном мире в России и за рубежом существует неоднозначное отношение к данным из «народных энциклопедий» (таких как, например, Википедия), использование которых имеет как своих сторонников, так и противников. Причина этих дискуссий — в том, что, наряду с качественными, основанными на надежных источниках статьями, в этих энциклопедиях встречается и поверхностная, непроверенная, а порою и ошибочная информация. На наш взгляд, решение использовать или не использовать данные из «народных энциклопедий» зависит от самого ученого, которому при этом следует компетентно оценивать уровень содержащейся в соответствующей статье информации (по наличию перекрестных ссылок, указания на источники и т. д.) и соблюдать известную осторожность.

В случае привлечения к исследованию информантов ученому важно вести себя корректно, не оттолкнув испытуемых и не нарушив этических норм. При сборе информации в чате или форуме рекомендуется начать с периода наблюдения (не участвуя самому) и лишь затем включиться в обсуждение релевантных для исследования тем.

Для проведения опроса целесообразно создать свой сайт и там разместить анкету, которая может быть представлена в двух видах: как простой текст или специальная программа (где надо щелчком отмечать правильный ответ). Последний вариант считается предпочтительным — он удобнее для работы и менее опасен как источник вирусов. Текст анкеты должен быть хорошо выверен на предмет ошибок и опечаток, особенно если опрос проводится на чужом для исследователя языке. Неграмотный, плохо переведенный текст подрывает авторитет исследователя и не внушает респонденту доверия.

Не рекомендуется рассылать анкету незнакомым людям, проявляя чужда изобретательности для того, чтобы добыть как можно больше адресов.

Такую рассылку предпочтительно проводить либо через профессиональное сообщество (например, Российскую коммуникативную ассоциацию или CRTNET), либо через знакомых («обращаюсь к Вам по рекомендации тако-го-то»). В последнем случае можно использовать «технику снежного кома» (первоначальные участники опроса могут дать имена тех, к кому можно обратиться по их рекомендации). Также считается вежливым вступить в кон-такт с респондентом, прежде чем посылать ему анкету. Если получено пер-воначальное согласие, отправляется сама анкета или ссылка на сайт, где она выложена. Если респондент согласился на участие, но долго не заполняет анкету, можно послать ему одно-два напоминания.

Помимо описанных выше первичных данных, то есть полученных са-мим ученым, возможно использование вторичных данных: информации, предоставленной официальными источниками, например правительством; статистических данных; сведений, почерпнутых из средств массовой ин-формации или собранных другими исследователями. Кроме того, сущест-вуют специальные архивы данных, где ученые могут хранить собранные ими сведения или пользоваться чужими данными, например Data Archive <http://data-archive.ac.uk>. В таком случае обязательно корректное указание на источник вторичной информации.

Для сбора и обработки данных используются различного рода ком-пьютерные программы. Положительные стороны применения компьюте-ров в ходе исследования заключаются в том, что они помогают организо-вывать, систематизировать и хранить данные, играют важную роль в оцен-ке исследования, повышают «методологическую сознательность» ученого [Seale, 2002, p. 108. Приводится по: Corbin, Strauss, 2008, p. 310], позволяя отслеживать принятые на разных этапах работы решения, показывая недо-статочно проработанные категории, логические ошибки, недостатки в кон-цептуализации [Corbin, Strauss, 2008, p.310]. Некоторые методологи вы-сказывают опасение, что использование компьютеров в научных исследо-ваниях снижает креативность, делает аналитический процесс чрезмерно механистичным и может привести к так называемому «технологическому детерминизму», когда не исследователь, а компьютер будет структуриро-вать анализ [Agar 1991; Fielding, Lee, 1998; Corbin, Strauss, 2008]. Им воз-ражают те, кто считает, что компьютер, напротив, помогает расширить воз-можности человеческого сознания, делая за него утомительную рутинную работу и давая ему свободу для творческого анализа [Engelbart, 1962. При-водится по: Corbin, Strauss, 2008, p. 314]. В мире, в котором стираются гра-ницы между действительными и виртуальными мирами, компьютер ста-новится надежным помощником и своего рода продолжением «я» иссле-дователя.

ТИПЫ ВЫБОРОК

Выборки используются в рамках как количественных, так и качественных методов. Объектом выборки в коммуникативистике могут быть люди, социальные группы, события, виды деятельности, институты (организации), тексты, коммуникативные единицы, языковые единицы и т. д. О чем бы ни шла речь, всегда должны быть четко определены и обоснованы критерии отбора данных.

В зависимости от характера исследования и его целей, предпочтение может быть отдано различным видам **выборок**: количественные исследования в большей степени сориентированы на репрезентативность, в то время как качественные — на информативную насыщенность собираемой информации.

Сплошная выборка предполагает фиксацию всех встречающихся единиц, интересующих исследователя. Например, ученый, занимающийся возрастной маркированностью коммуникации, будет записывать все диалоги, в которых содержатся индикаторы, указывающие на возраст собеседников.

Выборки для количественных исследований

В количественных исследованиях преимущественно используются репрезентативные выборки, которые дают точные количественные результаты, и соблюдаются строгие критерии выборки.

Простая случайная выборка (когда речь идет об анализе большого объема данных, например, населения страны) предполагает, что каждому элементу списка присваивается номер и потом выбираются случайные номера до тех пор, пока не накапливается нужное для анализа количество единиц (сейчас для этого существуют специальные таблицы — *tables of random numbers* — и компьютерные программы).

Статистическая выборка используется, чтобы выявить распределение людей или иных изучаемых единиц по предварительно определенным категориям.

Систематическая выборка предусматривает отбор элементов из списка в соответствии с заранее установленным принципом. Например, может быть выбран каждый элемент, заканчивающийся на цифру 8 (8, 18, 28, 38 и т. д.). Еще один вариант: выборка делится на нужное для анализа число, и из каждой группы (которая называется «интервал выборки») выбирается случайно один элемент. К примеру, из 1500 элементов надо отобрать 100. Следовательно, интервал выборки будет исчисляться по формуле $1500 : 100$ и составит 15. Из 15 берется один элемент (любой).

Стратифицированная выборка. Вся выборка делится на интересующие исследователя группы, и из них с помощью техники простой или

систематической случайной выборки, описанных выше, отбирается нужный материал. Например, ученого интересуют мужчины и женщины, состоящие в интернациональном браке. Соответственно, выборка должна быть поделена на мужчин и женщин; при этом желательно, чтобы количество тех и других было пропорционально их соотношению в общем количестве населения.

Эти техники применимы не только к анализу людей, но и иного материала, например, языковых единиц, речевых актов, коммуникативных ситуаций и т. д.

Кластерная выборка предполагает многоступенчатый подход к отбору материала. Например, если по каким-либо причинам слишком сложно или невозможно исследовать все население страны, то оно делится на группы по городам, затем по районам и т. д. При этом анализируются не отдельные индивидуумы, а группы индивидуумов. Так, если объект изучения — студенты университетов, то берутся не индивидуумы из разбросанного населения, а сначала по заранее определенным критериям отбираются университеты из разных городов страны, а уже из них — индивидуумы [Вгупап, 2008, р. 175]. Таким образом, в качестве основных критериев выбора выступают организации и/или их физическое местоположение. Иногда к этим критериям также добавляется время. Например, при исследовании зрительской аудитории, посещающей кинотеатры, методом случайной выборки могут быть отобраны люди, кинотеатры и время посещения. Именно эти люди, посещающие данные кинотеатры в данное время и станут объектом исследования. Недостаток такой выборки заключается в том, что в ней несколько снижается точность результатов, однако она существенно экономит время и усилия исследователя [Deacon et al., 1999, p. 48].

Выборки для качественных исследований

Качественные исследования нередко критикуют за использование т. н. «квазиквантификации», выражаемой словами «много», «часто», «иногда» «некоторые» и т. д.; за фрагментарность данных; субъективное предпочтение, которое ученый отдает одним примерам над другими; склонность исследователей придавать им больше значения, чем они того реально заслуживают с точки зрения типичности или частотности употребления — одним словом, за то, что англоговорящие специалисты называют емкими словами *anecdotalism* или *anecdotalism*. В связи с этим ученые, преимущественно занимающиеся качественными исследованиями, иногда приводят ограниченные или недостаточно обоснованные количественные данные.

Например, исследователь опросил по 100 человек с-русской и китайской стороны об их отношении к иммигрантам. Можно ли это считать репрезентативной выборкой? Какие группы населения были опрошены? Проживающие в какой части страны? В городе или деревне? Какие возрастные группы? Какова их социальная принадлежность? Образовательный уровень? и т. д.

Чтобы избежать проблем подобного рода, целесообразно пользоваться так называемыми квотами выборок, когда выделяются определенные критерии и отбирается определенное количество единиц пропорционально

выделенным категориям. Здесь акцент делается не на количество проанализированных единиц, а на их качество, то есть репрезентативность выборки. Например, при грамотном анализе коммуникативных характеристик разных социальных групп с учетом трех переменных — гендера, возраста и образования — репрезентативной будет считаться выборка, в которой количественное соотношение участников по этим признакам будет соответствовать их количественному соотношению в обществе в целом.

Чем больше критериев выбора используется, тем больше будет квот, что усложняет процедуру выбора, но в то же время дает больше гарантий в отношении точности данных [Deason et al., 1999, p. 51].

Когда нет возможности сделать такую выборку, для валидных результатов должны быть, по крайней мере, опрошены сопоставимые группы представителей анализируемых культур (с соответствующим обоснованием). Аналогичным образом следует производить отбор диалогов, коммуникативных эпизодов и т. д. — то есть с объяснением того, почему именно эти, а не другие единицы стали материалом анализа.

Доступная выборка (*convenience sampling*) — вид выборки, которая доступна исследователю в силу обстоятельств. При всем своем несовершенстве, такая выборка лучше, чем полное отсутствие достоверных данных, например, когда необходимо апробировать свой исследовательский материал на носителях языка или узнать их мнение об определенных явлениях изучаемой культуры. В таком случае исследователь должен честно сообщить о том, что из-за отсутствия доступа к более объемным данным использовался этот вид выборки, и обосновать, почему она релевантна и заслуживает доверия.

Целенаправленная выборка — это отбор контекстов, кейсов, людей и т. д., которые наиболее интересуют ученого. Это не случайная выборка, поскольку исследователь не ставит перед собой цель дать репрезентативную картину в отношении всего населения или общую картину по языкам, и не доступная выборка — она делается не из соображений доступности и удобства для исследователя, добыть эти данные бывает очень сложно. Это стратегическая выборка, направленная на то, чтобы получить информацию, релевантную для данного конкретного проекта, и иллюстрирующая изучаемые коммуникативные явления, даже редкие, исследование которых, тем не менее, может быть чрезвычайно полезным.

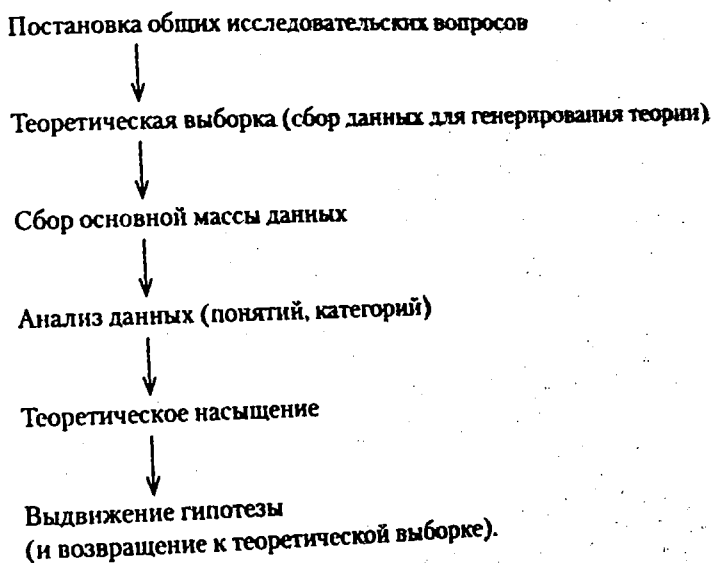
Техника «снежного кома». При использовании этого типа выборки один информант дает имена других, которые могут согласиться принять участие в предоставлении релевантной для исследования информации. Иногда некоторые из их знакомых, узнав о проводимом исследовании и заинтересовавшись им, сами вступают в контакт с ученым; таким образом, количество информантов растет, как снежный ком.

Стратегия, альтернативная случайной статистической выборке и более приемлемая для качественных исследований — это теоретическая выборка, цель которой — выделить категории и их свойства и генерировать теорию. Понятие теоретической выборки тесно связано с так называемой «обоснованной теорией» (*grounded theory*), предполагающей процедуру

сбора данных, которая не устанавливается априори, до начала исследования, а развивается в процессе его проведения. Это означает, что на основе полученных данных делаются промежуточные выводы и возникают вопросы, которые, в свою очередь, определяют, какие данные надо будет собирать на следующем этапе, то есть сам процесс исследования определяет свой дальнейший ход, направление своего развертывания. Этот процесс нацелен не столько на проверку предположений или доказательство гипотезы, сколько на выявление релевантных понятий, свойств и параметров анализа [Corbin, Strauss, 2008, p. 144], то есть на развитие теории. Метод предполагает постоянное использование сопоставлений, концептуализацию и насыщение теории данными [Corbin, Strauss, 2008, p. 144, p. 303; Lugovskaya, 2009c].

В случае применения теоретической выборки нельзя заранее наметить этапы сбора информации, потому что материал собирается по мере разработки теории. Такая выборка в большей степени связана с уточнением и тонким определением идей, нежели с наращиванием массы материала. Для того, чтобы проиллюстрировать суть данного типа выборки, Э. Брайман [Bryman, 2008, p. 416], приводит схему, которую можно суммировать следующим образом:

Схема 1



Сторонники такой выборки (приверженцы «обоснованной теории» — *grounded theory*) говорят о том, что в сборе статистических данных есть большая степень избыточности — излишняя трата усилий и ресурсов, в то время как идею можно было бы подтвердить на гораздо меньшей выборке. В связи с этим следует отметить, что в настоящее время сторонники качественных методов бросают вызов сторонникам количественных, подвергая сомнению мысль о том, что *Big is beautiful*. Они заинтересованы в получении не столько экстенсивных, сколько интенсивных результатов (в глубоком

изучении сложных социальных явлений в определенных условиях [Maykut and Morehouse, 1994, p. 56]). Поэтому при использовании качественных методов считается приемлемым менее формализованный подход к выборке. Информацию перестают собирать, когда она достигает некоего уровня «насыщения» (сбор данных перестает приносить новую информацию и начинается повторение того, что уже было обнаружено ранее).

В качестве примера приведем обоснование объема выборки в проекте «Рассказы о свидениях» [2009]. Авторы пишут о том, что когда объем их материала достиг 14 тысяч словоупотреблений, они решили ограничиться этим объемом по двум причинам. «Во-первых, — пишут они, — при дальнейшем увеличении объема корпуса был бы велик риск не завершить этот проект никогда» [с. 35] в связи с тем, что транскрибирование устной речи — очень трудоемкий процесс (на транскрибирование одного часа записи уходит около 250 часов аналитической работы). Во-вторых, согласно их опыту работы, «увеличение объема приводит к обнаружению новых явлений лишь до некоторого момента. Затем увеличение оказывается чисто экстенсивным, не приводящим к появлению принципиально нового знания» [Там же. С. 34—35]. Они также достаточно убедительно обосновывают, что о русском устном дискурсе можно в целом судить по речи детей и подростков в возрасте от 7 до 17 лет, составляющей корпус их исследования, так как возраст 7—8 лет считается переломным в развитии высших когнитивных функций и сопряжен с овладением языком как системой [Там же. С. 35 — 36].

Хотя полное насыщение теории данными никогда не наступает, в определенный момент ученый может сказать, что имеющиеся в его распоряжении данные отражают ширину и глубину понимания исследуемого явления, его отношение к другим категориям, и достаточны для достижения поставленной цели, по крайней мере, на данном этапе изысканий. При этом все используемые в работе данные должны быть релевантны для целей исследования (Corbin, Strauss, 2008, p.149).

Подводя итог данному разделу, следует подчеркнуть, что нет единых раз и навсегда установленных принципов сбора данных как в количественных, так и в качественных исследованиях — в них могут использоваться как те, так и другие виды выборок. Кроме того, ученые могут обосновывать валидность сделанных выборок на основе разработанных ими собственных критериев.

ОПИСАНИЕ МЕТОДОВ

Наблюдение

Всякое знание исходит из наблюдения и опыта.
III. Сент-Без

Наблюдение — это научный метод, направленный на получение знания об исследуемом объекте через его непосредственное восприятие. Он может выступать как качественный и как количественный метод.

Наблюдение является неотъемлемой частью любого научного изыскания, оно участвует в формулировке и проверке гипотезы. Однако его использование имеет определенные ограничения, поскольку, как указывают С. И. Григорьев и Ю. Е. Растов, «далеко не все социальные явления поддаются непосредственному визуальному и слуховому восприятию» [Григорьев, Растов, 2001]. Ошибочно также думать, что метод наблюдения разворачивается сам собой — он так же, как и другие, требует серьезной предварительной подготовки со стороны исследователя.

Цели наблюдения: сбор первичных данных, которые будут подвергнуты последующей обработке; уточнение и интерпретация полученных результатов на промежуточном и заключительном этапах исследования.

Подходы к наблюдению как методу неоднозначны. Одни ученые утверждают, что исследователь только фиксирует наблюдаемые явления, и в этом смысле противопоставляют наблюдение эксперименту, они полагают, что наблюдение применяется там, где вмешательство экспериментатора может нарушить процесс взаимодействия человека со средой [Зароченцев, Худяков, 2005, с. 40—41]. Другие допускают возможность воздействия наблюдателя на ход коммуникации.

В. А. Ядов высказывает следующую точку зрения: если основная цель предпринимаемого исследования — диагностика ситуации, то вмешательство ученого в ход событий может исказить реальную картину и привести к получению ненадежных данных. Если же цель познавательно-аналитическая или практически-прикладная, например, направленная на принятие управленческих и организационных решений, то активное вмешательство не только возможно, но и полезно, так как может спровоцировать нестандартные ситуации и дать возможность проследить реакции объекта наблюдения на эти действия [Ядов, 1998].

Материал. С точки зрения теории коммуникации, объектом наблюдения в самом широком смысле являются коммуникативное поведение личности и среда ее существования. В каждом конкретном случае объект

наблюдения и, соответственно, исследовательский материал будут зависеть от интересов ученого (это может быть один аспект коммуникативного поведения или их совокупность, определенный параметр контекста коммуникации или коммуникативное пространство в целом). Можно наблюдать за отдельными участниками общения, группой коммуникантов, тематикой общения, используемыми вербальными и невербальными средствами и т. д.

Средства наблюдения. Исследователи получают данные либо непосредственно с помощью органов чувств (через слуховое, зрительное восприятие, осязание, обоняние), либо с использованием приборов наблюдения, таких аудио-, фото- и видеоаппаратура [Зароченцев, Худяков, 2005, с. 40–41].

Места, где проводится наблюдение, могут быть как открытые (общественная библиотека, книжный магазин, университет, детская игровая площадка и т. д.), так и закрытые, доступ в которые возможен далеко не для всех (например, частные дома). Есть и так называемые «условно открытые» места: например, взрослому исследователю трудно остаться незамеченным на дискотеке для подростков [Deason et al., 1999, p. 269]. Кроме того, в некоторых местах, таких как кафе, бары, парки, школы, наблюдать за коммуникативным поведением людей достаточно легко и комфортно. С другой стороны, наблюдение может проводиться в сложных и опасных условиях: в гуще политических конфликтов, военных действий, во время стихийных бедствий и чрезвычайных ситуаций.

Виды наблюдения

Простое и регулируемое наблюдение

Простым называют наблюдение, субъект которого не оказывает влияния на изучаемых им людей или процесс общения; при этом коммуниканты, которые являются объектом наблюдения, в свою очередь, не осознают того, что за ними наблюдают. Такое наблюдение может проводиться как в реальной жизненной ситуации, так в лабораторных условиях,

В процессе регулируемого наблюдения исследователь активно влияет на процесс общения и следит за результатами своего вмешательства. Так, например, для анализа того, сохранилась ли еще в Великобритании галантность мужчин по отношению к женщинам, исследователи имитировали ситуацию, когда молодая блондинка меняла на дороге колесо автомобиля, и наблюдали за поведением проезжающих водителей-мужчин (к слову, исследование показало, что 97% мужчин не остановились, чтобы предложить свою помощь [Bryman, 2008, p. 257–258]).

Непосредственное и опосредованное наблюдение

Непосредственным является наблюдение, осуществляемое самим ученым, без посредников. Опосредованное наблюдение предполагает использование услуг других лиц, получивших задание от исследователя, в том числе так называемое «множественное наблюдение», в котором участвует несколько наблюдателей. В частности, ученый может обратиться за помощью к людям, которые имеют возможность проследить интересующее его явление в другой стране или в недоступном для него окружении.

Включенное и невключенное наблюдение

Невключенное наблюдение предполагает, что исследователь пассивен и не вовлекается в ситуацию общения. С. И. Григорьев и Ю. Е. Растов отмечают, что в процессе такого наблюдения ученый должен воспринимать изучаемый объект со стороны, быть как можно более незаметным, не привлекая к себе внимания одеждой, экстравагантностью манер, чрезмерной заинтересованностью в происходящем и стараясь минимизировать помехи, вносимые им в процесс коммуникации. Идеальный наблюдатель должен иметь устойчивую психику, сохранять терпение и самообладание при резких изменениях ситуации и постоянно оставаться в роли стороннего наблюдателя [Григорьев, Растов, 2001].

Соответственно, включенное наблюдение предполагает личное участие исследователя в изучаемых им коммуникативных процессах, его погружение в коммуникативную среду с целью фиксации особенностей поведения членов данного социума (например, при работе в организации, участии в деятельности религиозной или этнической группы и т. д.).

Исследователи, занимающиеся методологией науки, усматривают истоки включенного наблюдения еще в трудах персидского антрополога Абу Райхана Бируни (Abū Rayhān Bīrūnī), который жил на рубеже X–XI веков и изучал традиции и обычаи народов Индии.

Отличительная особенность включенного наблюдения — то, что исследователь не просто следит за происходящим, но определяет собственную роль в наблюдаемой группе и должен так или иначе участвовать в ее деятельности. Следовательно, такой вид наблюдения может использоваться лишь в тех сообществах, которые допускают в свою среду человека со стороны. Включенное наблюдение может проводиться в течение длительного времени (от нескольких месяцев до многих лет). Это позволяет «докопаться» до деталей, которые не видны с первого взгляда, например, различных видов табуированного поведения. При этом степень участия наблюдателя может быть различной. Включенное наблюдение направлено на получение большего количества данных, нежели исследователь получил бы без своего участия.

Явное и скрытое наблюдение

При явном, или открытом, наблюдении участники исследуемых процессов знают о том, что за ними наблюдают, то есть ученый не скрывает своей роли наблюдателя. Окружающие могут быть также в курсе того, каковы цели наблюдения. При этом ученый может открыто вести записи и использовать технические средства для фиксации результатов.

При скрытом наблюдении ученый не раскрывает свою исследовательскую роль; такое наблюдение, как правило, является включенным. Скрытое наблюдение может стать средством получения более достоверной информации, так как присутствие наблюдателя воспринимается как естественное и не влияет на поведение наблюдаемых. Однако возникают трудности с записью результатов (их нелегко делать незаметно). Кроме того, иногда в процессе длительного наблюдения исследователь начинает идентифицировать себя с наблюдаемыми и усваивает их ценности, а, следовательно, утрачивает объективность.

Структурированное и неструктурированное наблюдение

Структурированное (или систематическое, стандартизированное) наблюдение — это метод, предполагающий наличие четко сформулированных правил, формализованных процедур наблюдения и фиксации полученных данных. Обычно это не включенное наблюдение. Точная формулировка правил позволяет ученому обращать внимание именно на те аспекты коммуникации, которые наиболее значимы для его работы. Полученные данные могут быть далее закодированы и подвергнуты статистической обработке.

В свою очередь, неструктурированное (несистематическое, нестандартизованное) наблюдение не предполагает формулировки четких правил, однако предусматривает детальную запись коммуникативного поведения участников, которую предполагается впоследствии развить в нарративное описание процесса коммуникации.

Полевое и лабораторное (экспериментальное) наблюдение

Полевые наблюдения проводятся в естественных условиях, в повседневной жизни. Они преобладают в коммуникативных изысканиях, могут использоваться на различных этапах исследования, быть как структурированными, так и неструктурированными, различаться по своим задачам и объекту наблюдения и использоваться для сбора как первичных, так и дополнительных данных.

Лабораторное, или экспериментальное, наблюдение проводится в искусственно созданном контролируемом «лабораторном» окружении, предполагает манипуляцию переменными и нацелено на выявление изменений, которые фиксируются в результате воздействия экспериментальных факторов. Одним из примеров такого наблюдения является ситуация, в которой для целей исследования создаются три группы коммуникантов: в одной просто наблюдают за их естественным поведением, в другой за определенное поведение ругают, в третьей вознаграждают и затем делают вывод о том, как порицание или поощрение влияет на коммуникативные действия людей [Deason et al., 1999, p. 251].

Сплошное и выборочное наблюдение

Сплошное наблюдение требует фиксации всех параметров коммуникации, выборочное — лишь определенных типов поведенческих актов или параметров коммуникативного поведения [Дружинин, 2002, с. 40–43].

С.И. Григорьев, Ю.Е. Растов также пишут об эпизодических и случайных наблюдениях, которые не предусмотрены исследовательской программой, но могут стать эвристически ценными при условии развитости теоретического мышления, научного воображения и интуиции ученого [Григорьев, Растов, 2001].

Процедура наблюдения

Как структурированное, так и неструктурированное наблюдение способно стать научным методом лишь при условии, что будет разработана программа наблюдения и процедура его осуществления [см., например, Григорьев, Растов, 2001; Вругтан, 2008, p. 253 – 270].

1 этап — подготовка. На этом этапе необходимо:

- 1) определить:
 - цель наблюдения;
 - его объект;
 - предмет, т. е. параметры коммуникации, которые будут фиксироваться в процессе наблюдения;
 - условия наблюдения, т. е. требования к коммуникативной ситуации, при наличии которых его можно проводить;
 - единицы коммуникативного поведения, которые будут считаться базовыми при проведении наблюдения и фиксации его результатов;
- 2) составить график наблюдения с учетом ограничений пространством, временем и находящимися в распоряжении исследователя ресурсами;
- 3) разработать инструментарий наблюдения;
- 4) подготовить инструкцию наблюдателям (при условии, что исследователь будет прибегать к помощи других лиц), организовать их обучение и инструктаж.

Рекомендуется провести пилотное наблюдение и апробировать инструментарий с тем, чтобы в случае необходимости внести в него должные коррективы.

2 этап — сбор данных

На этом этапе необходимо спланировать: а) как фиксировать данные; б) как организовывать/группировать данные.

П. Мартин и П. Бейтсон считают наиболее приемлемыми для процедуры наблюдения следующие виды *выборки*:

- 1) выборка *ad libitum*: наблюдатель записывает все, что происходит;
- 2) фокусная выборка: наблюдение ведут за конкретным индивидуумом в определенный период времени; при этом записывают все примеры поведения, интересующего исследователя;
- 3) «сканируемая» выборка — целая группа индивидуумов наблюдается (просматривается, «сканируется») в определенные промежутки времени и записывается поведение всех членов группы с целью фиксации одного или двух типов поведения;
- 4) поведенческая выборка — определяют тип поведения, наиболее интересующий исследователя, затем за целой группой наблюдают с целью проследить, кто и когда был занят этим типом поведения [Martin, Bateson, 1986. Приводится по: Вруман, 2008, р. 263].

То, каким образом будут зафиксированы и организованы полученные данные, может существенно повлиять на исход исследования.

3 этап — обработка и интерпретация полученных данных

Это сложный этап, требующий хорошей теоретической подготовки со стороны исследователя, умения сопоставить полученные данные с другими изысканиями и систематизировать их, компетентно описать выявленные закономерности. Указанные стадии не всегда линейно следуют одна за другой, иногда они накладываются друг на друга. Так, например, систематизация единиц исследования, занесенных на карточки, уже может считаться первым этапом интерпретации.

Инструментарий наблюдения

Инструментами, которые могут использоваться в процессе наблюдения, являются:

- дневник наблюдения;
- карточки для регистрации единиц наблюдения;
- протокол наблюдения с использованием четких индикаторов;
- технические средства (например, магнитофон, диктофон или видеокамера).

Дневник наблюдения применяется для фиксации интересующих исследователя данных, которые включают описание контекста коммуникации и действий как наблюдаемых, так и самого наблюдателя. Записи разных ученых могут существенно различаться по объему и полноте, что зависит от личных предпочтений, объекта и контекста наблюдения. Здесь отсутствуют какие-либо общепринятые требования. Достаточно сложно решить, что следует, а что не следует фиксировать, что заслуживает, а что не заслуживает внимания исследователя. Иногда информация, которая первоначально кажется нерелевантной, оказывается важной в дальнейшем; с другой стороны, определенная часть подробно зафиксированных данных может оказаться несущественной.

Кроме того, как утверждают Дж. Лофланд и Л. Х. Лофланд, не следует предполагать, что ведение дневника наблюдений — это всегда волнующее и увлекательное занятие — напротив, ученый должен быть готов к будничной, кропотливой и довольно скучной работе, которая, однако, время от времени вознаграждается моментами озарения, рождения новых идей и теорий [Lofland and Lofland, 1984, p. 67].

В зависимости от ситуации записи можно делать как во время наблюдения, так и после него, особенно если наблюдатель не хочет, чтобы окружающие знали о проводимом исследовании (скрытое наблюдение). В последнем случае рекомендуется вносить записи в дневник сразу после наблюдения, пока детали не померкли в памяти.

Специалисты рекомендуют следить за тем, чтобы факты наблюдения не смешивались с их интерпретацией. Поскольку у исследователя всегда есть искушение анализировать и давать комментарии, целесообразно делить страницу дневника пополам и отводить одну половину под запись фактов, а вторую — под комментарии и аналитические пометки и замечания. Перенос единиц наблюдения на карточки и их систематизация, то есть упорядочение, группировка, классификация и категоризация [Григорьев, Растов, 2001], должны осуществляться по ходу исследования.

Параллельно заполняется протокол наблюдения, при этом используется схема кодирования, заранее подготовленная для фиксации категорий коммуникативного поведения, которое подвергается наблюдению. Примером является FIAC (*Flanders Interactional Analysis Categories*) — схема кодирования, которая была разработана Н. Фландерсом [Flanders, 1970] в США и широко используется в разных странах. В книге Э. Браймана [Bryman, 2008, p. 258 — 259] приводится составленный на ее основе про-

токол наблюдения за университетскими преподавателями и студентами во время занятия, в течение которого ученый каждые пять секунд обозначал их поведение следующим кодом:

Преподаватель

- (1) задает вопросы группе
- (2) задает вопросы отдельным студентам
- (3) отвечает на вопросы, заданные членами группы
- (4) отвечает на комментарии членов группы
- (5) обсуждает тему
- (6) делает организационные замечания
- молчит

Студенты

- (8) задают вопросы
- (9) отвечают на вопросы преподавателя
- (10) отвечают на комментарии преподавателя
- (11) отвечают на вопросы другого студента
- (12) отвечают на комментарии другого студента
- (13) обсуждают организационные замечания

Из Табл. 3, в которой представлено кодирование пятиминутного периода наблюдения, можно вывести количество времени, которое было занято каждым из вышеупомянутых видов деятельности:

Таблица 3

3	3	3	3	10	10	10	10	10	10	10	10
10	10	10	10	10	10	7	7	7	8	8	8
8	8	8	8	8	8	8	8	11	11	11	11
11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
7	7	7	7	7	4	4	4	4	4	4	1

Впоследствии эту информацию можно соотнести с такими данными, как количество студентов, их расположение в аудитории, преподаваемый предмет, возраст и пол преподавателя и т. д.:

В процессе записи и кодирования следует учитывать следующие принципы:

1) должно быть заранее определено, за какими индивидуумами и за какими аспектами окружения следует наблюдать;

2) кодируемые категории должны быть взаимоисключающими (т. е. не должны накладываться друг на друга);

3) система записи должна быть простой в использовании; не следует назначать слишком большое количество категорий, которыми наблюдатель не сможет эффективно пользоваться;

4) необходимо разработать указания для интерпретации полученных результатов.

Достоинства и недостатки

Несомненным **достоинством** метода наблюдения является то, что он позволяет:

- наблюдать процесс непосредственно, смотреть на коммуникацию изнутри, «делать невидимое видимым» [Hansen et al., 1998, p. 43];
- получать надежную оперативную информацию;
- достигать глубокого понимания наблюдаемых явлений;
- изучать процесс в его динамике, с учетом многочисленных факторов;
- получать информацию по нескольким каналам одновременно (например, визуальному и слуховому) и, как результат, воспринимать многомерную картину происходящего;
- выявлять расхождения между тем, что говорят коммуниканты и что они реально делают;
- достигать высокой точности в передаче временной отнесенности, длительности, частотности типов поведения, очередности переменных;
- реконструировать крупномасштабные социальные эпизоды;
- уточнять умозрительные теоретические положения, дополнять их живым иллюстративным материалом;
- корректировать собственные взгляды, адаптировать свои идеи и поведение к наблюдаемому процессу;
- на основе полученных данных видеть новые возможности и направления исследования.

Недостатками метода наблюдения можно считать следующие:

- невозможность непосредственно пронаблюдать все виды коммуникативного поведения;
- ограниченность временем;
- однократность некоторых событий, из-за чего сложно делать обобщения;
- узость подхода — рассмотрение коммуникации лишь в той среде, которая подвергается наблюдению; это замечание справедливо тогда, когда исследование проводится «через призму наивного эмпиризма» [Hansen et al., 1998, p. 47];
- трудность интерпретации (под воздействием личностных ценностей, эмоций, собственного понимания, от которых трудно отрешиться даже опытному ученому);
- невозможность понять интенции, которыми обусловлено поведение наблюдаемых;
- трудоемкость обработки и описания результатов наблюдения.

Кроме того, недостатком, на который часто указывают в связи с явным, или открытым, наблюдением, является так называемый «парадокс наблюдателя», который также называют реактивным эффектом, или «эффектом подопытного кролика» (*guinea pig effect* — [Вругман, 2008, p. 266]). Речь идет об искажении результатов наблюдения, вызываемом как самим фактом наблюдения, так и фактом присутствия наблюдателя, которые могут вызвать у наблюдаемых чувство смущения, застенчивости,

особенно в тех случаях, когда ситуация расходится с их представлениями о нормальной коммуникативной ситуации. Личностные качества ученого, проявление им отношения к происходящим событиям, степень знакомства между ним и другими коммуникантами могут также повлиять на поведение последних. Осознавая, что за ними наблюдают, они стараются произвести хорошее впечатление или, стремясь понять, на что именно нацелено исследование, выбирают определенную роль и пытаются вести себя в соответствии с ожиданиями наблюдателя.

М. Л. Макаров пишет о том, что парадокс наблюдателя имеет и обратную сторону: «Как правило, ученый, говорящий на том же языке и привыкший к тому же набору вариантов и способов языковой коммуникации, что и испытуемые, многие важные моменты языкового общения просто пропускает, потому что они для него настолько же естественны и принимаются им как должное, как норма, а усвоенную норму бывает очень трудно выделить» [Макаров, 2003, с. 104].

Чтобы избавиться от нежелательных факторов наблюдения, исследователю советуют: 1) быть как можно менее заметным; 2) использовать «эффект наблюдателя» себе на пользу, «встроить» его в собственный метод и, предложив отличную от других участников точку зрения, проследить, какие реакции это вызовет.

К типичным ошибкам наблюдения также относятся следующие:

- склонность исследователей усматривать в наблюдаемом явлении то, что они ожидают увидеть;
- выведение на первый план именно того, что хочет подчеркнуть исследователь; при этом игнорирование или преуменьшение роли других факторов, менее интересных для исследователя;
- неучет контекста интеракции;
- неумение систематизировать результаты наблюдения, найти им место среди уже известных фактов, восприятие их как неупорядоченной мозаики (попытка сложить фрагментарные данные в целостную картину не всегда может увенчаться успехом).

Области применения

Наблюдение может использоваться при исследовании практически любой сферы общения и любого вида коммуникативной деятельности. Типичными примерами являются знаменитые исследования коммуникативного поведения молодежи в Самоа культурного антрополога М. Мид [Mead, 1949], коммуникации в британском обществе К. Фокс [Fox, 2004] и др. Метод использовался для анализа поведения служащих на рабочих местах и их взаимоотношений друг с другом; работы вспомогательного персонала в больницах; поведения пациентов, больных анорексией; воздействия на зрителей телевизионных программ, содержащих сцены насилия; поведения пользователей Интернета; интеллектуального и эмоционального развития детей; педагогической коммуникации в школе и вузе; проблем межкультурного взаимодействия и т. д. Наблюдение как метод редко является самодостаточным. Это мощный

источник данных, однако для достижения наибольшей эффективности его целесообразно использовать в сочетании с другими методами.

Кейс-метод

Кейс-метод (от англ. *case* — «случай»), или метод анализа ситуаций, предполагает детальное и интенсивное изучение целостных коммуникативных явлений в их естественном окружении. Под «кейсом» понимается описание какой-либо конкретной коммуникативной ситуации, которая должна быть подвергнута анализу.

Считается, что кейс-метод возник как самостоятельный научный инструмент в первой половине 20 в. в Гарварде. По данным Оксфордского словаря (*Oxford English Dictionary*), словосочетание *case study* или *case-study* впервые зафиксировано в 1934 г. Раньше всего оно стало использоваться в медицине, а затем распространилось на другие науки.

Ю. Сурмин утверждает, что кейс-метод предназначен для получения знания не по точным наукам, а «по тем дисциплинам, истина в которых плюралистична, то есть нет однозначного ответа на познавательный вопрос, а есть несколько ответов, которые могут соперничать по степени истинности» [Сурмин].

Кейс-метод в известной степени сродни наблюдению, но предполагает не просто сбор данных, а описание целостной коммуникативной ситуации (кейса), ее участников, контекста (в широком и узком значении этого слова) и т. д. При анализе кейсов у ученых обычно отсутствуют знания *a priori* о переменных и способах их измерения [Benbasat et al., 1989, p. 370].

Характерными чертами кейс-метода являются следующие:

- 1) исследование осуществляется в естественной обстановке;
- 2) применяются различные способы сбора данных;
- 3) используются как единичный, так и множественные объекты исследования (человек, группа, организация, коммуникативное явление и т. д.);
- 4) единица исследуется во всей своей сложности;
- 5) метод наиболее приемлем на этапе накопления знаний, классификации и выдвижения гипотез;
- 6) не используются эксперименты и манипуляции;
- 7) исследователь не может заранее определить набор зависимых и независимых переменных;
- 8) получение результатов в большой степени зависит от интегративных способностей исследователя;
- 9) по мере выдвижения новых гипотез может меняться выбор места, ситуации и способ сбора данных;
- 10) метод полезен для ответа на вопросы «как?» и «почему?» и для выявления причинно-следственных взаимосвязей;
- 11) внимание направлено на явления современной жизни [Benbasat et al., 1989, p. 371].

Выбор кейсов для анализа должен быть хорошо обоснован. В связи с тем, что наибольший интерес для исследователей представляют не столь-

ко типичные, сколько наиболее информационно насыщенные валидные примеры, обычно используется неслучайный (информационно-ориентированный) отбор кейсов.

При классификации кейсов традиционно выделяют их следующие виды:

1) крайние, или девиантные, кейсы, которые отличаются наибольшей драматичностью и могут быть выбраны для иллюстрации самых ярких проявлений каких-либо особенностей общения, демонстрации экстремальных типов коммуникативного поведения, опровержения стереотипов и т. д.;

2) критические кейсы — стратегически важные коммуникативные ситуации, в которых отсутствуют помехи и отклонения и которые в наиболее чистом виде демонстрируют изучаемое явление: если оно проявляется в данном кейсе, то будет наблюдаться во всех других;

3) парадигмальные кейсы, которые определяются как самые показательные, образцовые, прототипические, отражают наиболее общие тенденции и служат как отправные точки для выдвижения теорий; вокруг этого вида кейсов нередко организовывали свои исследования такие ученые как К. Гирц, М. Фуко и др.

Исследование может проводиться на материале одного или множества кейсов. Один кейс может использоваться в следующих случаях:

- когда он впервые встречается в соответствующей сфере исследования;
- когда этот кейс является критическим (ключевым) для проверки хорошо сформулированной теории;
- когда этот кейс экстремален или уникален [Benbasat et al., 1989, p. 373].

Множественные кейсы позволяют расширить теорию, провести необходимые сопоставления, выявить системность изучаемых коммуникативных явлений и раскрыть их закономерности.

Так, например, для иллюстрации того, как кейс-метод применяется в философии, Л. Витгенштейн использовал следующую метафору. «В преподавании философии я подобен гиду, который показывает вам, как сориентироваться в Лондоне. Я должен провести вас по городу с севера на юг, с востока на запад, от Юстона до набережной и от Пиккадили до Мраморной арки. После того, как я много раз прогуляюсь с вами по городу во всех направлениях, окажется, что мы несколько раз прошли по каждой улице, каждый раз пересекая ее во время очередного путешествия. В конце концов вы будете знать Лондон и ориентироваться в нем; как коренной житель. Конечно же, хороший гид будет водить вас по главным улицам чаще, чем по боковым, а плохой гид сделает противоположное» [Gasking and Jackson, 1967, p. 51].

Возможные источники кейсов: 1) документация; 2) архивы; 3) интервью; 4) прямое наблюдение; 5) физические артефакты. При этом должны быть хорошо прописаны способы сбора данных; желательным считается применение триангуляции.

Объем кейса в различных исследованиях составляет от одной страницы до 20 — 25 страниц.

Количество кейсов

Важно понять, когда закончить сбор кейсов и когда завершить «диалог» между данными и теорией. Обычно сбор кейсов прекращают, когда достигнуто насыщение теории данными (то есть когда новые кейсы перестают добавлять что-либо к уже имеющимся теоретическим выкладкам). Однако иногда количество кейсов определяется заранее, в зависимости от задач и сроков, отведенных на исследование.

Большинство ученых предлагает глубоко исследовать от 4 до 10 кейсов, так как анализ большего их количества слишком трудоемок. Однако встречаются работы, где используются сотни и даже тысячи кейсов. В целом ученые не рекомендуют использовать слишком много кейсов, поскольку в таких случаях исследование оказывается фрагментарным и поверхностным. Считается, что предпочтительно небольшое число хорошо описанных и детально проанализированных кейсов.

Написание кейса

Кейсы, встречающиеся в социальных, в частности коммуникативных, исследованиях нередко представляют собой неструктурированное повествование, несущее на себе отпечаток того, что называют *anecdotalism*, или *anecdotalism*, то есть фактически подмены настоящего научного анализа рассказыванием историй «из жизни». Компетентный анализ кейсов предполагает, что должны быть четко прописаны структура кейса, предпосылки, исходные позиции, причинно-следственные отношения, результаты и сделаны соответствующие выводы.

В отличие от нарративного анализа (с. 89–108), не требуется оттачивать описание каждого кейса в виде подробного повествования, за исключением тех, которые войдут в текст рукописи или публикации по теме. К тому же нарратив предполагает связь с прошлым, а кейс, как правило, соотносится с настоящим и построен вокруг какой-либо конкретной проблемы. Тем не менее, каждый кейс должен содержать подробные заметки, отражающие внимание к деталям и отвечающие изложенным ниже требованиям.

Первым и необходимым условием является то, что описываемая коммуникативная ситуация должна иметь под собой реальную основу. Кроме того, в хорошем описании кейса должны присутствовать:

- 1) определенная хронология развития ситуации, фиксирующая ее временные рамки;
- 2) наличие в ситуации проблемы, требующей разрешения;
- 3) «событийный» стиль с развивающейся внутренней интригой [Сурмин];
- 4) учет окружения, выступающего как контекст коммуникации.

Должны быть определены параметры анализа, но следует ограничить их количество, иначе исследователь потонет в многочисленных деталях.

Интерпретация данных

К. Айзенхардт [Eisenhardt, 1989] указывает на то, что в процессе анализа исследователь должен быть способен усматривать взаимосвязь между

кейсами, выводить закономерности, строить модели. При этом предлагается использовать следующие тактики:

1) «внутрикейсовый анализ» (*within-case analysis*): описание анализа каждого кейса в отдельности (в противовес суммарному анализу всех кейсов);

2) сопоставительный анализ кейсов с целью выявления общих закономерностей (*cross-case search for patterns*);

3) группировка кейсов с целью определить их внутригрупповые сходства и межгрупповые различия;

4) системное сопоставление сходных кейсов;

5) анализ кейсов по источникам (то есть сопоставление данных, полученных с помощью определенного способа сбора данных).

Целесообразно применять многоаспектный анализ, чтобы избежать скоропалительных выводов. Для проверки гипотезы используется логика репликации — повторения закономерностей в разных кейсах. При этом качественные данные желательно дополнять количественными, так как это помогает исследователю не увлекаться только интерпретацией результатов, а также доказывать свою позицию с помощью цифр. При анализе результатов исследователь должен четко прописать логику своих рассуждений.

Достоинства и недостатки

К достоинствам кейс-метода относятся следующие его характеристики:

1) изучение *реального* явления в естественном окружении;

2) возможность ответить на вопросы «как» и «почему»;

3) эффективность применения к тем сферам, в которых проводилось мало предшествующих исследований;

4) высокая вероятность генерирования новой теории из кейсов;

5) множественная проверка выдвигаемых гипотез с помощью реальных данных, что обуславливает эмпирическую валидность выдвинутой теории;

6) практические свидетельства способствуют нестандартному взгляду на явление и преодолению предвзятости [Benbasat et al., 1989; Eisenhardt, 1989].

Недостатками метода можно считать следующие:

1) вероятность сведения метода к упражнению в рассказывании «случаев из жизни»;

2) предвзятость исследователя при рассмотрении кейсов: анализ может оказаться «интуитивным, примитивным и неуправляемым» [Yin, 2002];

3) опасность идиосинкретичного подхода, когда ученый не может подняться до необходимого уровня обобщений [Eisenhardt, 1989].

Области применения

Популярность кейс-метода для проверки гипотез существенно возросла в последние десятилетия. Он может применяться для анализа: любой сферы человеческого общения, например, межличностной, семейной,

педагогической, межкультурной, организационной коммуникации и т. д. Кроме того, кейсы являются эффективной техникой обучения, широко используемой при преподавании ряда дисциплин, включая коммуникативистику. Они применяются на занятиях по педагогике, в проблемном обучении, преподавании бизнеса [см. также: Blatter, 2008; Scholz and Tietje, 2002; Stake, 1995]. Принимая во внимание достоинства и недостатки кейс-метода, его не следует считать универсальным — он приемлем либо на ранних стадиях исследования, на этапе накопления практического материала и формирования исследовательских подходов, либо в трудных случаях, когда особое значение имеют опыт участников коммуникации и контекст. Анализ кейсов предшествует формализации накопленных знаний.

Этнографический метод

Этнографический метод представляет собой набор методологических и интерпретативных процедур, предполагающих погружение исследователя в социальную жизнь, которую он изучает. Этот метод чрезвычайно эффективен для рассмотрения особенностей отдельных культур, а также проблем межкультурной коммуникации.

Развитие этнографии в основном связывают с XX в., однако некоторые методологи усматривают его истоки еще в Древней Греции, в трудах Геродота [Sanday, 1979, p. 527]. Как пишет А. Уоллес [Wallace, 1972, p. 469], истоки современной антропологической этнографии содержатся в образе Франца Боаса¹, выходящего из лодки в эскимосской деревне с чемоданом в руке, намереваясь задержаться там надолго. «Этот образ и есть парадигма» — пишет Уоллес [Ibid]. Хотя Боас не был первым исследователем, занимавшимся полевыми исследованиями, именно благодаря ему они считаются неотъемлемой частью этнографии.

Один из важнейших критериев, по которому некоторые специалисты оценивают квалификацию ученого для использования этнографического метода, — предшествующий опыт в другой культуре, в связи с чем они не рекомендуют начинающему исследователю обращаться к этому методу. Другие коллеги не соглашались с ними, утверждая, что свежий взгляд, напротив, может быть наиболее плодотворным — как сказал Ф. Р. Клухон, «*it would hardly be fish who discovered the existence of water*» («рыба вряд ли обнаружит существование воды»). [Цит. по: Wolcott 1975, p. 115].

Применение этнографического метода сопряжено с полным погружением в жизнь культурного сообщества, самоотверженной работой, которая не только занимает все время исследователя, но и требует большого эмоционального напряжения: с одной стороны, ученый должен «вжиться» в чужую культуру, а с другой — сохранить свою идентичность, объективный взгляд на изучаемые явления, что может приводить к дезориентации, культурному шоку, кризису идентичности.

¹ Боас, Франц (1858–1942) — американский исследователь немецкого происхождения, один из основателей современной антропологии.

Использование этнографического метода требует эмпатии, а также умения внимательно и терпеливо наблюдать, записывать, классифицировать, категоризовать, проявлять гибкость в полевых исследованиях. Работу этнографа уподобляют работе лингвиста, который способен выявить языковые правила и преподать их ученикам — этнографы так же выявляют коммуникативные нормы и способны прогнозировать поведение носителей культуры в определенных ситуациях.

Подходы

П. Р. Сэндей [Sanday, 1979] выделяет следующие подходы в этнографических исследованиях: 1) холистический; 2) семиотический; 3) биохеми-

1. Холистический — самый старый из всех подходов — представлен по меньшей мере двумя противопоставленными друг другу теориями. С одной стороны, это так называемые «конфигурационисты» — ученики Ф. Боаса (F. Boas) Р. Бенедикт (R. Benedict) и М. Мид (M. Mead), а с другой — британские антропологи-функционалисты Б. К. Малиновский (B. K. Malinowski), А. Р. Рэдклифф-Браун (A. R. Radcliffe-Brown) и др. Этих ученых объединяет приверженность изучению культуры как единого целого. Различие заключается в разработанных ими интегративных моделях. Если первые стремятся дать общую характеристику культуры, то вторые интересуются закономерности функционирования отдельных элементов культуры и их соединения в единое целое.

А. Р. Рэдклифф-Браун делит социальную систему на три аналитические единицы: 1) социальную структуру, 2) экологическую структуру, или то, каким образом происходит приспособление к физическому окружению, 3) культуру, или механизмы, с помощью которых люди приспосабливают свои привычки и менталитет к социальной жизни. Он трактует культуру как динамическую систему, стремящуюся к устойчивости и равновесию. Каждая часть имеет свою функцию, невозможно изучать одну часть, не принимая во внимание остальные части. Если вводится новый элемент, то необходимо определить его место в системе и соотношение с другими элементами [Radcliffe-Brown, 1952, p. 9].

2. Суть семиотического подхода заключается в попытке увидеть мир глазами носителей изучаемой культуры, постижения их понятийного мира и образа мыслей. В основе этого подхода — мысль Ф. Боаса о том, что исследователь должен научиться воспринимать культуру изнутри, сохраняя при этом свои критические способности. Семиотический подход нашел свое воплощение в так называемом «плотном описании» (*thick description*) и этнонауке (*ethnoscience*), представленных, соответственно, К. Гирцем и У. Гуденафом.

По мнению К. Гирца, приверженца «плотного описания», человек — это «животное в паутине сотканных им же самим смыслов». Этой паутиной Гирц считает культуру и полагает, что ее анализ — не экспериментальная наука, стремящаяся к выведению законов, а интерпретативная наука в поисках смыслов. Отрицая методологические догмы, он уподобляет процесс

этнографического поиска клиническому обследованию и лечению, в процессе которого выявляется набор симптомов, нуждающихся в осмыслении. В культуре симптомы — это набор символических актов. Культурная теория диагностирует, а не предписывает [Geertz, 1973, p. 5 — 6].

Главная идея этнонауки, или когнитивной антропологии, связывается с именем У. Гуденафа как основного выразителя этого направления, заключается в том, что культура сосредоточена в умах и сердцах людей. Гуденаф определяет культуру как систему норм, восприятий, верований, оценок и действий. Чтобы компетентно действовать в ее пространстве, вести себя адекватно и предвосхищать действия других, необходимо изучить нормы коммуникативного поведения и следовать им. Задача исследователя, по мнению Гуденафа, — это выведение своего рода «грамматики культуры», формулировка систематических правил, этнографических алгоритмов, цель которых — осуществление приемлемых для данной культуры действий, подобно тому, как формулировка правил лингвистами позволяет продуцировать правильные высказывания. Правила формулируются достаточно «технически», как лексикон или грамматика [Goodepough, 1971].

Этнонаука, иначе называемая этнометодологией, используется чаще, чем «плотное описание», поскольку ее методы более конкретны, в то время как «плотное описание» требует почти артистического проникновения в суть того, что подвергается исследованию.

3. Бихевиористский подход к этнографии не предполагает извлечения частного для познания целого, он предусматривает наблюдение за моделями поведения, выстраивание закономерностей, кросскультурные сравнения и выводы на их основе. Цель бихевиористского подхода — получение данных по заранее определенным функционально релевантным категориям. Хорошим примером исследования, осуществленного с этих позиций, является работа Б. Уайтинг «Six Cultures» [Whiting, 1963]. В ней рассматривалось воспитание детей на первом году жизни в шести разных культурах и то, какое влияние оно оказывало на поведение личности, ее взрослую жизнь, восприятие мира, философию, религию, этику. Межкультурные измерения были структурированы, набор исследуемых переменных обозначался как «поведенческие системы» [Sanday, 1979, p. 537].

Соотношение с другими методами

В некоторых работах термины «включенное наблюдение» и «этнография» / «этнографический метод» используются как синонимичные [например, Вругман, 2008: p. 400 и далее]. Однако следует заметить, что этнография шире, нежели включенное наблюдение, и имеет свою специфику. Помимо наблюдения, этнографический подход предусматривает возможность использования таких исследовательских методов и приемов как:

- интервьюирование ключевых информантов;
- сбор «историй жизни» (нарративов);
- анкетирование, которое помогает перепроверить данные, собранные в процессе наблюдения;

- метод генеалогических исследований: выявление происхождения коммуникантов, их родства, браков и т. д.;
- работа с консультантами по определенным аспектам общественной жизни;
- проблемно ориентированные исследования;
- групповые исследования;
- анализ кейсов.

Роли этнографов могут варьироваться от полного погружения в исследуемую социальную среду до роли стороннего наблюдателя.

1) исследователь может выступать как полноценно функционирующий член социального окружения, чья истинная идентичность неизвестна другим коммуникантам; при этом он, как правило, полностью погружается в ситуацию взаимодействия и возвращается к своей роли исследователя только по ее окончании (в частности, записывает результаты наблюдения и анализирует их);

2) ученый функционирует как участник, статус которого известен окружающим; он лишь частично участвует в ситуации взаимодействия и сохраняет при этом свою исследовательскую роль;

3) ученый является наблюдателем в чистом виде и не взаимодействует с объектами своего исследования.

При этом каждая роль имеет свои достоинства и недостатки. Первая роль обеспечивает близость к объектам исследования, однако существует опасность слишком сильной идентификации себя с носителями изучаемой культуры (*going native*) и потери объективности. Вторая и третья роли обуславливают более рациональное восприятие ситуации, но чреваты недостаточным пониманием окружения, неверными инференциями, а также «реактивным эффектом» со стороны наблюдаемых.

В связи с этим методологи отмечают, что ученым, выступающим в роли участников интеракции, легче естественно вписаться в ситуацию общения и понять происходящее; однако для выведения закономерностей им необходимо выработать механизмы дистанцирования от объекта исследования. С другой стороны, тем, кто наблюдает за ситуацией «со стороны» и воспринимается ее участниками как чужой, следует искать путей сокращения этой дистанции [Lofland and Lofland, 1984, p. 16].

Когда ученый общается с другими коммуникантами, степень его активности / пассивности не всегда зависит от его желания и может различаться в зависимости от условий и окружения. Даже если он хотел бы остаться сторонним наблюдателем, возникают ситуации, когда он волей-неволей оказывается вовлеченным в общение. С другой стороны, ученый, желающий выполнять активную роль, испытывает на себе ограничения, накладываемые законом, правилами организации, в которой проводится этнографическое исследование, обстоятельствами и т.д. Так, анализируя поведение полицейских и преступников в Амстердаме, один исследователь исполнял роль «детектива в гражданской одежде», однако был огорчен из-за того, что ему доверяли лишь незначительные поручения. В момент задержания подозреваемого один из полицейских сострел, обращаясь к преступнику

и указывая на исследователя: «You stay here with your hands up and don't try anything because this detective here is keeping an eye on you» («Руки вверх и не балуй, потому что этот детектив за тобой наблюдает» [Bryman, 2008, p. 413].

Сбор материала

Обязательное условие при использовании этнографического метода — подробные записи полученной информации. В качестве основного исследовательского инструмента выступает дневник наблюдений (полевые заметки). Основные принципы ведения дневника:

- записывать наблюдения сразу, пусть даже коротко;
- если нет возможности вести записи в процессе наблюдения, необходимо делать это в конце каждого дня;
- можно использовать записывающие устройства, а впоследствии транскрибировать записанное;

процесс записи наблюдений не должен беспокоить окружающих. Сначала рекомендуется фиксировать как можно больше подробностей, потом сужать круг записей по мере того, как исследователь решает, на чем сосредоточиться. Момент окончания записи может определяться разными факторами: естественным завершением описываемого события; окончанием периода исследования (этнографической экспедиции, аспирантуры, докторантуры, рамками, определенными самим ученым) и т. д. [см. также Emerson et al., 1995].

В последнее время приобрела популярность т. н. визуальная этнография, то есть использование фотографий и видеосъемки в исследовательских целях. Фотографии могут выполнять следующие функции:

- напоминание о персонажах, событиях и т. д. (приравниваются к полевым заметкам);
- собственно источник материала;
- повод для общения с участниками исследуемой ситуации, возможность расспросить их об интересующих исследователя деталях и т. д.

Фото и другие визуальные материалы надо уметь декодировать — исследователь не должен считать, что визуальный образ всегда поддается однозначной трактовке, на его восприятие оказывают влияние культура, контекст коммуникации и ряд других факторов. При использовании визуальных материалов в научной работе надо помнить об этических соображениях (следует получить согласие от информантов, изображенных на фото или участвующих в видеофильме), институциональных требованиях (например, если съемка ведется на предприятии, необходимо разрешение от его администрации), об авторском праве (нельзя использовать без разрешения чужие фотографии или видеозаписи).

Некоторые другие *техники* проведения этнографического исследования включают следующие виды деятельности:

- «позвольте сопровождать вас» — то, что по-английски называется *shadowing* (сопровождение информанта с целью наблюдения за его действиями);
- «научите меня» (обучение определенным видам деятельности под руководством информанта);

- «скажите мне, что делать» (осуществление действий в соответствии со словесными инструкциями информанта);
- «покажите мне, как делать» (повторение действий информанта, сопровождаемое его инструкциями).

Суммирование результатов исследования

Табл. 4, взятая из статьи У. Шульце [Schultze, 2000, p. 34; перевод мой. — О. Л.; приводится в сокращении], показывает, каким образом могут быть обобщены полученные в процессе этнографического исследования данные и их интерпретация. В статье описано исследование трех групп профессионалов (системных администраторов, аналитиков и библиотекарей), которых автор объединяет термином *knowledge workers* («специалисты по знаниям»). Параллельно автор обращает внимание на наличие или отсутствие внешних отличий своего собственного поведения от действий профессионалов, что позволяет делать выводы в отношении «реактивного эффекта».

Таблица 4

Цель	Ключевые виды деятельности	Примеры поведения в группах	Примеры поведения этнографа	Различия в поведении группы и этнографа
Деятельность				
Превращение индивидуального знания и субъективных идей в информационные объекты, независимые от «специалиста по знанию».	Саморефлексивная фиксация событий, в которых специалист, работающий с документацией, одновременно выполняет роль участника и «детоплеса», дистанцирующегося от этих событий.	Системные администраторы записывают свои идеи и действия, используют страдательный залог и включают себя в описание с тем, чтобы создать впечатление надежного и объективного отчета.	Веду подробные полевые заметки и использую собственный опыт как исследовательский инструмент для большей аутентичности, точности и надежности записей.	Различий не наблюдается.
Контроль				
Сбор информации в ненавязчивой манере, чтобы минимизировать риск контаминации данных; объективность прочит «специалисту по знаниям» авторитет и уважение.	Сбор информации посредством наблюдения (без запроса конкретной информации).	Программисты неохотно задают вопросы, опасаясь неадекватно во время беседы выдать собранную ими информацию об американской компании.	Жду, пока события развернутся сами собой; не проталкиваю собственную исследовательскую программу; опираюсь на наблюдение, а не участие в событиях.	Программисты-аналитики следят за внешним окружением, а то время как мое внимание направлено на внутренний круг, то есть на группу, членом которой я пытаюсь стать.

МЕТОДЫ КОММУНИКАТИВНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Цель	Ключевые виды деятельности	Примеры поведения в группах	Примеры поведения этнографа	Различия в поведении группы и этнографа
Интерпретация				
Создание информации путем манипулирования ею до тех пор, пока не появляется связный смысл; опора на устоявшиеся методы, построения и теории, с тем, чтобы уравновесить субъективную индукцию и объективную дедукцию.	Балансирование между индуктивными и дедуктивными средствами интерпретации, передачи и переработки информации.	Создание связанного набора вопросов и ответов, опирающегося как на субъективное понимание потребностей клиента, так и на применение устоявшейся процедуры для разработки надежной исследовательской стратегии..	Многочисленное чтение и систематизация полевых заметок для выявления закономерностей из полученных данных; применение внешней теории для объяснения собранной информации.	Различий не наблюдается.

Конечным продуктом применения этнографического метода является письменное этнографическое исследование. Разница между полевыми заметками и этнографическим исследованием как письменным продуктом заключается в том, что первые автор делает для себя, а второе — для публичного чтения.

Достоинства и недостатки

Достоинствами этнографического метода можно считать следующие его характеристики:

- 1) он обеспечивает холистический подход к исследованию;
- 2) дает ученому возможность погрузиться в среду коммуникации и получить информацию «из первых рук»;
- 3) обеспечивает доступ к данным, которые было бы трудно или невозможно получить при использовании других методов;
- 4) позволяет составить непредвзятое мнение об объекте исследования;
- 5) дает возможность детально изучить контекст интеракции.

Недостатки метода сводятся к следующему:

- 1) связанные с ним процедуры требуют большого количества времени, ресурсов и усилий со стороны ученого;
- 2) исследователь может до такой степени погрузиться в жизнь изучаемого сообщества, что начинает отождествлять себя с объектами своего наблюдения, забывает о своей исследовательской миссии и теряет способность объективно оценивать изучаемую реальность;
- 3) возможна обратная ситуация: если исследователю не нравится окружение, он может проявлять предвзятость по отношению к тому, что изучает;
- 4) как и при использовании других качественных методов, существует опасность субъективной интерпретации собранного материала.

Области применения этнографического анализа многообразны — они включают исследования языка, культуры, бытовой, педагогической, социальной, деловой и других сфер общения. Им пользуются такие дисциплины, как антропология, культурология, экономика, география, история, лингвистика, психология, криминалистика и т. д. Метод применим как к исследованию явлений внутри одной культуры, так и к компаративным кросскультурным исследованиям.

Эксперимент

Эксперимент — истинный посредник между человеком и природой.

Леонардо да Винчи

Эксперимент — это научный метод, который предполагает «исследование явлений и процессов путем их воспроизведения, моделирования в искусственных или естественных условиях» [Борисов. 2003 / Эксперимент]. Этот метод считается наиболее эффективным для проверки объяснительных гипотез. Он позволяет установить, воздействует ли определенный фактор или совокупность факторов на исследуемый объект, т.е. обнаружить причинно-следственные связи [Григорьев, Растов. 2001]. Однако эксперимент может также использоваться для тестирования ранее полученных данных и для иных исследовательских целей.

Процедура

При проведении эксперимента, нацеленного на исследование коммуникации, ученые манипулируют независимыми переменными коммуникативного процесса, чтобы выяснить, влияет ли манипуляция на зависимые переменные. Независимыми называются те переменные, которые нельзя произвольно изменить, например возраст, этническая принадлежность, раса, пол участников. Соответственно, зависимыми являются переменные, которые изменяются в результате манипулирования независимыми переменными. Манипуляция представляет собой вмешательство в ситуацию с изменением ее параметров. При этом все условия должны оставаться неизменными, за исключением независимой переменной. Например, в процессе изучения гендерной специфики коммуникации можно менять соотношение мужчин и женщин в исследуемой группе и наблюдать за тем, как вследствие этого будет или не будет меняться характер групповой коммуникации. В случае, если изменений не прослеживается, говорят об отрицательном контроле, если же есть изменения — о положительном контроле. Выявление связи между независимой и зависимыми переменными является необходимым условием проведения любого эксперимента.

Классический эксперимент предполагает наличие двух групп — экспериментальной, в которой проводится манипуляция, и контрольной, в которой манипуляция отсутствует. Зависимая переменная замеряется до и после эксперимента. Работа с группами включает следующие этапы: 1) формирование групп; 2) предварительное тестирование обеих групп

(*pre-testing*); 3) манипуляция в экспериментальной группе; 4) последующее тестирование обеих групп (*post-testing*) [Bryman, Bell, 2007, p. 44–53].

В процессе проведения коммуникативного эксперимента следует учитывать:

- к какой социальной и психологической группе могут быть отнесены полученные результаты (например, исследования лидерства, которые в США проводились в основном среди мужчин, редко рассматривали гендер как важную переменную, а это неправильно);
- в каких контекстах могут быть использованы результаты исследования (правомерно ли применять к России данные, полученные в процессе изучения деловой коммуникации в США?);
- наблюдается ли динамика во времени (в какой мере результаты, полученные двадцать лет назад, применимы к сегодняшнему российскому обществу?);
- какова каузальность (что является причиной, а что следствием?) и т. д.

Виды экспериментов

Принято различать полевой и лабораторный эксперименты, а также квазиэксперимент.

Полевой эксперимент проводится в реальной жизни. Следует оговорить, что термин «полевое исследование» [Burgess, 1982] не синонимичен «полевому эксперименту», он просто означает, что исследование осуществляется в реальных условиях, при этом проведение эксперимента не является обязательным условием. В свою очередь, полевой эксперимент предполагает манипуляцию и измерение зависимых и независимых переменных в естественном контексте либо измерение зависимых и независимых переменных, но без манипуляции.

В качестве примера можно привести выдержку из книги К. Фокс «Watching the English», посвященной исследованию коммуникативного поведения англичан. Книга написана в популярном публицистическом стиле, однако приводимое ниже описание дает представление об одном из проведенных автором полевых экспериментов — так называемом «*bumping experiment*»:

«Я провела несколько увлекательных дней в оживленных и людных общественных местах (на железнодорожных станциях, в метро, торговых центрах, на уличных перекрестках, и т. д.), как бы случайно (а на самом деле целенаправленно) наталкиваясь на людей, чтобы выяснить, скажут ли они «извините». Ряд моих информантов, как англичан, так и иностранцев, упоминали об этом «рефлексивном извинении» как поразительном примере английской вежливости, <...> и я сочла необходимым проверить теорию с помощью полевого эксперимента. <...> Я попыталась сделать мой эксперимент максимально научным, наталкиваясь на представителей разных слоев английского населения, в репрезентативных локусах. К некоторому моему удивлению, англичане подтвердили свою репутацию: около 80% моих жертв сказали «извините», когда я наткнулась на них, даже несмотря на то, что столкновение было явно моей виной. <...> Эти эксперименты мало или ничего не сообщили бы нам об английских манерах, если бы те

же самые результаты были получены в других странах, поэтому с целью «контроля» я усердно наталкивалась на как можно большее число людей во Франции, Бельгии, Италии, России, Польше и Ливане. Отдавая себе отчет в том, что это не будет репрезентативной международной выборкой, я также наталкивалась на туристов разных национальностей (американцев, немцев, японцев, испанцев, австралийцев, скандинавов) в туристических точках Лондона и Оксфорда <...> и пришла к выводу, что автоматическое «извините» — это специфически английская реакция» [Fox, 2004, p. 148–149; перевод мой. — О. Л.].

В данном случае независимой переменной, которая подвергается манипуляции, является национальность коммуникантов; в качестве зависимых переменных выступают их реакции на поведение исследователя.

Лабораторный эксперимент осуществляется в искусственно созданных условиях. Например, своего рода коммуникативный эксперимент был проведен во время реалити-шоу *Big Brother* на британском телевидении — для одной группы участников были созданы роскошные жизненные условия, для другой — спартанские; при этом создатели шоу пытались ответить на вопрос: что заставляет людей плохо относиться к другим людям?

Квазиэксперимент имеет место в тех случаях, когда присутствуют определенные признаки эксперимента, но не соблюдаются все требования валидности, например, если наблюдаются естественные группы при условии манипулирования социальным контекстом (введения инноваций на рабочем месте и т. д.). При этом группы не формируются на основе метода случайного выбора, а существуют уже сами по себе. Сюда же относится сопоставление двух естественных групп при отсутствии контрольной группы.

Во всех типах описанных выше экспериментов анализ может быть как количественным, так и качественным.

Инструментарий анализа включает дневник, протокол и карточку наблюдения.

В дневнике описываются система переменных, экспериментальный фактор, ситуация (условия) эксперимента, экспериментальная и контрольная группы, инструментарий эксперимента [Григорьев, Растов, 2010].

В протоколе эксперимента должны быть отражены:

- 1) наименование эксперимента;
- 2) точное время и место его проведения;
- 3) цель эксперимента;
- 4) в случае, если речь идет о проверке гипотезы, — ее четкая формулировка;
- 5) характеристика экспериментального фактора (независимой переменной);
- 6) характеристика зависимых переменных и их индикаторов;
- 7) описание экспериментальной группы и принципов ее отбора;
- 8) описание контрольной группы и принципов ее отбора;
- 9) описание экспериментальной ситуации;
- 10) характеристика условий эксперимента;
- 11) ход эксперимента, т. е. обстановка;

- а) до введения экспериментального фактора,
- б) в процессе его ввода,
- с) после его введения,
- д) после окончания эксперимента и использованного для его проведения

- 12) оценка чистоты эксперимента и использованного для его проведения инструментария;
- 13) заключение о достоверности гипотезы;
- 14) прочие выводы;
- 15) данные о составителях протокола;
- 16) дата подписания протокола [Там же].

Достоинства и недостатки

Эксперимент выступает как ведущий способ познания, мощный исследовательский метод, который может считаться действенным средством изучения коммуникации.

Однако при проведении эксперимента ученому приходится сталкиваться с рядом сложностей. Одна из опасностей заключается в том, что испытуемые могут модифицировать свое поведение под влиянием целей эксперимента (адаптировать свое поведение к созданным в процессе эксперимента условиям). Кроме того, специалисты указывают, что при проведении эксперимента могут быть допущены следующие ошибки:

- 1) эксперимент проводится с целью, которая может быть достигнута более простыми способами;
- 2) за эксперимент выдается включенное или структурированное не включенное наблюдение;
- 3) отсутствует органическая связь эксперимента с целью, задачами и гипотезами исследования;
- 4) гипотеза, проверяемая с помощью эксперимента, сформулирована двусмысленно или неточно;
- 5) неверно построена система переменных, перепутаны причины и следствия;
- 6) независимая переменная, которая выступает в качестве экспериментального фактора, выбрана произвольно; не учитывается ее роль как детерминанты, поддающейся управлению со стороны ученого;
- 7) недостаточно четко определены условия проведения эксперимента;
- 8) контрольная группа не совпадает по своим параметрам с экспериментальной;
- 9) результаты эксперимента подгоняются под гипотезу без достаточных на то оснований и т. д. [Ядов, 1998; Григорьев, Растов, 2001].

Области применения

Эксперимент как научный метод может использоваться для анализа широкого спектра проблем, таких как модификации в поведении коммуникантов в зависимости от расовой или гендерной принадлежности собеседника; авто- и гетеростереотипы в межкультурной коммуникации; особенности коммуникативного стиля харизматичного лидера; зависимость самооценки школьников от коммуникативного поведения учителя; влияние презентаций PowerPoint на усвоение материала студентами; и т. д. Л. А. Го-

родецкая подробно описывает порядок проведения эксперимента для выявления реакций коммуникантов на происходящие в мире политические события [Городецкая, 2002].

Эксперименты часто применяются в лингвистике, теснейшим образом связанной с проблемами коммуникации. И. А. Стернин приводит следующие примеры лингвистических экспериментальных методов:

- 1) свободный ассоциативный эксперимент;
- 2) направленный ассоциативный эксперимент;
- 3) метод субъективной дефиниции;
- 4) экспликативный эксперимент;
- 5) методика описания чувственного образа, вызываемого словом;
- 6) метод письменной рефлексии (минисочинений) по концепту;
- 7) завершение экспериментальной фразы и т. д. [Стернин, 2008а: с. 25].

В лингвистических исследованиях, как и в других областях знания, за эксперимент иногда ошибочно выдается простое наблюдение или опрос, не содержащие в своем арсенале экспериментального фактора.

В связи с тем, что результаты грамотно проведенного эксперимента, как правило, выражаются в осязаемых фактических данных, этот метод считается убедительным свидетельством надежности выводов, сделанных в процессе исследования.

Опрос

Everyone takes surveys. Whoever makes a statement about human behavior has engaged in a survey of some sort.

Andrew Greeley

Опрос представляет собой сбор количественных и/или качественных данных с помощью анкет или интервью для выявления исследуемых закономерностей. Цель опросов — получение эмпирических данных от респондентов по проблемам, непосредственно относящимся к теме исследования. Данные используются для подтверждения или опровержения гипотезы, выяснения индивидуальных мнений, отношения к исследуемому явлению и т. д.

Виды опросов варьируются от высокоструктурированных и стандартизованных до неструктурированных и нестандартизованных.

Структурированные опросы предполагают, что все респонденты опрашиваются в одно и то же время, в одном и том же контексте; им задаются одинаковые вопросы, предъявляемые в одном и том же порядке. При этом часто предлагаются варианты ответов. Если опрашивается большое количество респондентов, то ответы затем кодируются, вводятся в статистическую компьютерную программу и далее используются как количественные данные. Цель неструктурированных опросов — напротив, стимулировать неформальный диалог с информантами, приближенный к реальным условиям межличностной коммуникации.

Процедура опроса включает выполнение следующих шагов:

- 1) определение цели и задач исследования;
- 2) формулировка исследовательской программы: критериев и параметров анализа, гипотез;
- 3) выделение единицы анализа;
- 4) решение о том, *какую именно* собирать информацию;
- 5) составление анкеты / опросного листа;
- 6) определение круга респондентов;
- 7) проведение опроса;
- 8) кодирование, систематизация и анализ информации;
- 9) подведение итогов.

Следует особо отметить значимость для метода опроса грамотного отбора круга респондентов [см., например, Бутенко, 1989]. Необходимо решить, когда нужен широкомасштабный опрос, а когда — более глубокое качественное исследование (например: надо ли обследовать все население, часть населения, специфическую профессиональную группу или еще более узкий круг респондентов). Достоверность полученных данных также в значительной степени зависит от того, насколько репрезентативна выборка респондентов, то есть учтены релевантные для исследования факторы, такие как возраст, социальная и этническая принадлежность, гендер, уровень образования и т. д. При сравнительных исследованиях необходимо, чтобы группы респондентов, выступающие как источники данных, были сопоставимы по размеру и социальному составу.

Инструментарий

Основной инструмент — опросные листы / анкеты, которые могут варьироваться в зависимости от цели исследования, формы опроса, опрашиваемой аудитории, контекста и т. д. Вопросы могут предъявляться лично, в том числе на улице, по телефону [Lavrakos, 1995] и по почте [Яковенко, Паниотто, 1988]. В последнее время также появились опросники, размещаемые в Интернете или рассылаемые по электронной почте. Форма предъявления зависит от характера исследования, доступности ресурсов, количества опрашиваемых, их местоположения и т. д.

Типы вопросов

Вопросы закрытого типа требуют от респондента выбора одного из предлагаемых вариантов, которые могут выражаться разными способами:

- ответ да/нет;
- использование шкалы, выражающей отношение (*strongly agree, agree, neither agree nor disagree, disagree, strongly disagree*);
- формат семантической дифференциации (ответ отмечается на шкале между двумя противоположными полюсами: *Хорошо 1234567 Плохо*);
- выбор ответа из предложенного списка (множественный выбор — отметьте нужный ответ галочкой);
- ранжирование (например, поставьте цифру 1 для наиболее предпочитаемого ответа, 2 на втором месте, 3 — наименее приемлемый ответ) и т. д.

Преимущества вопросов закрытого типа сводятся к тому, что они: 1) не дискриминируют респондентов на основе уровня грамотности и образования; 2) помогают респонденту понять цель опроса; 3) в ряде случаев, вследствие того, что уже сформулированы варианты ответа, кажутся менее пугающими и личностно ориентированными; 4) требуют мало времени на ответ; 5) легче поддаются кодированию и обработке.

В свою очередь, недостатки заключаются в том, что они: 1) не содержат достаточного количества вариантов и потому не всегда предлагают почтительный для респондента ответ; 2) чрезмерно упрощают анализируемую проблему и тем самым раздражают респондента; 3) иногда тенденциозны — подталкивают к определенному ответу. Вот почему всегда рекомендуется включать в число ответов вариант «не знаю» или «не уверен», даже если такой ответ будет потерян для исследователя.

Вопросы открытого типа рассчитаны на развернутый ответ со стороны респондента. Такие вопросы обладают следующими достоинствами: 1) они не навязывают респонденту ответ; 2) в них не содержится подсказок; 3) они рассчитаны на получение более богатой и тонкой информации; 4) они позволяют расширить классификацию ответов постфактум, по результатам опроса. Развернутые ответы на вопросы открытого типа более интересны и информативны, их ценность для исследователя выше. Однако их обработка весьма трудоемка и требует больше времени.

Используются также вопросы «полужакрытого» типа, когда респонденту предлагаются на выбор варианты ответа, но если ни один из них не удовлетворяет респондента, он имеет возможность сформулировать собственный ответ.

Варьирование разнотипных вопросов обеспечивает смену ритма, поддерживает интерес респондента, помогает выявить непоследовательность в ответах (когда ответы на разные вопросы противоречат друг другу).

Формулировка вопросов должна быть тщательно продумана. Вопросы не должны:

1) быть двусмысленными (если респондента просят выбрать ответ: *Вечерами вы предпочитаете: а) общаться с людьми; б) читать книгу*, у него может возникнуть резонное возражение: «Смотря что за люди и какая книга»);

2) быть наводящими (так, в одной из анкет К. Маркс использовал следующую формулировку, явно подталкивающую респондента к положительному ответу: *Does your employer or his representative resort to trickery in order to defraud you or part of your earnings?* [Deacon et al., 1999, p. 75] — «Прибегает ли ваш работодатель или его представитель ко лжи, чтобы обмануть вас или не заплатить вам часть заработка?»);

3) быть двойными: *Вы смотрели ТВ на прошлой неделе, и если да, то сколько раз?* (два вопроса в одном) или: *Ваши родители часто читают книги?* (возможный ответ: *Папа да, мама нет*);

4) содержать научную терминологию (например: *Какие культурно-маркированные лексические единицы вы употребили бы в следующей ситуации...?*);

5) быть эмотивными или оценочными (*Какой нелегальной деятельностью вы занимались? Часто ли вы конфликтуете со своими родственниками?*);

6) быть гипотетическими: «что если?» (то есть такими, ответы на которые будут только догадкой: *Как на ваши ценности повлияет общение с представителем другой культуры?*);

7) дублировать или накладываться друг на друга (например, если исследователь просит респондента отметить свой возраст галочкой, то нетрудно заметить, что человек в возрасте 30 лет попадает сразу в две из следующих категорий: а) 20 – 30; б) 30 – 40; в) 40 – 50).

При этом следует иметь в виду, что:

- вопрос может по-разному восприниматься разными категориями респондентов с разными ценностными ориентациями (например, отвечая на вопрос о количестве прочтенных за год книг, подросток может занижить их число, чтобы не выглядеть занудой в глазах сверстников, а взрослый, напротив, указать завышенные данные, чтобы казаться более образованным);
- такие вопросы, как приведенный выше, могут вызвать затруднение, потому что респондент просто не помнит точного количества прочитанных книг (так же, как и названий просмотренных фильмов, режиссеров, авторов и т. д.);

- некоторые вопросы пугают или отталкивают респондентов (например: *Как часто вы не платите налоги? Употребляете ли нецензурную лексику?*);

- от того, как сформулированы вопросы, касающиеся ценностей и верований респондентов, могут зависеть полученные результаты (если прямолинейно спросить человека: *Вы расист?*, он, вероятнее всего, ответит отрицательно; однако некоторая степень расизма может проявиться в ответах на более частные вопросы, касающиеся отношения к уровню иммиграции, этническим меньшинствам, дискриминации и т. д.);

- люди не слишком охотно отвечают на личные вопросы относительно пола, возраста, профессиональной принадлежности, уровня дохода и т. д., поэтому рекомендуется задавать минимум таких вопросов и только в том случае, если они релевантны для исследования, при этом лучше не просить респондентов предоставить точные цифры, а предложить категории (например, возраст — от 21 до 30 лет; от 31 до 40 лет; от 41 до 50 лет и т. д.);

- следует следить за корректностью формулировок вопросов (например, в наше время не всякой женщине понравятся вопросы: *Род занятий главы семьи?*, если речь идет о ее муже; или: *Получаете ли вы пенсию по старости?*).

- Успешное проведение опроса также предполагает высокий уровень коммуникативной компетенции ученого, умение «вытянуть» из респондента как можно больше релевантной для исследования информации. В частности, С. И. Григорьев и Ю. Е. Растов [2001] предлагают задавать следующие типы вопросов:

- «вопросы-крючки», предназначенные для того, чтобы респондент «клюнул», то есть не потерял интереса к заполнению анкеты;

- «вопросы-фильтры», позволяющие либо выделить ту часть респондентов, мнение которых по следующему за «фильтром» вопросу особо ценно, либо, напротив, отсеять тех, ответы которых не слишком важны;
- контрольные вопросы, с помощью которых можно проверить непротиворечивость мнений респондентов;
- «вопросы-ловушки» — разновидность контрольных, предназначенные для выяснения степени искренности ответов;
- наводящие вопросы, которые помогают уточнить смысл последующего (более важного) вопроса и т. д.

Правила проведения опроса

- Должны присутствовать четкие и ясные инструкции по заполнению анкеты.
- Рекомендуются начинать с простых вопросов, чтобы не путать аудиторию.
- Не следует включать много вопросов, особенно незначительных. Формулируя каждый вопрос, надо спросить себя: какой вклад он делает в исследование?
- Вопросы о себе (профессии, доходе и т. д.) рекомендуется ставить в конце анкеты. Если их ставить в начале, респондент может бросить анкету, не желая делиться личной информацией; если же они размещены в конце, он вряд ли сделает это, так как ему будет жаль потраченного времени. Кроме того, предшествующими вопросами уже будет доказана серьезность исследования.
- Перед предъявлением анкеты основной группе респондентов желательно провести *пилотный опрос*, чтобы протестировать вопросы.
- При проведении опроса следует честно предупреждать людей о том, сколько это займет времени.
- Если используются записывающие устройства, респонденты также должны быть об этом предупреждены.

Форма опросов

По форме опросы делятся на анкетирование (письменный опрос) и интервью (устный опрос — лично или по телефону).

Анкетирование. Основным инструментом анкетирования является опросный лист в виде *анкеты для самостоятельного заполнения*. Такие анкеты могут раздаваться, посылаться по почте или просто опускаться в почтовый ящик с приложением конверта с обратным адресом; респонденты заполняют их сами в удобное для себя время. Считается, что лучше работает индивидуальный подход, когда исследователь лично обращается к потенциальному респонденту с просьбой заполнить анкету.

Специфической разновидностью анкетирования является опрос, проводимый через средства массовой информации (газеты, журналы, Интернет). Он охватывает широкую аудиторию, однако в значительной степени зависит от личного желания читателей принять в нем участие.

Требования к составлению анкеты:

- хорошая анкета должна содержать пояснительную записку, в которой сообщается, кто и зачем проводит опрос, а также даются необходимые комментарии и инструкции по работе с анкетой;
 - она должна быть достаточно короткой (желательно, чтобы респондент потратил на ее заполнение не более 20 минут);
 - вопросы должны быть сформулированы кратко и недвусмысленно.
- Достоинства анкетирования: 1) оно дешевле, чем интервью, и легче для осуществления; 2) проводится быстрее; 3) отсутствует воздействие личности интервьюера; 4) удобно для респондентов.

Недостатки: 1) исследователь не может пояснить свой вопрос, если он не вполне ясен респонденту; 2) нельзя подтолкнуть респондента к более подробному ответу; 3) невозможно контролировать порядок предъявления вопросов — респондент может просмотреть всю анкету, прежде чем начнет отвечать; 4) нет гарантии, что на вопросы будут отвечать именно те люди, на которых нацелена анкета, или что им никто не будет помогать; 5) нет возможности собрать дополнительные данные; 6) не подходит для некоторых типов респондентов (по уровню грамотности, знанию языка и т. д.; в принципе анкеты, предназначенные для массового опроса, должны быть понятны как высокообразованным, так и малограмотным респондентам); 7) есть вероятность, что анкета будет выброшена в корзину; из-за недостаточного отклика на просьбу заполнить анкеты исследователю удастся собрать меньшее количество ответов.

Интервью — форма очного проведения опроса, при котором исследователь находится в непосредственном контакте с респондентом [см., например, Mason, 2002].

Этот метод предпочтительнее анкетирования в следующих отношениях: 1) вопросов без ответов при нем практически не бывает; 2) неопределенные или противоречивые ответы могут быть уточнены; 3) имеется возможность наблюдения за респондентом и фиксации не только его вербальных ответов, но и невербальных реакций; 4) получаемая информация полнее, глубже и достовернее по сравнению с анкетой.

Недостатки метода интервьюирования: 1) его малая оперативность; 2) существенные затраты времени; 3) невозможность его использования в ситуациях краткосрочных массовых опросов; 4) необходимость специальной подготовки интервьюеров, которые должны обладать высоким уровнем коммуникативной компетенции.

Различаются структурированные, полуструктурированные, неструктурированные интервью и интервью в фокусных группах.

Структурированное интервью предполагает, что вопросы должны предъявляться интервьюером в точной формулировке и в определенном порядке. Интервьюер ведет себя нейтрально, не демонстрирует свое отношение ни к заданному вопросу, ни к ответу на него. Этот вид интервью в основном используется тогда, когда необходимы массовые опросы; иногда в его проведении участвуют множественные интервьюеры, которые должны пройти предварительную подготовку.

Цель структурированных интервью — свести к минимуму роль человеческого фактора в процессе сбора данных, исключить влияние переформулировки вопросов или личности интервьюера на содержание беседы. Правос и порядок их предъявления. В этом случае исследователь сравнивает с врачом, использующим стерильный шприц для инъекции [Deacon et al., 1999, p. 63].

Достоинства структурированных интервью заключаются в том, что они: 1) обеспечивают достаточную степень объективности; 2) проводятся относительно быстро; 3) могут использоваться в массовом масштабе.

Их недостатки: 1) негибкая, не предполагающая вариаций форма вопросов может помешать контакту с респондентом; 2) если в качестве интервьюера выступает не сам исследователь, а кто-либо от его имени, то присутствует элемент неуверенности, возможность отклонения от заранее определенной формулировки вопросов; 3) интервьюер может проявлять предвзятость, поощрять (например, невербально и. может быть, бессознательно) определенные типы ответов; 4) существует опасность, что ответы будут записаны интервьюером неточно, иногда с искажением смысла.

Инструментарий. Чтобы структурированное интервью было проведено с максимальной эффективностью, необходимо разработать четкий протокол для интервьюера и оговорить в нем все аспекты процесса интервьюирования:

- вопросы должны зачитываться точно в соответствии с тем, как они сформулированы автором, и в указанном порядке;

- если необходимо пояснить вопрос или получить дополнительную информацию, делать это можно только в соответствии с заранее сформулированными подсказками (например: *Не могли бы вы пояснить, что вы имеете в виду?*);

- оговаривается также поведение интервьюеров в период предшествующий интервью (то есть что они должны говорить, когда будут просить людей ответить на вопросы, объяснять цель опроса и т. д.) и следующий за ним (необходимо поблагодарить респондентов за согласие участвовать в интервью).

Полуструктурированное интервью осуществляется в свободной форме, однако не обладает всеми признаками естественной беседы, т. к. интервьюер контролирует ход беседы, в то время как в естественных условиях коммуникативная инициатива переходит от одного собеседника к другому. Для проведения полуструктурированного интервью составляется руководство, в котором определяется, какие темы следует обсудить.

Достоинства полуструктурированных интервью: 1) не требуются точные формулировки вопросов, в связи с чем общение с респондентом более психологически комфортно; 2) у интервьюера есть свобода с точки зрения возможности прояснить и переформулировать вопрос; 3) метод применим для респондентов с разным уровнем грамотности; 4) использование метода дает возможность провести глубокое интерпретативное исследование.

Недостатки: 1) для полуструктурированного интервью необходимы дополнительные организационные усилия (например, его неудобно проводить, стоя на улице); 2) такое интервью требует достаточно много времени; 3) чем менее структурировано интервью, чем больше вероятность воздействия интервьюера на результат; 4) свободная форма интервью создает опасность того, что респондент будет отклоняться от темы, говорить о том, что интересует его, а не исследователя.

Неструктурированное (недирективное) интервью — это беседа, основанная на свободных ассоциациях интервьюера, который сам определяет ход беседы. Этот вид интервью не слишком широко используется как метод исследования в социальных науках, однако в некоторых случаях он может оказаться очень эффективным для выяснения нюансов смысла, выявления особенностей понимания, извлечения культурно-специфической информации и т. д.

Описанные выше виды интервью могут проводиться лично или по телефону. Телефонные интервью не предусматривают личного контакта (респондентов просто обзванивают по телефонному справочнику) и могут быть как структурированными, так и неструктурированными, однако в последнем случае бывает труднее установить доверительные взаимоотношения с невидимым собеседником, так как отсутствуют визуальные сигналы (невербальные реакции), позволяющие регулировать ход общения. К достоинствам телефонных интервью относятся малозатратность и доступ к большому количеству респондентов, к недостаткам — недоверие респондентов, чреватое их отказом отвечать на вопросы. В связи с этим рекомендуется заранее предупредить потенциальных респондентов письмом, содержащим краткую информацию об исследовании и сообщении о времени звонка. Телефонные интервью должны быть относительно короткими, с заранее продуманными и четко сформулированными вопросами.

Установление контакта с респондентом. Как справедливо указывают авторы книги «Researching Communications», нельзя заставить респондентов отвечать, и тем более отвечать «правду и только правду», как в суде, угрожая наказанием — а поэтому надо суметь убедить их в важности и полезности проводимого исследования [Deason et al., 1999, p. 67]. Для этого необходимо расположить к себе собеседника, внушить ему доверие, что требует от интервьюера высокого уровня коммуникативной компетенции. В интервью следует придерживаться правил, которые используются в естественной вежливой беседе. Подойдя к человеку, не следует задавать вопросы «с места в карьер»; надо представиться, объяснить цель интервью, заверить респондента, что ответы не будут использованы ему во вред и что будет соблюден принцип конфиденциальности. Начинать рекомендуется с более простых вопросов, с логическим переходом к более сложным, чтобы респондент отвык от них, когда уже будет установлен контакт и он проникнется доверием к интервьюеру.

Неструктурированные интервью в большей степени напоминают естественную беседу, нежели структурированные, и предоставляют исследователю больше свободы, однако если интервьюер демонстрирует высокий

уровень ожидания, то менее уверенные в себе респонденты могут засмущаться и замкнуться в себе или отвечать односложно (например, если очень настойчиво проверять уровень их культурной грамотности).

В целом от интервьюера требуются уверенность в себе, эмпатия, доброе расположение духа, умение слушать и творчески вести беседу. При этом надо иметь терпение, давать возможность собеседнику высказаться, даже если он начинает говорить о том, что исследователь хотел бы услышать позднее, или отклоняться от темы, но в то же время незаметно направлять беседу в нужное русло. Интервью не должны быть слишком длинными — надо с уважением относиться к времени респондентов. По окончании интервью необходимо поблагодарить собеседника за согласие принять в нем участие.

Полезно использовать запись на цифровые носители. Однако с этической точки зрения делать это можно, только получив согласие респондента. Кроме того, аудиозапись требует последующего транскрибирования, позволяющего более подробно изучить ответы респондентов, провести многократный анализ, избежать обвинений в предвзятости и воздействии интервьюера, обеспечить открытость данных для окружающих и возможность вторичного анализа другими исследователями [Bryman, Bell, 2007, p. 489].

Описание результатов интервьюирования осуществляется в соответствии со следующей схемой [см., например, Lugovskaya, 2009a, p. 39–41], которая может подвергаться модификациям в зависимости от целей работы:

- количество проведенных интервью;
- вид интервью с обоснованием его выбора;
- продолжительность интервью;
- описание порядка транскрибирования;
- в случае использования компьютерной обработки данных — информация о соответствующих компьютерных программах;
- описание порядка анализа текста интервью (так, например, Л. В. Луговская пишет о том, что во время первого прочтения интервью она выделила наиболее значительные части текста, отражающие самые важные аспекты обсуждаемой темы и обладающие объяснительной силой; при втором прочтении разработала первоначальную систему кодирования, которая далее была пересмотрена: были устранены дублирующие друг друга параметры и составлена окончательная система кодирования);
- категории, используемые для анализа;
- описание повторяющихся паттернов, обнаруженных в процессе изучения текста;
- выбор теоретической модели, которая будет использована для интерпретации полученных результатов;
- описание системы кодирования, согласующейся с теоретической моделью.

Кодирование данных при опросах осуществляется аналогично тому, как это делается при контент-анализе (см. Приложения 2 и 3).

Интервью в фокусных группах занимают особое место в ряду опросов. Они позволяют проводить исследование в более непринужденной обстановке и считаются качественным, интерпретативным методом.

глубинного исследования [см. Белановский, 1993; Merton, 1990; Stewart, 1990].

Процедура проведения интервью в фокусной группе предусматривает следующие этапы:

- 1) формулировка проблемы исследования;
- 2) разработка руководства к проведению интервью и его предварительное тестирование;
- 4) выбор модератора;
- 5) тщательный подбор группы с демографической, профессиональной и других точек зрения;
- 6) проведение группового интервьюирования;
- 7) анализ и интерпретация данных;
- 8) написание отчета.

Критерии подбора группы

Для проведения интервью используется либо уже существующая, либо специально собираемая исследователем группа. В существующей группе (профессиональной, организованной по интересам, Интернет-форуме и т. д.) общение происходит более естественно. В свою очередь, достоинство специально созданной группы — то, что ученый имеет больше контроля над ее составом и репрезентативностью необходимых категорий. Например, при исследовании коммуникативных стилей мужчин и женщин желательно отобрать чисто мужские и чисто женские фокусные группы, так как мужчины часто доминируют в обсуждениях. Однако если изучается взаимодействие между мужчинами и женщинами, то, естественно, надо собирать смешанную группу.

Рекомендуемое количество членов группы — 6 — 14 человек. При меньшем количестве трудно провести динамичную оживленную дискуссию, в то время как если людей слишком много, то становятся незаметными менее активные участники.

Если приглашенные респонденты согласны участвовать в интервью, им рекомендуется послать письменное подтверждение с указанием времени и места сбора, а накануне напомнить о его проведении. Длительность интервью обычно составляет 1—3 часа.

Роль модератора

Для проведения дискуссии должен быть выбран модератор, выполняющий следующие функции:

- 1) облегчать дискуссию, но не доминировать в процессе ее проведения;
- 2) стимулировать активность членов группы; следить за тем, чтобы все они участвовали приблизительно в равной степени;
- 3) не позволять никому из респондентов монополизировать дискуссию и оказывать давление на других членов группы;
- 4) контролировать время, затраченное на каждый вопрос;
- 5) следить, чтобы респонденты не уходили от темы и чтобы нужные вопросы были обсуждены;

В качестве модератора может выступать как сам исследователь, так и привлеченный им помощник. Роль модератора в проведении фокус-интервью очень велика — именно от его коммуникативной компетенции зависит, насколько успешно пройдет обсуждение. В то же время модератору бы отвечать на высказывание респондента, рекомендуется прервать глазной контакт с говорящим, как только позволят правила вежливости, и перевести взгляд на другого участника, которому передается слово.

В некоторых случаях, если того требует специфика исследования, следует обозначить социодемографические черты модератора (возраст, расу, национальность, умение установить контакт с участниками группы, стимулировать и вести дискуссию). Модератор обычно пользуется заранее подготовленным сценарием проведения интервью в фокусной группе, однако порой требуется вносить в эту заготовку те или иные коррективы (с учетом уже прозвучавших в групповом обсуждении мыслей), что делается экспромтом.

Порядок проведения.

Как правило, интервью проходит в виде группового обсуждения, причем вопросы формулируются так, чтобы они задевали «за живое» всех участников, стимулировали их активность. Целесообразно продвигаться от более общих вопросов к частным, от косвенных к более направленным. При этом следует создать доверительную атмосферу, убедить участников фокус-группы в значимости обсуждаемой проблемы, мотивировать их к отстаиванию собственного мнения.

Структура интервью в фокусной группе:

1) вступительная речь модератора, объясняющая цель и задачи интервью и суть проблемы, на которой всем участникам следует сосредоточить свое внимание, а также правила проведения заседания (не перебивать выступающих, задавать им вопросы только после завершения высказывания; говорить все, что думают, не боясь ошибиться; быть корректными, не допускать оскорбительных замечаний в адрес друг друга и т.п.) [Григорьев, Растов, 2001];

2) само интервью, нацеленное на выявление мнений респондентов по поставленным вопросам;

3) подведение итогов интервью вместе с участниками.

Обработка результатов.

Интервью фиксируются с помощью аудио- или видеозаписи, транскрибируются и далее обрабатываются вручную или на компьютере [см., например, Computer-Assisted..., 1998]. Возможно применение статистических методов. Задача исследователя — разработать модель категоризации ответов, высказываний, аргументов и т. д. из транскрипций фокусного интервью. Используются специальные компьютерные программы для исследования конкретных слов, фраз, непосредственного контекста их реализации.

полного вокабуляра (в алфавитном порядке или по частотности); программы, которые могут наделять слова, предложения и т. д. ярлыками, проводить количественный анализ кода, ассоциаций между взаимосвязанными высказываниями и т. д. Предполагается синтез, суммирование результатов, редукция неструктурированной массы текстовых данных к самой сути интервью, выделение ключевых тенденций и репрезентативных примеров.

Кроме того, Дж. Корнер [Corner, 1991, p. 270] пишет об инtratекстуальном (анализ текстовых структур), интертекстуальном (анализ жанров и взаимоотношений между ними) и интерпретативном анализе (требующем исследования практики «рецептивного» понимания).

Достоинства и недостатки

Достоинства интервью в фокусных группах: 1) они в наибольшей степени воспроизводят особенности генерации смыслов и конструирования их коллективных интерпретаций в условиях естественного общения как социальной деятельности; 2) коллективная дискуссия способствует рождению новых идей; 3) трудные вопросы и наличие альтернатив заставляют людей более сознательно формулировать свои мнения; 4) проведение группового интервью позволяет сэкономить время и усилия исследователя.

Их недостатки можно сформулировать следующим образом: 1) из всех видов интервью они наиболее трудны с организационной точки зрения; 2) некоторые члены группы оказывают большее влияние на группу, чем другие, и начинают доминировать в дискуссии; 3) члены группы стремятся к консенсусу, групповое давление может ослабить и нивелировать расхождения во мнениях.

Области применения

Исследователи коммуникации охотно прибегают к опросам, так как они позволяют получить не только фактический материал для исследования, но и объяснения причин и мотивов определенного коммуникативного поведения со стороны респондентов, информацию об их ценностях, верованиях, особенностях мировосприятия, отношении к другим людям и т. д. В качестве примеров можно привести опросы с целью анализа межкультурной семейной коммуникации, отношений населения к деньгам и проблемам потребления, проблем феминизма и т. д. Поскольку мнение респондентов, выражаемое в опросах, субъективно, их рекомендуется использовать в совокупности с другими методами, способными генерировать более объективные данные.

Контент-анализ

Контент-анализ (от англ. *content* — содержание) представляет собой исследовательский метод, используемый для объективного, систематического, количественного описания содержания коммуникации. Он направлен на категоризацию качественных текстовых данных и их представление в виде тематических или понятийных кластеров.

Название приема нередко вводит исследователей в заблуждение — исходя из него, они полагают, что это метод интерпретации содержания текста. Однако контент-анализ является преимущественно количественным методом; его основная цель — представить содержание текста (как печатного, так и визуального) в численном выражении в соответствии с заранее заданными категориями.

Исследователь фрагментирует текст на составляющие, которые могут быть подсчитаны, а затем собирает эти составляющие на стадии обработки информации, делая выводы о частотности употребления единиц, контекстах, в которых они реализуются, и связанных с этим импликациях. В отличие от интерпретативных методов, контент-анализ следует четко прописанным правилам и процедурам, с помощью которых значение препарируется и исследуется [Hansen et al., 1998, p. 98].

Важнейшими чертами контент-анализа считаются объективность, системность, воспроизводимость и квантитативность. Объективность заключается в том, что процедуры классификации материала по выделенным категориям прозрачны и строги, а субъективные подходы исследователя сводятся к минимуму. Системность проявляется в последовательном применении правил. Предполагается, что результатам свойственна воспроизводимость, то есть разные ученые, применившие эти правила к анализу материала, должны получить одинаковые данные. Квантитативность подразумевает, что результаты будут представлены в количественном виде.

История и подходы. Метод контент-анализа имеет давнюю историю, начиная с XVIII в., когда шведские ученые провели количественный анализ содержания девяносто церковных гимнов [Hansen et al., 1998, p. 98]. Материал анализа. Контент-анализ применим к различным видам текстов: газетным и журнальным статьям и их заголовкам, научным публикациям, официальным документам, художественной литературе, лозунгам, рекламе, текстам песен, телевизионным передачам, кинофильмам, фотографиям, произведениям изобразительного искусства, Интернет-страницам и т. д. Он часто применяется в исследовании масс-медийных текстов, но может быть полезен и при исследовании других сфер коммуникации.

Инструментами контент-анализа являются:

- руководство к кодированию;
- регистрационная карточка;
- классификатор контент-анализа;
- протокол, или бланк итогов контент-анализа.

Процедура контент-анализа²

Шаг 1. Определение исследовательской проблемы. Как и при использовании других методов, важно с самого начала определить, какой аспект коммуникации анализируется, с какой целью и по каким критериям.

² При описании процедуры были использованы следующие источники: Hansen et al., 1998, p. 91 — 129; Григорьев, Растов, 2001; Neuendorf, 2002 и др.

его следует рассматривать. Таким образом, важнейшую роль играет концептуализация исследовательской проблемы и определение аспектов и параметров контент-анализа.

Шаг 2. Выбор материала. Метод контент-анализа позволяет исследовать большие объемы материала, который должен быть репрезентативен. Объектом анализа может стать представленность в средствах массовой информации таких тем как военные конфликты, вредная пища, преступность и т. д. Обычно анализ ограничивается каким-либо одним средством массовой информации, например, газетами. При этом следует решить, будет ли рассматриваться центральная или местная пресса, только платные или также бесплатные издания, все виды публикаций или только определенные жанры, и обосновать свое решение.

В соответствии с целями ученого, обычно очерчивают период времени, который будет подвергнут анализу (например, период Чернобыльской аварии, перестройки, Грузино-Осетинского конфликта и т. п.). При этом считается важным также исследовать период, непосредственно предшествовавший изучаемому событию / явлению и следующий сразу за ним.

Некоторые временные периоды имеют свою специфику. Так, если исследуются упоминания о еде, то следует учитывать, что летом потребляется больше определенных видов продуктов. В преддверии Нового года и Рождества более вероятно реклама определенных товаров. На тематику художественной литературы или учебников может влиять исторический период их написания и т. д.

Для большей достоверности используются разные *стратегии выбора материала*. Так, при исследовании телевидения могут рассматриваться новостные передачи в течение целой недели, а затем в понедельник второй недели, вторник третьей недели, среду четвертой недели и т. д. Возможно также выбрать наугад любой день недели, а затем анализировать каждый день, отстоящий от него на заранее определенное количество дней, не совпадающее с каким-либо естественным циклом (неделей, месяцем и т. д.), например, каждый восьмой или одиннадцатый день.

Кроме того, остается проблема отбора *релевантного* для исследования материала, который может быть ограничен определенными рамками, например, с точки зрения жанра, содержания, значимости. Как количественный метод, контент-анализ призван показать, насколько часто встречается тот или иной аспект текста, как он соотносится с другими аспектами / параметрами (например, представленность пожилых людей в новостных программах по сравнению с долей пожилых людей в составе населения; аналогично — людей определенных профессий, национальностей, и т. д.). Поэтому должно быть очень четко определено, что именно подвергается подсчету.

Шаг 3. Установление единиц счета. За единицу счета принимается количественная мера единицы анализа, которая позволяет регистрировать частоту / регулярность появления признака категории анализа в тексте [Григорьев, Растов, 2001].

Существует несколько подходов к выделению единиц счета. Первый подход обусловлен естественными границами таких единиц как статья, но-

востная программа, ТВ передача, стихотворение и т. д. Второй подход определяется принадлежностью к языковым единицам различных уровней: ключевое слово или словосочетание, ключевое предложение, абзац и т. д. Третий подход имеет дело с референциальными единицами: так, *George W. Bush, President Bush, the 43rd president of the United States* и *W.* — это разные наименования одного и того же лица [Stemler, 2001]. Сюда же относятся различные обозначения одного и того же концепта (например, *sky* и *heaven*). В качестве единиц счета могут также выступать: тема, персонаж, происшествие, визуальный образ и т. д.

Шаг 4. Определение аналитических категорий/ параметров анализа. С концептуальной точки зрения самая трудная задача — определение переменных, которые будут выступать как параметры анализа. Они должны прежде всего соотноситься с целью и задачами конкретного исследования (а не просто с тем, что легко поддается подсчету) и обуславливать выбор контент-анализа как метода.

Используемые аналитические категории непосредственно отражают теоретические подходы и построения, лежащие в основе исследования, и поставленные в нем вопросы. Например, при рассмотрении коммуникативного типажа политика на основе газетных публикаций в качестве таких категорий могут выступать гендер, возраст, внешность, социальная и партийная принадлежность и т. д.

При анализе политического дискурса, связанного с определенным международным событием, необходимо ответить на следующие вопросы:

- Когда начали появляться новости, посвященные этой теме?
- Какие газеты наиболее активно разрабатывали данную тему и способствовали росту интереса к ней?
- Где чаще всего встречается информация по данной теме (в коротких новостных заметках, репортажах, передовицах...)?
- Когда интерес к теме начал угасать?
- Изменилось ли за это время отношение к теме со стороны журналов?
- Какие тенденции при этом наблюдаются?

Это вопросы о том, *что* сообщается, *где* сообщается, *насколько широко* освещается, *как* и *почему* освещается. Исследователя не в меньшей степени интересует вопрос о том, что *не* освещается, то есть остается за пределами внимания исследователя, — информация, которая также может оказаться в высшей степени интересной и красноречивой [см., например, Врумпа, 2008, р. 274].

Метод контент-анализа направлен на выявление как явного, эксплицитно выраженного, так и имплицитного содержания, которое не имеет эксплицитных индикаторов и предполагает определенную интерпретацию содержания [например, Berelson, 1952]. Это расширяет сферу применения метода контент-анализа и делает его более привлекательным для исследователей, занимающихся интерпретативными исследованиями. При рассмотрении имплицитных смыслов следует укрупнить категории анализа (например, выделенные первоначально

60 категорий свести к 7 укрупненным, что само по себе требует интерпретации).

Шаг 5. Создание руководства к кодированию
Руководство к кодированию — один из главных инструментов метода контент-анализа — содержит краткое объяснение целей исследования и подробные указания в отношении того, каким образом должны кодироваться данные. Оно предназначено как для самого исследователя (как средство систематизации и конкретизации аналитических критериев и выработки инструментария), так и для других кодировщиков, если они привлекаются для сбора и обработки материала. В последнем случае руководство используется для преодоления различных подходов между кодировщиками, приведения результатов их работы «к общему знаменателю».

Методологи считают предпочтительным так называемое «слепое» кодирование со стороны привлеченных кодировщиков, когда они не знают целей и задач исследования, так как это исключает предвзятое отношение с их стороны [Neuendorf, 2002, p. 133].

Образец руководства к кодированию содержится в *Приложении 2*. Кроме того, существуют специальные компьютерные программы, используемые для кодирования.

Шаг 6. Сбор и обработка материала. Поиск, фиксация и обработка полученных данных могут осуществляться как вручную (например, посредством поиска по ключевым словам на сайтах ведущих газет, в форумах, объявлениях, других видах текстов), так и с использованием различных компьютерных программ. Некоторые из них можно найти на следующих англоязычных сайтах:

<http://academic.csuohio.edu/kneuendorf/content/cpuca/ccap.htm>

<http://www.textanalysis.info/>

<http://www.content-analysis.de/software>

<http://www.analyzecontent.com/>

<http://www.clres.com/dict.html#lists>

<http://www.webuse.umd.edu:9090/>

<http://www.yoshikoder.org/> (бесплатная многоязычная программа для контент-анализа).

С помощью такого рода программ может проводиться простая диагностика текстов (например, выясняется частотность употребления определенных слов или словосочетаний); автоматизированное картирование текста; поиск ключевых слов; сравнение текстов; их автосортировка по релевантным частям (кластерам); классификация текстов на подтипы и жанры; выделение онтологических тем; автоматизированный анализ текста, превращающий его в количественные данные; кодирование полученных данных; создание и использования схем кодирования; количественный анализ видеоданных; создание семантических классификаций и т. д.

По результатам анализа составляется регистрационная карточка, в которой отмечается количество единиц счета, характеризующих единицы анализа [Григорьев, Растов, 2001]. Она может иметь следующий вид:

Таблица 5

№ примера	Дата	Расположение	Размер текста	Жанр	Автор	Кол-во единиц

В карточке могут фиксироваться данные такого рода как

- средство информации (газета, радио, ТВ, художественная литература и т. д.);
- дата создания текста (день, месяц, год);
- расположение (например, страница или время показа);
- размер / длина / продолжительность;
- тип текста / жанр;
- деятели / акторы);
- автор (специалист или журналист);
- персонажи, о которых идет речь (герои, политики, представители организации, преступники и т. д.);
- альтернативные персонажи (оппоненты предыдущих);
- источники сообщаемой информации, их тип, исходные контексты
- тип знания, сообщаемого источником (первичное / фактуальное, вторичное / описательное, оценочное / нравственное, и т. д.);
- контекст, в котором разворачивается коммуникация;
- количество случаев употребления в исследованном тексте определенных единиц анализа.

Для краткости информация заносится в карточку в закодированном виде, в соответствии с руководством (см. Приложение 3).

Если регистрационная карточка содержит «голые» данные, то более подробные результаты приводятся в классификаторе контент-анализа — общей таблице или списке, куда сведены все категории и подкатегории анализа. С.И.Григорьев и Ю.Е.Растов полагают, что классификатор подобен социологической анкете, в которой категории анализа выступают в роли вопросов, а единицы анализа — ответов [Григорьев, Растов, 2001]. Примеры можно найти на сайте:

<http://academic.csuohio.edu/kneuendorf/content/hcoding/hcindex.htm>

Все полученные данные суммируются в протоколе контент-анализа, включающем следующие пункты:

- 1) количество проанализированных источников (книг, газет, журналов, новостных телепередач, Интернет-сайтов и т. д.) с указанием их названий;
- 2) период времени, к которому относятся источники;
- 3) количество обнаруженных единиц анализа;
- 4) количество единиц, закодированных для подсчета (с обоснованием критериев отбора);
- 5) количество единиц по каждой из аналитических категорий.

При подведении итогов Э. Брайман [Bryman, 2008, p. 292] предлагает использовать контрольный список вопросов (*checklist*), позволяющих оце-

нить эффективность проведенного анализа. Их можно суммировать следующим образом:

- Четко ли сформулированы исследовательские задачи?
- Релевантны ли отобранные тексты для целей и задач работы?
- Обоснован ли подход к созданию выборки?
- Не накладываются ли друг на друга выделенные категории?
- Охватывают ли аналитические категории весь исследовательский материал?
- Соотносятся ли выделенные категории с задачами исследования?
- Определена ли единица анализа и единица счета?
- Проведено ли пилотное исследование с использованием разработанных для анализа инструментов?
- Четко ли сформулированы инструкции к кодированию?

Достоинства и недостатки

К *достоинствам* контент-анализа относятся:

- 1) непосредственная опора на тексты, обуславливающая прозрачность и высокую степень объективности метода;
- 2) возможность проследить динамику явления в разные периоды времени;
- 3) отсутствие «реактивного эффекта»;
- 4) гибкость исследования, возможность выбора разнообразных аналитических категорий;
- 5) применимость к широкому кругу материалов (с точки зрения тематики, места и времени создания и т. д.);
- 6) возможность проанализировать информацию, доступ к которой отсутствует при использовании других методов (например, касающуюся политиков высокого статуса, членов королевской семьи, знаменитостей и т. д.);
- 7) легкость интеграции с другими методами.

Недостатки. Метод контент-анализа неоднократно критиковался за свою количественную, позитивистскую природу, претензию на объективность, фрагментацию текста как единого целого [Hansen et al., 1998, p. 91]. Ученые усматривают следующие проблемы, возникающие в процессе его использования:

- 1) трудоемкость, связанная с кодированием и тщательным подсчетом данных;
- 2) зависимость от качества и надежности используемых текстов;
- 3) опасность произвольного выбора параметров анализа, не имеющих под собой достаточных теоретических оснований, и сведения задач анализа к простому подсчету слов;
- 4) редукционизм по отношению к содержанию, особенно когда речь идет о сложных текстах;
- 5) неучет контекста коммуникации;
- 6) простая фиксация данных без объяснения причин обнаруженных закономерностей;
- 7) сложность использования метода для выявления социальных импликаций анализируемых явлений;

8) неспособность проследить поведение единицы в тексте и соответственно, изучить закономерности формирования смыслов, возникающих как результат взаимодействия единиц между собой.

Таким образом, рассмотрение достоинств и недостатков контент-анализа показывает, что этот метод может весьма эффективно применяться для выявления значимости определенных содержательных характеристик текста, закономерностей и тенденций, прослеживаемых на уровне большого объема исследуемого материала, в тот или иной период времени. Однако он недостаточен для обнаружения и анализа инференций, зависимых от контекста и параметров заданной интерпретации. Вопросы возникают не столько к количественным данным, сколько к их трактовке, фрагментации значения и выделению критериев анализа материала, который может подвергаться количественной обработке. В связи с этим контент-анализ целесообразно использовать в сочетании с другими методами, нацеленными на интерпретацию.

Области применения

Контент-анализ может применяться для изучения практически любой сферы человеческого общения, например, социополитических [Holsti, 1969; Janowitz, 1976] и этических [Lee, 1989] проблем человеческого общения, закономерностей развития информации и пропаганды [Фелотова, 1988], прогнозирования динамики общественного мнения [Fan, 1988]. Хорошее описание возможностей этого метода дают С. И. Григорьев и Ю. Е. Растов: «С его помощью изучалась религиозная символика и популярные песни, устанавливались отличия эротических кинокартин от порнографических, устанавливалась мера эффективности политических слоганов <...>, реклам и вражеской пропаганды, определялись особенности суицидального поведения, проявившиеся в предсмертных записках самоубийц, стереотипы сознания различных социальных групп, выявлялась направленность демонстраций людей определенной национальности на телеэкранах, идеологическая подоплека передовиц газет, отличия в трактовках одного и того же события в разных СМИ, исследовались многие другие темы» [Григорьев, Растов, 2001].

Метод продолжает развиваться; он активно применяется для изучения последствий культурного империализма в международном контексте, развития глобализации, транснациональной информации, фоторепортажей с мест военных действий, тематики газетных заголовков, содержательных характеристик журналов для молодежи, частотности обращения к теме диеты в рекламе разных стран, представления информации об убийствах женщин в новостных телепередачах, содержания консультаций в семейных службах, особенностях составления тестов по второму языку как иностранному. Контент-анализ чрезвычайно полезен для исследователей, занимающихся изучением лингвистической составляющей коммуникации; с его помощью могут быть выявлены закономерности употребления языковых средств, сигнализирующих о предвзятости при описании политических событий; исследованы проблемы эвфемизации и политической корректности; рассмотрена культурная маркированность коммуникации и т. д.

Риторика — это искусство управлять умами людей.

Платон

Риторический анализ направлен на выявление риторических приемов и стратегий как средств эффективной коммуникации и убеждения.

Риторика — это наука и искусство, которые восходят к античности. Важным для риторического анализа являются выделенные Аристотелем три типа риторических доказательств: этос, пафос (патос) и логос. Этос определяет, в какой степени авторитет оратора и степень доверия к нему обуславливают воздействие сообщения на аудиторию. Пафос связан с эмоциональными и аффективными компонентами коммуникации. Логос соотносится с логическим построением аргументации.

Непосредственное отношение к риторическому анализу также имеет классический риторический канон — система понятий и правил, восходящих к трудам Аристотеля, Цицерона, а также к «Наставлениям оратору» римского ритора Марка Фабия Квинтилиана. В составе риторического канона выделяется пять элементов:

инвенция (*inventio*) — «нахождение» / «изобретение», создание аргументов и их систематизация;

диспозиция (*dispositio*) — расположение аргументов/частей текста в том порядке, в каком они выполнили бы главную задачу коммуникации;

элокуция (*elocutio*) — «украшение словами», словесное оформление речи, в том числе с использованием тропов и фигур;

мемория (*memoria*) — «запоминание», используемые оратором приемы мнемоники для аудитории;

акцио (лат. *actio*), или гипокризис (греч. *hypocrisis*) — произнесение / исполнение речи (манера, жесты, позы, мимика, паралингвистические характеристики речи).

В качестве материала анализа может выступать дискурс как процесс текстопорождения, либо текст, представленный как в устной, так и письменной форме.

Процедура анализа

За долгие годы своего существования риторика разработала детальные процедуры анализа, учитывающие как вербальные, так и невербальные приемы воздействия на аудиторию. Приводимый ниже список не претендует на новизну и, безусловно, не является исчерпывающим, однако он дает представление о том, по каким параметрам можно подходить к рассмотрению дискурса / текста с точки зрения его риторических характеристик.³

I. Общая характеристика текста

1. Автор (реальный или фикциональный).

³ В основу процедуры анализа положены следующие работы: Rhetoric and Composition, 2003 — 2010; Москвин, 2008; Стернин, 2003.

2. Предполагаемая аудитория (возрастной, гендерный, профессиональный состав, образовательный уровень, степень подготовленности, гибкость / ригидность, позитивный / негативный настрой, ценности, верования, стереотипы и предубеждения).

3. Контекст (место, время, сфера коммуникации).

4. Тема.

5. Цель автора (информировать; объяснить; развлечь; опечалить; рассердить; убедить, мотивировать; высмеять; атаковать; защитить и т. д.).

6. Тональность общения (серьезная, юмористическая, пафосная, драматическая, ироническая, сатирическая и т. д.).

7. Фоновая информация (ситуативная, культурная и т. д.).

II. Композиция

1 Начало (юмористическое, естественное, интригующее и т. д.).

2. Вводная часть (например, формулировка цели и задач выступления).

2. Основная часть, ее структура (подразделы).

3. Заключительная часть: (подведение итогов, призыв к действию и т. д.).

4. Риторические приемы концовки.

III. Логика построения текста

1. Структура (цепная, параллельная, смешанная).

2. Логика умозаключений (индукция, дедукция, причинно-следственные связи, аналогия, обобщение, силлогизм, и т. д.).

3. Соразмерность частей, связь между ними (организация идей по хронологическому, тематическому, пространственному и др. принципам);

4. Отступления и иллюстрации.

IV. Аргументация

1. Основной и дополнительные тезисы.

2. Аргументы в защиту собственного тезиса, порядок их выдвижения и защиты.

3. Аргументы оппонента и их опровержение.

4. Логическая аргументация: опора на факты, опора на аксиомы, моральная аргументация, и т. д.

5. Критическая аргументация.

6. Эмоциональная аргументация: довод к страху (открытая и завуалированная угроза), аргумент к авторитету (к подлинным и мнимым единомышленникам), аргумент к силе, аргумент к чувствам (состраданию, тщеславию, гордости и т. д.), довод к ненависти, аргумент к традиции, довод к смеху и т. д.

7. Приемы косвенного воздействия; использование имплицитной информации, манипуляция диалектическими противоречиями, иллюкативная блокада и т. д.

V. Владение речью (правильность / соблюдение речевой нормы, тематическая, ситуативная и пр. уместность, точность, чистота, умеренность, выразительность, ясность, краткость, богатство, логичность, эмоциональность, драматизм, индивидуальность, соразмерность, риторический вкус).

VI. Экспрессивные средства и стилистические приемы

1. Фонетические (звукоподражание, аллитерация, ритм, рифма и т. д.).

2. Лексические (метафора, метонимия, ирония, эффект полисемии, зевгма, каламбур, эпитет, оксюморон, антономазия, эвфемизм, гипербола, преуменьшение и т. д.).

3. Фразеологические (двойная актуализация, фразеологическая зевгма, развернутая метафора, добавление компонента, фразеологический эллипсис, аллюзия, замена компонента, фразеологическая инверсия и т. д.).

4. Синтаксические (инверсия, оттягивание, обособление, эмфатическое подчеркивание, параллелизм, хиазм, повтор, перечисление, градация, антитеза, бессоюзие, эллипсис, умолчание, апокойну, вопрос о повествовании, риторический вопрос, литота, несобственно прямая речь и т. д.).

5. Графические (знаки препинания или их отсутствие, использование заглавных букв, графон, графическая образность, использование разных шрифтов и т. д.).

VII. Риторические формы (повествование, описание, приведение примеров, дефиниции, сравнения, противопоставления, деление и классификация, аналогии, цитирование, шутки и т. д.).

VIII. Риторические стратегии (убеждение, внушение, просьба, приказ и т. д.).

IX. Невербальные средства усиления риторического воздействия (внешность, взгляд, мимика, жесты, осанка, положение тела, физическая дистанция общения, одежда, стиль — классический, романтический, экстравагантный, спортивный, деловой и т. д.).

X. Нарушение риторических норм (вербальная агрессия, искажение аргумента собеседника, поспешные выводы и обобщения, нарушение причинно-следственных связей, избирательное отношение к информации — приведение одних фактов и утаивание других, двусмысленность и т. д.).

Области применения. Риторический анализ может использоваться при исследовании текстов художественной литературы, устных выступлений, политического, педагогического и иных видов дискурса, межличностной и организационной коммуникации, национально-культурных различий речевого поведения, стратегий разрешения конфликтов, эффективности рекламы и т. д.

Семиотический анализ

Все абстрактные науки — не что иное как изучение взаимоотношений между знаками.

Д. Дидро

История

Метод семиотического анализа восходит к трудам Ф. де Соссюра, предложившего создать семиологию — науку, которая изучала бы роль знаков в жизни человеческого общества и управляющие ими законы. Соссюр утверждал, что в основе лингвистического знака лежит отношение не между вещью и ее именем, а между понятием и звуковым образом — «означаемым» и «означающим». Он также полагал, что знак по природе своей произволен.

Лингвистика, с его точки зрения, составляет лишь часть семиологии [Saussure, 1915 / 1966].

Ключевым положением теории Ф. де Соссюра считается идея *системности* языка и других коммуникативных систем, согласно которой каждый знак существует и выражает значение не сам по себе, а лишь во взаимной связи всех элементов системы [Капкин, 2007, с. 119].

Термин «семиотика» был предложен Ч. С. Пирсом, который сосредоточил свое внимание на трех аспектах знака — их иконическом, индексальном и символическом измерениях. Если для лингвиста Ф. де Соссюра семиотика была наукой, изучающей функционирование знаков в общественной жизни, то философ Ч. Пирс рассматривал семиотику как формальную теорию знаков, тесно связанную с логикой. Он полагал, что каждая мысль является знаком [Peirce, 1934].

Свой вклад в развитие семиотики также внесли Ч. Моррис, Л. Ельмслев, Р. Барт, Ю. Лотман и другие исследователи. У. Эко дает одну из самых широких определений семиотики, утверждая, что она интересуется всем, что может быть принято за знак, и изучает всё, что «замещает» собой что-нибудь другое. В семиотическом понимании знаками являются слова, изображения, звуки, жесты и объекты [Еко, 1989, р. 7]. Он также широко пользуется термином «семиозис», заимствованным у Ч. С. Пирса, и употребляет его для обозначения смыслопорождения посредством знаков — социального процесса, в который, однако, вовлечены субъективные факторы (то есть каждый индивидум является субъектом семиозиса) [Эко, 1998].

В коммуникации значение выражается посредством взаимодействующих между собой кодов. Как пишет Д. Чандлер, человек живет в мире знаков, и у него нет иного способа понимания действительности, кроме как через знаки и коды, которые ее организуют и нуждаются в прочтении [Chandler, 2005].

Подходы. Исследователи, считающие семиотику царницей интерпретативных наук, полагают, что все может быть проанализировано с ее позиций. С другой стороны, существует точка зрения, согласно которой семиотика выступает как методология, разрабатывающая модели для других дисциплин, интересующихся процессами и системами означивания.

Цель. Семиотический анализ в социальных науках и, в частности, в коммуникативистике, направлен на исследование системы вербальных и невербальных знаков, оформляющих процесс социального взаимодействия.

Единица анализа — знак. Текст может трактоваться как знак, который сам по себе является сложной совокупностью знаков.

Ключевые понятия

Знак (по Ф. де Соссюру) — комбинация понятия (означающего) с акустическим образом (означающим) [ЛЭС, 1990, с. 343]. Означающее соотносится с материальным аспектом артефакта, действия или образа, который потенциально может обозначать что-либо. Этот потенциал реализуется в том случае, если означающее вступает в связь с означаемым — ментальным понятием, ассоциируемым с означающим [Deacon et al., 1999, р. 137]. Знак произволен и конвенционален, он зависит от породившей его

культуры, времени, социальной среды, что подчеркивает важность учета контекста в процессе семиотического анализа.

Существенной для теории коммуникации является способность знаков функционировать на разных уровнях означивания. Так, в журнальной статье знаки «мужчина» и «женщина» на первом уровне означивания могут относиться к конкретным людям, о которых идет речь. Второй уровень соотносит эти знаки с социальными функциями и ценностями, обычно ассоциирующимися с гендерными ролями в данной культуре. Третий уровень означивания связан с традиционными стереотипами и социальными мифами, которые имеют идеологическую окраску и служат для обоснования и поддержания иерархической структуры власти в обществе [Warnke, 1987, p. 112; Deason et al., 1999, p. 138].

Кодирование представляет собой конвертирование одной сигнальной системы в другую с помощью внутреннего кода («языка мысли») или внешнего кода (существующего в вербальной и невербальной формах). В качестве кодов могут выступать вербальные знаки, паралингвистические средства, жестикуляция, мимика, пантомимика (язык тела), проксемика (физическая дистанция), социальная дистанция, одежда, такесика (прикосновения). Б. С. Ерасов также относит к культурному коду архитектуру, дизайн интерьера, артефакты, графическую символику, художественные и другие формы воздействия (танцы, парады и т. п.), запахи, цвета, вкусовые предпочтения, различные формы удовольствия, так или иначе связанные со ртом (курение, жевание резинки), влияние температуры, косметики, сигналы, применяемые полицией, водителями, символику, связанную со временем и даже тишину [Ерасов 1997, с. 445]. Для того, чтобы коммуникация могла состояться, необходимо, чтобы отправитель и получатель информации пользовались одним и тем же кодом или, по крайней мере, сходными кодами.

Различные исследователи предлагают разные классификации кодов. В частности, ниже приводится классификация Д. Чандлера [Chandler, 2007, p. 147–173]:

социальные:

- вербальные (фонологические, синтаксические, лексические, просодические и паралингвистические субкоды);
- телесные (физический контакт, близость, физическая ориентация, внешность, выражение лица, взгляд, движения головы, жесты, поза);
- предметы потребления (мода, одежда, машины);
- поведенческие коды (протокол, ритуалы, распределение ролей, игры);

текстуальные:

- научные коды, включая математику;
- эстетические коды в разных изобразительных искусствах (поэзия, драма, живопись, скульптура, музыка и т. д.);
- жанры, риторические и стилистические коды (экспозиция, аргумент, описание, повествование и т. д.);
- коды средств массовой информации (фотография, телевидение, кино, радио, газеты, журналы — как технические, так и конвенциональные коды);

интерпретативные

- перцептуальные (например, визуальное восприятие);
- идеологические.

Процесс декодирования не является зеркальным отражением процесса кодирования. Эти процессы, несомненно, связывают адресанта и адресата, однако не гарантируют полного взаимопонимания, что позволяет ученым говорить о полисемантической природе текста и его открытости для разных интерпретаций.

Парадигматические (ассоциативные) отношения – системные отношения между взаимосвязанными означающими, которые входят в одну и ту же категорию, но в то же время отличаются друг от друга по какому-либо признаку.

Синтагматические отношения – отношения, возникающие между последовательно расположенными в тексте знаками, образующими единое значимое целое; противопоставлены парадигматике.

Семиозис (по Ч. Пирсу) – процесс интерпретации знаков, или порождения значения.

Процедура анализа⁴

Описываемая ниже процедура анализа допускает вариации с точки зрения последовательности шагов, которая может меняться в зависимости от логики исследования.

1. Выделить ключевые знаки, которые будут выступать в качестве объекта анализа.
2. Провести первичный анализ: выявить означающее и означаемое каждого знака.
3. Описать тематику и жанр текста. Каким образом их выбор влияет на генерирование смыслов? Какие конвенциональные признаки жанра наиболее очевидны в тексте?
4. Рассмотреть используемые семиотические коды. Какие из кодов специфичны для данного жанра / типа текста? Какие из кодов используются и в других жанрах / типах текстов? Каким образом коды соотносятся друг с другом? Как коды взаимодействуют друг с другом (например, текст и видеоряд в телевизионной рекламе)? Наблюдается ли значимое отсутствие какого-либо кода?

5. Смоделировать систему парадигматических отношений между означающими. Парадигматический анализ предполагает сравнение каждого означающего, присутствующего в тексте, с отсутствующими, которые в равных обстоятельствах могли бы быть выбраны, и значимость такого выбора. Определить текстовые оппозиции, их социальную и психологическую значимость. Какие контрастивные пары (бинарные оппозиции) используются (например, логические контрадикты *either/or*, взаимоисключающие понятия *мужчина — женщина*, антонимы, имеющие градации на шкале по

⁴ При описании процедуры анализа использованы следующие работы: Chandler, 2005; Chandler, 2007.

одному и тому же измерению *белое — черное*)? Какой из членов в каждой паре маркирован (*happy* — немаркированный, *unhappy* — маркированный; *he* — немаркированный, *she* — маркированный, *cow* — немаркированный, *bull* — маркированный)?

6. Рассмотреть синтагматическую структуру текста. Синтагматический анализ предусматривает рассмотрение последовательности расположения знаков (начало и конец повествования, каузация и т. д.); пространственных отношений (над/под, впереди/сзади, далеко/близко, справа/слева, на севере/юге/западе/востоке, внутри/снаружи, центр/периферия), а также структурных отношений между означаемыми. Каким образом порядок следования и/или пространственная организация означающих влияет на формирование смыслов? Как соотносятся друг с другом означающие? Какие из них более значимы, чем другие? Каким образом оформлен текст?

7. Провести анализ означаемого; рассмотреть тропы (метафору, метонимию, синекдоху, иронию и т. д.), а также коннотации.

8. Провести коммутационный тест, цель которого — определить, поведет ли изменение означающего к изменению в означаемом. Выбирается какое-либо означающее в тексте, а затем для него предлагаются альтернативы и оценивается, какой эффект дает использование иного означающего и к какому изменению в означаемом это ведет. Этот тест предполагает следующие возможные процедуры:

- парадигматические трансформации: субституция; транспозиция;
- синтагматические трансформации: добавление; удаление.

9. Идентифицировать маркеры модальности, позволяющие выявить соотношение текста с действительностью.

10. Рассмотреть текст с точки зрения интертекстуальности. Существует ли аллюзия к другим жанрам? Другим текстам внутри данного жанра? Каково соотношение с другими текстами внутри данного жанра? Сходными темами внутри других жанров?

11. Проанализировать текст с точки зрения его культурной маркированности. Выявить специфику означивания, характерную для конкретной культуры (например, в тех культурах, где пишут слева направо, знак, расположенный слева, визуально воспринимается раньше, чем правый). Проанализировать культурные аллюзии, соотношение системы знаков с доминантными культурными ценностями и т. д.

12. Рассмотреть текст с позиций социальной семиотики: контекстуализации знаков в соответствующих социальных системах. Выявить субъект семиозиса: кто создал знак? Чье восприятие действительности он представляет и чье исключает? Для кого предназначен знак? Какие текстовые ключи указывают на это? На какое взаимодействие с читателем нацелен текст?

13. Как различается интерпретация знака разными коммуникантами и почему? Каким образом изменение контекста может повлиять на интерпретацию? С. Холл разграничивает три интерпретативных кода, обеспечивающих следующие виды прочтения текста (в широком значении этого слова): доминантное, переговорное и оппозиционное [Hall, 1980]. Доминантное (или предпочтительное) прочтение предполагает, что адресат полностью

разделяет код адресанта, который представляется ему достаточно естественным и прозрачным. Переговорное прочтение означает, что адресат частично разделяет код автора текста, однако между их позициями существуют противоречия, поэтому адресат иногда модифицирует код в соответствии с собственными взглядами, опытом и интересами. Оппозиционное прочтение характеризуется общим пониманием текста со стороны адресата, однако в связи с тем, что он не разделяет кода адресанта, его интерпретация текста существенно отличается от авторской.

14. Суммировать результаты исследования.

Ниже в качестве примера приводятся две таблицы, отражающие итог семиотического анализа Интернет-рекламы двух сотовых телефонов – *Nokia* и *Ericsson* (Hynes, Jason, 2007; перевод мой – О. Л.):

Таблица 6. Семиотический анализ двух реклам

Nokia		Означающие Nokia	Означаемые Nokia
	Элементы на экране	Образ двух рук, протянутых друг к другу	Связь между членами семьи
		Nokia	Внимание сосредоточено на товарном знаке
	Фон	Белый цвет	Небо, снег
	Цвета	Белый Голубой Серебристый	Зима, холод Чистота, небеса Гладкий, современный
	Отражение	Протянутые руки	Связь
Ericsson		Означающие Ericsson	Означаемые Ericsson
	Элементы на экране	19:03	Конец рабочего дня, время подготовки ужина
		13 июня	Середина лета, теплая погода
	Фон	Различные бытовые объекты	Здоровая еда, время ужинать
	Цвета	Красный, желтый	Тепло, лето
		Черный телефон	Внимание сосредоточено на телефоне
	Отражение	Серебряный объект	Внимание сосредоточено на телефоне

На основе анализа авторы исследования приходят к выводу о том, что *Nokia* символизирует более высокий статусный уровень, в то время как *Ericsson* ассоциируется с более простым, человеческим образом, что подтверждается второй таблицей:

Таблица 7. Визуальные и семиотические категории двух реклам

		Nokia	Ericsson
Визуальные категории	Цвета	Холодные	Теплые
	Видимый образ	Образ	Буквы
Семиотические категории		Более высокий уровень Семья Человечество Способность связывать	Человечный уровень Здоровый, естественный образ жизни Теплота, удовольствие

Кроме того, обе рекламы были предъявлены представителям шести разных культур, которых попросили интерпретировать текст, образы, цвета и объекты. На основе исследования был сделан вывод о том, что культура играет ведущую роль в интерпретации символических элементов. Это подтверждается *Таблицами 8 и 9*, в которых приводятся данные из четырех культур [Hynes, Jason, 2007. Таблицы воспроизводятся частично].

Таблица 8. Реакции на телефон Nokia

Характеристики	Финляндия	Швеция	США	Китай
Цвет	Белый — снег, синий — небо, озера. Белое и синее — цвета финского флага. Синее относится к лету, белое — к зиме.	Не нравится цвет — холодный. Связь между землей и небом. Комфортный цвет.	Теплый. Лето. Привлекательный. Делает телефон чудесным. Свобода и инновации.	Скучно — нужны красный и желтый. Синий создает ощущение уюта.
Руки	Помощь друг другу, доверие. Контакт с родственниками и друзьями. Поддержание связей.	Предполагает связи. Дотянуться до кого-то. Большая и маленькая рука — ребенок, помогающий пожилому человеку.	Отцовская фигура, божество. Большая рука — это <i>Nokia</i> тянущаяся к клиенту.	Родители/дети. Помощь и сотрудничество.

Характеристики	Финляндия	Швеция	США	Китай
Картина Микеланджело	Телефон обретает мифические пропорции. Финские дизайнеры гениальны. Картина известна финнам.	Если у вас нет телефона, вы оторваны от жизни. Словно связь с Богом.	Дает жизнь. Бог дает Еве знание, Nokia наделяет вас информацией и знанием.	Новая жизнь. Связь с миром. Китайцам картина неизвестна.
Культура	Отражает гордость финнов за свою технологию. Отражает любовь финнов к природе.	Руку помощи протягивают во всем мире. Глобальная картина, но цвет руки должен быть другой в Африке.	Картина известна во всем мире, так что реклама универсальна. Финская и шведская культуры высокотехнологичны.	Европейцы любят простоту. Европейцы мыслят более абстрактно (чем китайцы). Белый цвет связан со смертью.

Таблица 9. Реакции на телефон Ericsson

Характеристики	Финляндия	Швеция	США	Китай
Цвет	Теплые цвета	Теплые цвета. Темно-синий мне нравится.	Очень теплый. Лето. Очень светлый.	Яркое ощущение.
Текст	Не знаю, что хочет мне сказать Ericsson.	Кто-то путешествовал и вернулся. Хорошее сообщение для моей подруги.	Может быть, жена приветствует мужа дома.	«Добро пожаловать домой» выражает теплые чувства. Китайцы говорят «добро пожаловать» только постояльцам гостиницы.

Характеристики	Финляндия	Швеция	США	Китай
Образность	Текст связан с каждойдневной жизнью. Телефон так же важен, как хлеб.	Кто-то ушел второпях и оставил телефон. Покой и связь с природой.	Телефон так же важен, как еда. На всем теплый ответ. Непринужденная обстановка.	Я вижу еду, но не знаю, что это. Ощущение каждодневной жизни.
Культура	Фон надо изменить для азиатского рынка.	Шведам не нравится, когда техника сочетается с естественным окружением.	Не думаю, что китайцы едят хлеб. Соответствует старым традициям.	Желтый и красный цвета приятны для китайцев.

Достоинства и недостатки

Достоинства семиотического анализа заключаются в том, что он:

- 1) обеспечивает возможности для системного последовательного анализа материала;
- 2) позволяет рассматривать широкий диапазон значений в разных системах кодирования;
- 3) показывает, как с помощью знаков конструируется реальность;
- 4) отражает разные идеологические подходы;
- 5) дает широкие возможности для интерпретации;
- 6) показывает, как через знаки конструируется личностная идентичность;
- 7) отражает культурную специфику коммуникации;
- 8) позволяет проследить динамику человеческого общения.

Его **недостатки** имеют следующие проявления:

- 1) результаты семиотического анализа плохо поддаются количественным подсчетам;
- 2) интерпретация знаков весьма субъективна, существует опасность выдавать свои субъективные ассоциации за объективные данные;
- 3) структурно-семиотические подходы страдают редукционизмом — стремлением создать классификации и уложить все знаки в это прокрустово ложе;
- 4) попытка выделить универсальные семиотические характеристики чревата игнорированием индивидуальности и творческого начала автора текста.

Области применения

Семиотический анализ используется в теории коммуникации, лингвистике, философии, социологии, антропологии, литературоведении, искус-

ствоведении, психологии, педагогике, журналистике, информатике и ряде других наук. К нему прибегают при анализе рекламы, средств массовой информации, мифологии, систем родства и тотемизма; нарратива, кинофильма, фотографии, художественных текстов и т. д. Выделяются биосемиотика, когнитивная, организационная, театральная, визуальная, музыкальная семиотика и т. д.

В информатике семиотический анализ используется для моделирования семиозиса в процессе взаимодействия между человеком и компьютером; человеческого познания через посредство искусственного интеллекта; способов представления знания. Культурная и литературная семиотика направлены на изучение литературных миров, общения между аудиторией и культурной традицией, между текстом и культурным контекстом [Лотман, 1997, с. 204], исследование обрядов, ритуалов, визуальных средств представления информации. Социальная семиотика охватывает различные виды кодов, таких как, например, сленг, мода и реклама. Объектом научных исследований также становятся семиотика политического дискурса [Шейгал, 2004], семиотика кино [Лотман, 1973]; семиотика семейной коммуникации [Бондаренко, 2010], семиотика рекламы [Пирогова, Баранов, 2000; Елина, 2009], гастрономические знаки [Олянич, 2003], особенности невербального поведения человека в акте коммуникации [Крейдлин, 2002], комиксы, архитектура, артефакты, музыка, знаки в поэзии, драме, живописи, скульптуре, медицине, интерпретация визуальных знаков (пейзаж) и т. д.

Концептологический анализ

Методы концептологического анализа представлены в рамках специфически российской области знания — лингвоконцептологии как одного из направлений когнитивной лингвистики.

Подходы. Виднейшими представителями концептологии являются Д. С. Лихачев, Ю. С. Степанов, Е. С. Кубрякова, Н. Н. Болдырев, А. А. Залевская, З. Д. Попова, И. А. Стернин, В. И. Карасик и др. Концепт трактуется как точка пересечения между миром культуры и миром индивидуальных смыслов [Степанов 1997: 40], как многомерные ментальные образования, в составе которых выделяются образно-перцептивная, понятийная и ценностная составляющие [Карасик, 2009, с. 28].

Концептологический анализ вносит несомненный вклад в коммуникативистику, т. к., согласно утверждению В. И. Карасика, этот подход непосредственно связан с универсальными и этноспецифическими характеристиками языкового сознания и коммуникативного поведения [Там же: С. 27].

Цель концептологического анализа — описание концепта как ментального образования, элемента концептосферы лингвокультурного сообщества. Соответственно, в качестве единицы анализа выступает концепт, являющийся объектом конкретного исследования.

Рассмотрим методики концептологического анализа, наиболее тщательно разработанные видными отечественными учеными.

В. И. Карасик предлагает применять к анализу лингвокультурных концептов следующие исследовательские процедуры, которые он считает особенно эффективными:

- 1) семантический анализ слов, называющих имена концептов;
- 2) этимологический анализ слов-репрезентантов концепта, направленный на определение их мотивирующих признаков;
- 3) семантический анализ переносных, ассоциативных значений слов, номинирующих концепты;
- 4) интерпретативный семантический анализ контекстов, в которых реализуются слова и словосочетания, обозначающие и выражающие концепты;
- 5) интерпретативный культурологический анализ ассоциаций, связанных с определенным концептом;
- 6) интерпретативный анализ ценностно-маркированных высказываний (поговорок, афоризмов, цитат), которые выражают определенные концепты;
- 7) анализ коротких сочинений, написанных информантами на тему, соответствующую содержанию изучаемого концепта;
- 8) анализ ассоциативных реакций информантов на вербальные обозначения концепта [Карасик 2009, с. 32].

В процессе анализа предлагается учитывать номинативную плотность концепта, то есть «неравномерную концептуализацию различных фрагментов действительности», отраженную в количестве соответствующих номинаций концепта [Карасик, 2004, с. 111], или, иначе номинативную «детализацию обозначаемого фрагмента реальности, наличие множества вариантов его обозначения и смысловых оттенков» [Слышкин, 2004, с. 53].

В дополнение к вышесказанному, в различных работах применяются следующие процедуры анализа концептов в рамках лингвокультурологического подхода:

- изучение слоистой структуры концепта [Степанов, 1997];
- метод дефиниционно-компонентного анализа, с помощью которого осуществляется выявление понятийных признаков на базе анализа сем языковой единицы — репрезентанта концепта [Сидорова, 2010, с. 5 — школа проф. М. В. Пименовой];
- сопоставительный анализ, позволяющий установить сходства и различия языковой репрезентации концептов в сопоставляемых лингвокультурных [Несветаилова, 2010, с. 4 — школа проф. С. Г. Воркачева];
- исследование метафорической диффузности, или метафорического переосмысления единиц концепта, через его ассоциативные связи [Слышкин, 2004, с. 55 — 56];
- процедуры изучения различных видов институционального и персонального дискурса через: 1) анализ существующего в коллективном сознании лингвокультурного метаконцепта данного вида дискурса (например, «политический дискурс»); 2) рассмотрение дискурса как совокупности апелляций к определенным концептам; 3) сравнительный анализ дискурсивных категорий и соответствующих им лингвокультурных концептов [Слышкин, 2004: сс. 109, 122].

3. Д. Поповой и И. А. Стернин разработана комплексная методика семантико-когнитивного исследования концептов, включающая следующие этапы:

- 1) построение номинативного поля концепта;
- 2) анализ и описание языковых средств, входящих в номинативное поле концепта;
- 3) когнитивная репрезентация описания семантики языковых средств — выявление когнитивных признаков, формирующих исследуемый концепт как ментальную единицу;
- 4) верификация полученного когнитивного описания у носителей языка;
- 5) описание содержания концепта в виде перечня когнитивных признаков [Попова, Стернин, 2007, с. 160].

Построение номинативного поля концепта предусматривает выделение и описание комплекса языковых средств, которые номинируют концепт и его отдельные признаки, с помощью следующих приемов:

- установление ключевого слова-репрезентанта, наиболее полно номинирующего исследуемый концепт;
- установление ядра номинативного поля через синонимическое расширение ключевого слова и анализ контекстов, в которых номинируется исследуемый концепт;
- установление периферии номинативного поля через текстовый анализ, построение лексико-фразеологического поля ключевого слова (подбор синонимов, антонимов ключевого слова, определение его гиперонимов и сгипонимов), построение деривационного поля ключевого слова, построение паремиологического поля концепта, анализ устойчивых сравнений с номинантами концептов, анализ фразеологических номинаций, анализ ассоциативного поля концепта [Там же. С. 176–193].

Анализ семантики языковых средств, объективирующих концепт, осуществляется с помощью ряда процедур. Приемы описания содержания и структуры *лексикографического значения* включают логический метод, метод интроспекции, анализ употребления слова в различных письменных и устных контекстах, а также метод компонентного анализа [Попова, Стернин, 2007, с. 165–166]. Для описания *психолингвистического значения* используется свободный или направленный психолингвистический эксперимент [Там же. С. 166–175].

Описание языковых средств, входящих в номинативное поле концепта, предусматривает представление их значений в виде набора отдельных семантических компонентов с помощью лексикографических источников, а также, в случае необходимости, посредством проведения компонентного анализа [Там же. С. 193–194].

Средством верификации является предъявление полученного ранее списка семантических компонентов и когнитивных признаков носителям языка [Там же. С. 194–198].

Когнитивная интерпретация проводится с помощью обобщения (сведения к одному признаку) набора сем, выделенных в единицах номинативного поля концепта, и их ранжирования по яркости; обобщения паре-

миологических смыслов; прямой когнитивной интерпретации ассоциатов, полученных в результате эксперимента; когнитивной интерпретации метафор; когнитивной интерпретации частотности лексем; когнитивного анализа внутренней формы значения лексемы-номинанта; выявления когнитивных классификационных признаков [Там же. С. 198—210].

Результатом применения комплексной методики становится построение модели концепта, то есть представление его содержания в виде полевой структуры в словесной или графической форме [Там же, с. 162—165; Стернин, 2008б, с. 172—184]. Моделирование концепта включает три базовых процедуры, предусматривающих описание его макроструктуры, категориальной структуры и полевой организации.

Описание *макроструктуры* предусматривает соединение микрокомпонентов концепта (то есть отдельных когнитивных признаков, образующих его содержание) в следующие макрокомпоненты:

1) образный компонент, в котором выделяются образы двух видов: перцептивные (отражающие восприятие объекта, воплощенного в концепте, органами чувств, например, *русский язык* — громкий) и когнитивные (отражающие связи содержания концепта с другими образами, например, *русский язык* — благородный, щедрый, добрый);

2) энциклопедическое поле концепта, отражающее осмысление отличительных онтологических признаков концептуализируемого явления, которые образуют его категориальную зону (например, *русский язык* — средство общения), дифференциальную зону (*русский язык* — функционирует в России), описательную зону (*русский язык* — большой объем словарного запаса, широкая распространенность), идентификационную зону (*русский язык* — Пушкин), мифологическую зону (*русский язык* — великий, могучий, свободный);

3) интерпретационное поле концепта — совокупность когнитивных признаков, представляющих собой практическое осмысление образа и энциклопедического содержания концепта сознанием человека; включает: оценочную зону (*русский язык* — хороший, красивый), утилитарную зону (*русский язык* — трудный), регулятивную зону (*русский язык* — его надо учить) [Стернин, 2008а, с. 172 — 184].

Построение *словесной модели* предусматривает описание концепта словами в виде ядра, ближней, дальней и крайней периферии на основе степени яркости соответствующего когнитивного признака [Попова, Стернин, 2007, с. 161 — 162; Стернин, 2008б, с. 172 — 184]. И. А. Стернин предлагает выявлять в структуре концепта индекс яркости четырьмя следующими способами:

1) как долю от общего числа участников ассоциативного эксперимента, выделяющих этот признак в структуре концепта;

2) как долю от общего числа признаков, выделенных в процессе ассоциативного эксперимента;

3) на основе количества номинативных средств, объективирующих определенный номинативный признак, по отношению к общему числу номинативных единиц поля;

4) на основе частоты актуализации номинативного признака в тексте.

Выявление индекса яркости признака, с точки зрения И. А. Стернина, позволяет разграничить сходные концепты, а также выявить зависимость структуры концепта от социальных, возрастных, гендерных и др. характеристик коммуникантов [Стернин, 2008б].

З. Д. Попова и И. А. Стернин [2007, с. 162] приводят следующий пример словесного представления полевой структуры концепта «английский язык» (по данным направленного ассоциативного эксперимента, проведенного Л. А. Тавдгирдзе [2005]):

ядро: *всемирный* (34%), *прекрасный* (34%);

ближняя периферия: *общедоступный* (23%), *благозвучный* (23%);

дальняя периферия: *сложный* (16,5%), *необходимый* (15%), *хороший* (15%), *чужой* (12%), *ужасный* (12%), *красивый* (10%), *современный* (10%), *интересный* (10%);

крайняя периферия: *многообразный* (7%), *стандартный* (7%), *грубый* (7%), *умный* (5,5%), *яркий* (5%), *тупой*, *вежливый*, *оригинальный*, *культурный* (2,5%).

При проведении ассоциативного эксперимента должны учитываться признаки опрашиваемой аудитории (языковая, государственная и этническая принадлежность, гендерный, возрастной и профессиональный состав, уровень образования и т. д.).

Графическая модель предусматривает наглядное представление полевой структуры концепта в виде рисунка или схемы [например, см. Попова, Стернин, с. 216 – 217].

Достоинства и недостатки

Основное *достоинство* описанных выше методов с точки зрения коммуникативистики — их способность обеспечить новый ракурс рассмотрения того, как соотносятся язык, мышление и коммуникация, как генерируются смыслы в процессе человеческого общения. Они дают возможность исследовать этнические, профессиональные, возрастные, гендерные концептосферы и их влияние на характер коммуникативного поведения членов соответствующих сообществ.

Недостатки сводятся к тому, что, как указывают сами ученые — авторы рассмотренных методик, ни одна концептологическая модель не может дать исчерпывающего описания концепта; она гипотетична и представляет собой исследовательский конструкт, вследствие того, что концепт — это динамичное ментальное образование [Залевская, 2003, с. 32; Попова, Стернин, с. 164–165].

Области применения. Методы концептологического анализа — это действенные инструменты в руках ученых, занимающихся лингвистикой, межличностной и межкультурной коммуникацией, исследованием институционального дискурса, этнографией, философией, психологией, культурологией и рядом других наук. В частности, хорошо исследованы (как на материале русской, так и других лингвокультур), такие концепты как «правда», «истина», «душа», «судьба», «любовь», «ненависть», «тоска», «страх».

«стыд», «вина», «время», «труд», «терпение», «семья», «дом», «родина», «красота», «брак», «возраст» и т. д. Опубликовано 7 томов «Антологии концептов» (Волгоград), в которых приведены описания более 100 концептов разных лингвокультур. Большое значение для коммуникативистики имеет выделение институциональных, регулятивных и контрастивных концептов [Карасик, 2009]. Продуктивным можно также считать исследование эмоциональных концептов (научные школы проф. В. И. Шаховского и Н. А. Красавского).

Нарративный анализ

Мы дышим, мы мыслим, мы воспринимаем свои жизни как нарративы.

К. Леманн-Хаупт

Нарративный анализ (от *narrative* — повествование) — это качественный метод исследования, направленный на интерпретацию повествования и уделяющий особое внимание временной последовательности, которую устанавливают люди как рассказчики о своей жизни и окружающих событиях.

Ученые пишут о присущих человеку нарративных способах осмысления мира и о текстуальности мышления как средстве конструирования собственной идентичности по законам художественного текста [Ильин, 2001]. По мнению сторонников этого метода, другие виды анализа игнорируют тот факт, что люди воспринимают свою жизнь как непрерывный процесс, отражающий социальные явления. Бытие личности, ее отношения с миром раскрываются через повествование с помощью языка, выражающего внутренние причины человеческого поведения. Посредством нарратива индивидум придает социальным практикам форму и смысл, темпорально и логически упорядочивает свой опыт, выделяя в нем начало, середину, конец и центральную тему. Нарративы выступают как механизм организации человеческого опыта, они «обладают социальной инструментальностью и прагматическим потенциалом» [Лиотар, 1998].

Следует указать на тесную связь нарратологии с социальным конструкционизмом — научным направлением, согласно которому социальная реальность конструируется самими людьми в процессе коммуникации как непрерывного переговорного процесса. Нарративы выступают как один из важнейших способов отражения социальных конструктов — с их помощью можно получить представление о мировосприятии другого человека. Применяя процедуры нарративного анализа, можно исследовать паттерны конструирования действительности членами определенного социума.

От повествователя зависит: 1) с какого момента его жизни или жизни других персонажей начнется и на чем закончится повествование; 2) какие из событий и персонажей будут в него включены; 3) чему будет уделено много внимания, чему — мало, а что вообще будет опущено; при этом незначительное событие может быть раздуто, а важному не будет уделено долж-

ного внимания; 4) как будет показана связь с прошлым и будущим; 5) какая будет эмоциональная оценка того, о чем повествуется.

При повествовании об одном и том же событии может возникать конфликт между интерпретационными схемами разных нарраторов. Тем не менее, последовательно, логично и убедительно описанные события, хорошо состыкующиеся друг с другом, вызывают у адресата доверие.

С точки зрения ряда ученых, нарратив обладает открытостью, «внутренней бесконечностью» [Гадамер, 2000; Цит. по: Троцук, 2005, с. 65] и сочетает в себе эксплицитную и имплицитную информацию. Реципиент / адресат нарратива не столько обнаруживает в повествовании смысл, сколько вкладывает в него собственное содержание. При этом понимание нарратива может быть только ретроспективным.

Истоки. Метод восходит к нарратологии (от фр. *patatologie*) — области исследования нарратива и его воздействия на человеческое восприятие. Термин «нарратология» был создан Цветаном Тодоровым в его работе *Grammaire du Décaméron* [Todorov, 1969]. Истоки направления находят у структуралистов, в частности у Ф. де Соссюра, Р. Якобсона, русских формалистов (в особенности у В. Проппа), у французского антрополога К. Леви-Стросса и др.

Цель нарратологии — поиск формальных критериев описания нарративов, их систематизация, выстраивание моделей нарративов и выражаемых ими смыслов [см. также Felluga].

Единицей анализа является любой нарратив. При проведении конкретного исследования требуется дать определение, очертить границы, более-менее оговорить объем нарратива.

Какими признаками должен обладать текст, чтобы считаться нарративом? Это форма коммуникации, в которой присутствуют.

- 1) повествователь / рассказчик;
- 2) слушатель/читатель;
- 3) персонажи;
- 4) последовательность событий, переживаемых персонажами;
- 5) каузальные отношения между ними
- 6) завершенность сюжета;
- 7) отношение повествователя к тому, о чем идет речь.

Для демонстрации того, что является, а что не является нарративом, показателен пример, приводимый А. А. Кибриком [2003, с. 12–13] — рассказ Даниила Хармса «Встреча» из цикла «Случаи»:

Вот однажды один человек пошел на службу, да по дороге встретил другого человека, который, купив польский батон, направлялся к себе воясы.
Вот, собственно, и все.

Как пишет А. А. Кибрик, в приводимом тексте нарушено несколько принципов построения рассказа, обычно не осознаваемых носителями языка, но хорошо им известных: между завязкой и заключительной фразой в рассказе должна присутствовать кульминация; адресату должна быть понятна коммуникативная цель рассказчика; участники повествования должны выполнять некоторую последовательность действий. Однако в рассказе

Хармса рассказ завершается сразу после того, как повествователь вводит участников [Кибрик, 2003, с. 12–13].

Р. Барт показывает, какая информация релевантна для формирования нарратива, на примере из фильма о Джеймсе Бонде *Goldfinger*: то обстоятельство, что в одной из сцен присутствует четыре телефона, приобретает смысл лишь в том случае, если в определенный момент оно изменит ход событий. Любая сила (будь то персонаж или телефон), которая обуславливает существенный поворот событий, в терминологии Барта, выполняет кардинальную функцию [Barthes, 1977; Barthes, 1996].

В англоязычной научной литературе сегодня достаточно часто используются термины *story*, *life history*, *storying*. Понятие *story* (рассказ, история) занимает важное место в западной коммуникативистике, психологии, социологии, медицине, литературоведении и т. д. Ученые пишут о том, что история, которые человек сам себе выстраивает на основе восприятия окружающего мира, служат средством конструирования человеческой идентичности: «*storying*» is central to personal and ethical development [Pradl, 2008]. Эти истории могут меняться по мере того, как человек конструирует социальные реальности и переходит от одной жизненной темы к другой. *Life history research* — важная область применения нарративного анализа, которая может относиться как к эпизодам и взаимосвязи между ними, так и к человеческой жизни в целом.

Некоторые исследователи разграничивают то, что повествуется (история — *the 'story'*) и как повествуется (дискурс — *the 'discourse'*). Сторонники узкого понимания нарратива [Genette, 1988, p. 17 и др.] относят к нему только вербальные тексты, такие как миф, легенда, басня, сказка, рассказ, эпос, трагедия, драма, комедия и т. д.; другие [Barthes, 1977; Chatman 1990; Bal, 1985] считают, что нарратив — это все, что содержит в себе повествование (роман, пьеса, танец, картинка, витраж, пантомима, комикс, кинофильм и т. д.). В настоящее время более популярно широкое понимание нарратива, охватывающее литературные и нелитературные, художественные и нехудожественные, вербальные и невербальные повествования. М. Йан [Jahn, 2005] предпринимает попытку упорядочить нарративные жанры в следующей схеме (см. схему 1, с. 93), в основу которой положена таксономия Р. Барта [Barthes, 1977].

Еще одна классификация включает следующие жанры, которые были описаны разными учеными:

- нарратив о личном опыте;
- библейский нарратив;
- детский нарратив;
- медицинский нарратив (врача или больного);
- семейный нарратив;
- судебный / юридический нарратив;
- исторический нарратив;
- музыкальный нарратив;
- кинематографический нарратив;
- ментальный / внутренний нарратив и т. д. [Jahn, 2005].

Схема 1



Функции нарратива

Рассматривая нарратив с позиций междисциплинарности, исследователи выделяют его упорядочивающую, информирующую, убеждающую, развлекающую, отвлекающую внимание, трансформирующую и темпоральную функции (Лиотар, 1998? Приводится по: Олешков, 2010, с. 49). М. Ю. Олешков также указывает на прагматические функции нарратива: идентификационную (когда говорящий идентифицирует себя как члена определенного социума), репрезентативную (относящуюся к взаимному самопредставлению коммуникантов в речевой ситуации), информационную (направленную на сообщение информации), дидактическую (связанную с тем, что говорящий как член социума передает собеседнику некую систему ценностей) [Там же].

Подходы

Выделяются два ведущих подхода к анализу нарратива.

Синтагматический подход (дискурсивная нарратология) основан на работах В. Проппа [Пропп, 1928] и рассматривает последовательность развития нарративного сюжета; при этом внимание исследователя направлено на цепочку действий и событий, темы, мотивы и сюжетные линии повествования.

Парадигматический подход восходит к структуралистским воззрениям К. Леви-Стросса. Он нацелен на рассмотрение моделей оппозиций, которые существуют внутри нарратива и способствуют развитию истории (повествования). Леви-Стросс уделяет особое внимание выбору стилистических средств, оформляющих нарратив, и прагматическим чертам социальной и культурной контекстуализации текста.

Промежуточное положение между ними занимает А. Треймас и его структурная семантика, цель которой — анализ конструирования смыслов и языка нарратива, идентификация различных его элементов, исследование взаимоотношений, их изменения и развития по мере разворачивания

нарратива. Категоризация Греймаса направлена на попытку объединить логику структурирования с определением функций и эмпирическим анализом. Для Греймаса главное — взаимоотношения между актантами, что, с точки зрения критиков, сближает его с Ф. де Соссюром. Как считают некоторые ученые [Hansen et al., 1998, p. 153], подход Греймаса можно считать редукционистским — он берет две теории, многое отбрасывает, но сохраняет суть, в результате чего его комбинированный метод очень эффективен.

К. Риссман [Riessman, 2004] выделяет 4 модели нарративного анализа: тематический, структурный, интеракционный и перформативный анализ.

1. Тематический анализ — это качественный метод, который не имеет четко очерченного набора техник и процедур. Основное внимание уделяется тому, что говорится, а не тому, как говорится. Данная модель предполагает внимательное чтение текста / просмотр фильма с последующим выделением тем и подтем. Далее создается таблица, в которой указываются повторяющиеся темы и подтемы, например:

Таблица 10. Тема «Американские ценности»

	Подтема 1 «Материальное благополучие»	Подтема 2 «Индивидуализм»	Подтема 3 «Самодостаточность»
Мультфильм «Шрек 1»			

В таблицу вставляются выдержки из текста (транскрипта), иллюстрирующие данные подтемы (инвентаризация примеров с указанием их расположения в тексте нарратива).

Рекомендации по заполнению таблицы:

- 1) цитаты должны быть короткими;
- 2) чтобы таблица была компактной, следует использовать сокращения и заранее разработанную систему кодирования;
- 3) в скобках следует указать место расположения цитаты (с использованием кодировки, например Q1).

Темы выявляются на основе поиска в тексте следующих единиц:

- вербальные единицы, семантика которых связана с темой;
- повторы;
- ассоциирующиеся с определенными темами слова и выражения;
- метафоры и сравнения;
- переходы от одной темы к другой, в том числе с помощью слов-коннекторов («потому что», «так как» и т. д.), указывающих на причинно-следственные и др. отношения;
- поиск того, что пропущено в тексте (пресуппозиций, фоновых знаний, аллюзий, реминисценций и т. д.).

2. Структурный анализ уделяет особое внимание тому, как ведется повествование, то есть механизму нарратива, направленному на убедительность рассказываемой истории. Цель этого вида анализа — понять, как повторяющиеся элементы, темы и текстовые модели в своей совокупности со-

здают набор универсалий, которые определяют характер повествования, и от таксономии элементов прийти к пониманию того, как совокупность элементов создает нарратив как единое целое.

3. Интеракционный анализ направлен на рассмотрение диалога между рассказчиком и слушателем и совместное творение смыслов этими двумя сторонами.

4. Перформативный анализ нацелен на исследование нарратива как действия и процесса. В ходе анализа рассматривается использование коммуникативных средств (слов, жестов и т. д.) для донесения до слушателя содержания истории.

При выборе подхода следует руководствоваться своими исследовательскими целями и задачами. Какой бы подход ни использовался, метод обязательно предполагает осмысление, детальный анализ, интерпретацию нарратива и теоретические выводы.

Сбор материала. Нарративный анализ как исследовательский метод предполагает использование двух техник: 1) выступивание или чтение повествований информантов; 2) наблюдение за действительными событиями, о которых повествуется. При этом важную роль имеет то, каким образом личные нарративы включаются в нарративы социальные, культурные и институциональные.

В качестве материала могут выступать письменные и устные нарративы — как уже существующие в виде писем, художественных произведений, кинонарративов и т. д., так и полученные в результате использования нарративного интервью [см., например, Журавлев, 1993], цель которого — реконструировать взаимосвязи между самими событиями, а также между событиями и контекстом, в том виде, в котором они воспринимаются рассказчиком. Такие интервью могут быть полуструктурированными или неструктурированными. Возможны разные подходы к проведению нарративного интервью: 1) исследователь просит респондента рассказать свою историю; 2) респонденту целенаправленно задаются вопросы (такие как «И что случилось?», «А дальше?», «А потом что произошло?»), ответы на которые складываются в личные нарративы. При составлении вопросника предполагается, что в нарративе респондента должны найти отражение:

1) последовательность событий, связь настоящего, прошлого и будущего в повествованиях о жизни (хотя вопросы не обязательно должны задаваться в хронологическом порядке);

2) осознание собственной роли и места рассказчика в цепи этих событий;

3) значимость контекста в разворачивании этих событий.

Нередко отправной точкой для повествования могут служить артефакты, такие как предметы искусства, народного творчества, фотографии, документы и т. д.

Полученные данные рекомендуется анализировать в трех аспектах: темпоральном, социальном и пространственном. Темпоральность проявляется в том, что повествование отражает многочисленные взаимодействия нарратора с другими участниками и прошлый опыт его автора. Социальность связана с мыслями, чувствами, нравственными оценками, отражаю-

щими отношение нарратора к окружающим людям и событиям, Пространственные характеристики обусловлены локальным контекстом, в котором разворачиваются описываемые события [Clandinin, Caine, 2008]. При этом предполагается детальное описание и анализ взаимоотношений между различными техническими и символическими элементами, кодами, конвенциями и т. д., демонстрация того, как эти элементы комбинируются и в конечном итоге формируют единое целое — нарратив.

Параметры нарративного анализа⁵

1. Характер дискурса, который включает:
 - дискурс повествователя (как изложение событий, так и высказывание оценок, мнений, комментариев и т. д.);
 - дискурс персонажа;
 - поток сознания;
 - внутренний монолог [Jahn, 2005].
2. Повествователь (нарратор) — рассказчик, «голос» нарративного дискурса [Genette, 1979; Lanser, 1981; Edmiston, 1989]. Задача повествователя как адресанта — установить коммуникативный контакт с адресатом (читателем, слушателем, зрителем). Повествователь решает, о чем повествовать, как повествовать, и что оставить за рамками повествования. Изложение одних и тех же событий разными людьми может быть различным и в то же время не противоречить истине. Степень значимости включаемой в повествование информации определяется нарратором. В процессе анализа за внимание исследователя переключается с того, что имеет место в действительности, на то, как это воспринимается и объясняется рассказчиком.

В зависимости от того, как обозначается присутствие повествователя в тексте, различаются явный и скрытый повествователи. *Явный* повествователь пишет от первого лица («я» или «мы»), прямо или косвенно обращается к читателю, используя конативную или апеллативную функцию дискурса, выражает эмоции, «вмешивается» в повествование, вводя туда философские или метанарративные комментарии, то есть такие, которые отражают присутствие явного «голоса». *Скрытый* повествователь не проявляет никаких признаков, обозначенных выше: никогда не упоминает себя, не обращается к читателю, ведет повествование нейтрально, не обозначает своего гендера, не вмешивается в повествование, позволяет событиям развиваться самим собою, в естественной последовательности и темпе; его дискурс не выполняет конативной, апеллативной или экспрессивной функции; такой повествователь не имеет явного «голоса» [Jahn, 2005].

О «голосе» повествователя [Aczel, 1998; Genette, 1979; Jahn, 2005] можно судить на основе анализа особенностей его языка: диалекта (например, Гекльбери Фини в одноименном произведении М. Твена или Элиза в пьесе Б. Шоу «Пигмалион»), социолекта, идиолекта, гендерлекта, фамильялекта и т. д.

⁵ При описании процедуры анализа использованы работы: Genette, 1979; Ricoeur, 1988; Fleischmann, 1990; Jahn, 2005 и др.

В связи с повествователем в нарративе также различают *содержание* и *субъективное выражение*. При повествовании от первого лица «я» может относиться к повествователю как стороннему наблюдателю (*narrating I* or *narrating self*) или к герою (*experiencing I*). Если повествователь — главный герой, говорят о «я» протагониста (*I-as-protagonist*), если второстепенный — о «я» свидетеля (*I-as-witness*). Можно также вести речь о повествовании от группы лиц (*we-narrative*) и т. д. [Jahn, 2005].

В рассказе *The Amish Farmer* [Bourjaily, 1989] повествователь — преподаватель литературы — от своего лица рассказывает студентам о молодом коллеге Ноэле, который приезжает в маленький городок в штате Индиана и привозит с собой жену, чувственную и красивую молодую женщину. У нее есть сын Джиммер, которого она родила от престарелого архитектора. Ни один мужчина не может остаться к ней равнодушным. Второй муж увозит ее подальше от чужих глаз на ферму, соседствующую с поселком аманитов — последователей епископа Аммана, христианской секты, члены которой живут в замкнутых общинах, свято чтя многовековые традиции. Она «влюбляет в себя» Дэниела, младшего сына фермера-аманита, который ради нее бросает все — свою семью, религию и традиции предков, что считается абсолютно недопустимым с точки зрения его окружения. Закончив повествование, преподаватель спрашивает студентов: а что если рассказать эту историю от лица других персонажей?

Студенты решают, что нет смысла строить повествование от лица Ноэля — он слабохарактерный неудачник, и изложение от его лица, будет банальной и жалкой историей бесхарактерного мужа, преданного женой. Или мог бы получиться фарс о человеке, который перехитрил сам себя, увезя жену в глушь и бросив ее в объятия фермера-аманита.

Другие студенты предлагают изложить историю от лица маленького Джиммера, чье понимание ситуации могло бы быть в чем-то более тонким и нестандартным по сравнению с взрослыми.

Если бы историю рассказывал Дэниел, это была бы серьезная психологическая драма, полная достоинства, чувства вины, молитвы и борьбы с самим собой. Читатель должен был бы решить, считать его виновником или жертвой.

В устах женщины-героини этот рассказ, решили студенты, был бы слезливой мелодрамой; но могла бы получиться и более сложная история, если допустить, что у нее сильный характер.

«А могла бы получиться трагедия?» — спрашивает преподаватель. Да, после некоторого обсуждения решает с его помощью класс, если бы историю вложить в уста старика-фермера, патриарха, который вел безгрешный образ жизни, установившийся со времен голландских фермеров-фаватиков XVII в. И вот он теряет сына, и весь веками установленный жизненный порядок для него рушится... Таким образом, смена повествователя может полностью изменить всю суть рассказа.

3. Персонажи

Действующих лиц нарратива можно анализировать по нескольким параметрам:

- 1) повествовательная vs. образная характеристика;
- 2) эксплицитная vs. имплицитная характеристика;
- 3) характеристика себя (автохарактеристика) vs. характеристика других (альтерохарактеристика).

Когда герой характеризует себя, это всегда субъективно: он пытается спасти свое лицо (использует ликосберегающие стратегии), поэтому таким характеристикам не всегда следует доверять. Если его характеризуют другие, то следует учитывать взаимоотношения героев, их место в социальной иерархии, а также то, дается ли характеристика персонажа в его присутствии или за глаза и т. д.

Кроме того, для исследователей представляют интерес *роли и функции* персонажей. В. Пропп выделил 31 функцию плюс субкатегории этих функций [Пропп, 1928].

В свою очередь, модель А. Греймаса [Greimas, 1966/1986] включает только шесть ролей:

отправитель	получатель
объект	субъект
сторонник	оппонент

В каждую из категорий может входить более одного персонажа. Персонажи могут переходить из одной категории в другую. Например, отправителем может быть отец, получателем — герой, объектом — человек, которого ищут, субъектом — также герой, оппонентом — враг или ложный герой и т. д.

4. Время, используемое в повествовании, делится на *нарративное прошлое*, *нарративное настоящее* и *историческое настоящее*. Последнее уподобляют замедленному действию в фильме *flashback*) *concurrent*) — описание событий, происходящих в момент повествования (например, дневник, репортаж с места события и т. д.);

- *проспективный (flash-forward)* — повествование о событиях в будущем.

В контексте нарративного анализа понятие времени приобретает особое значение, потому что рассказчик имеет над ним значительную власть. В нарратологии используются понятия *дискурсивного* и *нарративного* времени — первое обозначает реальную продолжительность описываемого периода, второе — время, затраченное рассказчиком на повествование о нем. Так, короткая фраза *Прошло десять лет* обозначает большой промежуток времени; с другой стороны, действие романа Дж. Джойса *Ulysses* происходит в течение суток, однако на прочтение романа, как правило, требуется больше времени, чем одни сутки [о времени в нарративе см. также Ricoeur, 1988].

5. События

- Порядок следования событий: они могут происходить одновременно либо в хронологической последовательности, которая предусматривает естественный ход событий; в свою очередь, анахрония предполагает отклонения от строгой хронологической последовательности, которые могут быть как непреднамеренными, так и преднамеренными со стороны повествователя. Приведем интересный, с нашей точки зрения, пример анахронии.

- Продолжительность события, частотность повторяющихся событий: события бывают однократные (*сегодня я ходил в ресторан*), повторяющиеся (*я пошел в ресторан; он пошел в ресторан*), итеративные (*я хаживал по ресторанам*), многократные (*я всегда хожу в ресторан*). Сюда же относится сказанное выше о нарративном и дискурсивном времени.

- Логика событий: тексты конструируются повествователем, поэтому события, как правило, выстраиваются не стихийно — в них есть определенная логическая последовательность, которая является результатом манипуляции, осуществляемой с определенными целями; повествователем устанавливаются причинно-следственные и иные логические отношения; нарушение логики тоже содержит информацию, например, о повествователе и может быть преднамеренным.

6. Пространство относится к сцене действия, которая является своего рода продолжением персонажа. Все в этом пространстве значимо и создает контекст для разворачивания нарратива, также представляющий собой важный объект анализа.

7. Взаимоотношения между категориями

Согласно подходу, предложенному К. Леви-Строссом и другими учеными, исследователей интересуют не только и не столько последовательность и хронология, сколько взаимоотношения между категориями. К. Леви-Стросс выделяет бинарные оппозиции (дихотомии): *черное — белое, мужчина — женщина, добро — зло, жизнь — смерть, слабость — сила, Восток — Запад, человек — природа, море — суша* и т. д. [Levi-Strauss, 1972]. Анализ бинарных оппозиций может использоваться для выявления смыслов, ключевых моментов сюжета, начала и конца нарратива и, соответственно, разворачивания конфликта, лежащего в основе главной сюжетной линии, а также для исследования авторского стиля, выявления повторяющихся тем и оппозиций.

8. Культурные пресуппозиции и интертекстуальные связи

Для анализа повествования важно не только то, что выражено в нем эксплицитно, но и то, что находится за пределами текста, играя при этом важную роль в формировании его содержания. Большое значение имеют культурные фоновые знания, аллюзии, реминисценции, а также связь с прецедентными текстами. Такого рода анализ позволяет дать глубинную интерпретацию нарратива.

Достоинства нарративного анализа

- 1) холистический подход к исследованию текста;

- 2) многоаспектность рассмотрения текста;

- 3) учет последовательности событий;

- 4) внимание к контексту;

- 5) учет прецедентности и интертекстуальных связей.

Основным *недостатком* нарративного анализа считается то, что интерпретация нарушает чистоту исследования, привнося в него субъективные авторские мнения и трактовки. Эта претензия предъявляется ко многим качественным, интерпретативным методам.

Области применения

Метод нарративного анализа широко используется в самых разных исследовательских областях. Ниже перечислены некоторые направления рассмотрения нарративов⁶:

- психоаналитическая нарратология;
- исторнографическая нарратология;
- нарратология о возможных мирах — исследование фикциональных нарративов;
- юридическая нарратология;
- гендерная нарратология;
- когнитивная нарратология;
- постмодернистская нарратология;
- культурологическая нарратология;
- политическая нарратология и т. д.

В коммуникативистике метод нарративного анализа может использоваться для анализа:

- 1) историй как инструмента, с помощью которого люди трактуют события и конструируют социальные миры;
- 2) закономерностей построения процесса человеческого общения;
- 3) факторов, участвующих в формировании идентичности коммуниканта;
- 4) динамики человеческой личности (например, возрастных и социальных изменений в течение человеческой жизни);
- 5) языка как средства конструирования реальности и т. д.

Важной сферой анализа, непосредственно связанной с коммуникативистикой, являются разделы *лингвистики*, изучающие особенности нарратива и языковые средства его формирования. В качестве примеров можно привести такие работы как: Tamir, 1976; Toolan, 1988; Fludernik 1993; Падучева, 1996; Ерофеева, Глазова, 2009 и др. Нарратология обеспечивает эффективный подход к исследованию этических проблем социальной жизни [Wilks, 2005], политического дискурса [Rabinowitz, 1987; Simpson, 1993; Каслова, 2003; Шейгал, 2007; Кириллов, 2007]. Он применим к изысканиям в области *межкультурной коммуникации* и может через нарративы Нарративный анализ также используется в литературоведении [Lanser, 1981; Aczel, 1998; Ryan, 2005a, 2005b], социологии [Wilks, 2005; Троцук, 2006], музыковедении [Echard, 1995] и т. д.

Медицинская нарратология непосредственно связана с коммуникацией в сфере здравоохранении. Процессы заболевания и выздоровления могут рассматриваться как нарративы в более широком контексте человеческой жизни [Kleinman, 1988; Hunter, 1991; Epstein, 1995; Калмыкова, Мергенталер, 2002]. Использование нарративов обеспечивает холистический подход к проблемам пациента и процессу лечения; способствует выявлению новых возможностей диагностики; позволяет обращаться к экс-

⁶ Приводимый список основан на следующей работе: Jahn, 2005.

стенциальным признакам, таким как боль, отчаяние, надежда, скорбь, обида и т. д., которые часто сопровождают заболевание; имеет терапевтический, успокоительный эффект.

Кинонарративы находятся в центре коммуникации между режиссером и зрителем. Кино связано с нарративом и имеет жанровую принадлежность. Поэтому в последние годы появилась тенденция применять к кино стратегии анализа нарратива и жанра, которые становятся ключевыми инструментами для исследования значений и смыслов всей кинопродукции.

Для понимания кинонарратива исследователю необходимо овладеть языком кино, структурой, кодами и конвенциями, лежащими в его основе, такими как замедленная съемка, усиливающая драматическую напряженность, методы и техники конструирования видео и аудиообразов.

Элементы «киноязыка» принято делить на технические и символические [Hansen et al., 1998: 132]:

технические: угол съемки, движение камеры, длительность кадра, освещение, глубина перспективы, звуковые эффекты, музыка, специальные эффекты, монтаж и т. д. (безупречная техническая конструкция, как правило, остается незаметной для зрителя);

символические: цветное или черно-белое кино, костюмы, предметы, игра актеров, декорации, расположение и т. д. (то, что видит зритель, в отличие от безупречной технической конструкции, и что становится объектом его интерпретации).

Эти элементы комбинируются в значимые системы кодов, в зависимости от целей авторов, у которых имеются альтернативные способы осуществить свой художественный замысел. Все технические и символические элементы вторичны по отношению к нарративу и подчинены ему. Исследователь кино заинтересован в анализе моделей организации текстов и взаимоотношений между текстами, а также конструировании значений / смыслов. Нарративный анализ помогает выявить, что общего у разных кинонарративов и таким образом определить закономерности, имеющие место при их формировании.

Сюжет фильма. Нарратив формирует цепь событий, конструирование времени и пространства фильма, динамику и структуру нарратива, взаимоотношение между причиной и следствием и т. д.

Жанр фильма оказывает влияние на характер кинонарратива. Так, например, в телевизионных новостях, в отличие от художественных фильмов, отсутствует традиционный сюжет — нарратив экстенсивен, а не последователен; происходит постоянное переструктурирование событий, повторяемость эпизодов и их расширение. Также специфичны сериалы, например, детективные, где герой в конце каждой предыдущей серии находится там же, где и в начале предыдущей — невредимый и готовый к дальнейшим действиям.

Если голливудские нарративы создаются по традиционным формулам, то так называемые альтернативные нарративы, в противовес голливудским, построены на противопоставлении им, нарушении ожиданий зрителя, привычных кодов и конвенций [Hansen et al., 1998, p. 158]. Так

П. Уоллен выделяет ряд параметров, по которым могут быть противопоставлены традиционный и альтернативный кинонарративы:

- нарративная транзитивность vs. нетранзитивность (хронологическая последовательность действий vs. пропуски, отступления, прерывание нарратива и т. д.);
- идентификация vs. отчуждение (эмпатия и эмоциональная вовлеченность в действие vs. прямое обращение к зрителю, множественность персонажей и т. д.);
- завершенность vs. открытость сюжета (самодостаточность нарратива, наличие завязки, середины и концовки vs. незавершенность и интертекстуальность);
- приятное vs. неприятное (развлекательный, приносящий удовлетворение vs. вызывающий досаду, провокационный характер нарратива);
- фикциональность vs. реалистичность (актеры в костюмах и гриме, разыгрывающие вымышленную историю vs. реальная жизнь, непрофессиональные актеры) и т. д. [Wollen, 1985; приводится по: Hansen et al., 1998, p. 158].

При проведении исследования кинонарратива рекомендуется учитывать следующее:

1) просматривать исследуемый материал необходимо минимум три раза (первый раз даже опытный исследователь следит за сюжетом, от которого следует отвлечься, для того чтобы анализировать другие параметры нарратива);

2) количество материала зависит от целей и задач исследования, его масштаба, финансов и времени, имеющегося в распоряжении ученого. Считается, что максимальное количество, которое целесообразно использовать для анализа, составляет 20 фильмов.

Устные и письменные учебные нарративы активно используются в исследовании *педагогического дискурса* и в *методике преподавания иностранных языков* как важный инструмент в развитии языковых способностей учащихся [например, Федорова, 2004].

Все сказанное выше позволяет заключить, что нарративный анализ — это многофункциональный метод, который может быть с успехом применен к исследованию различных параметров и сфер коммуникации.

Дискурс-анализ

Понятие дискурс-анализа, впервые введенное в научный обиход З. Хэррисом в 1952 г. [Harris 1952a; 1952b], постепенно обрело междисциплинарный характер и стало использоваться на стыке лингвистики, теории коммуникации, социологии, антропологии и ряда других наук. Можно утверждать, что этот метод, обладающий широкими возможностями, является самым разносторонним и многообразным из всех методов, позволяющих анализировать процесс человеческого общения.

Несмотря на огромное количество отечественных и зарубежных публикаций, посвященных исследованию дискурса, очень немногие из них

содержат описание самой пошаговой процедуры дискурс-анализа. Между тем, знание базовых практических подходов к дискурс-анализу чрезвычайно важно для его корректного применения.

Настоящий раздел не претендует на исчерпывающее описание дискурс-анализа и не пытается соединить несоединимое, свести в единую систему несовпадающие подходы и точки зрения, — мы преследуем более скромную цель: выделить некоторые параметры данного метода и указать возможности его практического использования.

Теоретические основы. Дискурс-анализ восходит к трудам ученых из разных дисциплин: антропологии [Hymes, 1972; Bauman, Sherzer, 1974; Duranti, 2001], различных направлений лингвистики [Van Dijk, 1972; Labov, 1972; Gumperz, 1974; Grimes, 1975; Демьянков, 1982; Степанов, 1995; Fairclough, 2003; Кибрик, 2003; Карасик, 2004], прагматики [Austin, 1962; Searle, 1969; Wunderlich, 1976], семиотики [Barthes, 1964; Eco, 1976; Kress, Leeuwen, 1990], когнитивной психологии [Wodak, Meyer, 2001] и т. д.

Т. А. ван Дейк полагает, что возникновение междисциплинарного поля исследования дискурса обусловлено следующими причинами: 1) интересом к естественному использованию языка в противовес абстрактным языковым системам и придуманным примерам; 2) необходимостью исследовать более крупные единицы, нежели изолированные слова и предложения — тексты, дискурсы, коммуникативные события; 3) включением в сферу лингвистики коммуникативных действий и интеракций; 4) учетом не только вербальных, но и невербальных аспектов коммуникации; 5) исследованием языка в социальном, культурном и когнитивном контексте; 6) обращением к ряду понятий, которые ранее игнорировались учеными, таким как когеренция, макроструктура, речевые акты, мена коммуникативных ролей и т. д. [van Dijk, 1981].

Дискурс-анализ представляет собой обширную группу разнообразных по своей сути, лингвистически ориентированных подходов. М. Л. Макаров определяет его как «интегральную сферу изучения языкового общения с точки зрения его формы, функции и ситуативной, социально-культурной обусловленности» [Макаров 2003: 99].

Особое место в этом междисциплинарном исследовательском поле занимает критический дискурс-анализ (КДА), восходящий к идеям М. Фуко [Foucault, 1977], который изучал репрезентационные свойства дискурса как инструмента власти. Основы КДА заложены в книге «Language and Control» [Fowler et al., 1979]. Основные представители КДА — «квартет» ученых, которые не составляют единую исследовательскую группу, а каждый имеет свою индивидуальную историю: Н. Фэрклаф (системно-функциональная лингвистика), Р. Водак (интеракциональные исследования), Т. А. Ван Дейк (лингвистика текста и когнитивная лингвистика), П. Чилтон — лингвистика, семиотика, коммуникативистика) [Blommaert, 2005, p. 21].

КДА фокусирует свое внимание на пересечении языка / дискурса / речи / социальной структуры. Н. Фэрклаф характеризует дискурс как промежуточный уровень между *текстом как таковым* и *социальным контекстом*, осуществляющим связь между внутренними отношениями

в тексте и его внешними отношениями [Fairclough, 2003, p. 37]. Дискурсы не только представляют мир в том виде, в котором он существует или видится нам, — они также проективны и изображают возможные миры, отличные от реального — такие, которые говорящие хотели бы создать [Ibid. P. 124]. Таким образом, к обозначенным выше признакам дискурса добавляется его способность конструировать социальный мир коммуникантов.

Сторонники КДА считают, что недостаточно вскрыть социальные измерения использования языка — эти измерения должны стать объектом моральной и политической оценки, а их анализ должен оказывать влияние на общество: давать власть тем, кто ею не обладает, наделять голосом тех, кто его лишен, вскрывать злоупотребления властью, поднимать людей на борьбу с социальной несправедливостью. КДА способствует активному вмешательству в социальные практики, которые он исследует, и дает рекомендации в отношении того, как это следует делать [Blommaert, 2005, с. 25]

Несколько иную точку зрения на дискурс-анализ выражают такие авторы как Дж. Поттер и М. Уэтерелл [Potter, Wetherell, 1987], М. Биллиг [Billig, 1992], Дж. Гилберт и М. Малкей [Gilbert, Mulkay, 1984]. Этот подход проявляет две отличительные черты на уровне эпистемологии и онтологии:

1. Дискурс-анализ *антиреалистичен*, т. е. не существует объективной реальности, которая ожидает своего адекватного описания, и поэтому неверно мнение о том, что исследователь в состоянии верно интерпретировать изучаемый им аспект социального мира.

2. Дискурс-анализ основан на *конструктивистских* подходах: упор делается на версии реальности, предлагаемые представителями исследуемого социального окружения, и их интерпретации. Дискурс предполагает выбор из множественных интерпретаций, в процессе дискурса конструируется определенное изображение действительности [Bryman, Bell, 2007, с. 535].

Согласно данной точке зрения, дискурс — это не просто нейтральный инструмент для передачи значений. Когда люди пишут или говорят, они ставят перед собой определенные цели. Приверженцы этого подхода определяют свой исследовательский стиль как «аналитическую ментальность» (*analytic mentality*), «скептическое чтение» (*skeptical reading*). Соответственно, задача дискурс-анализа — выявить используемые коммуникантами стратегии для производства того или иного воздействия [Bryman, 2008, с. 500 — 501].

Материал исследования. Дискурс-анализ отличается от других методов большей гибкостью и имеет дело с разными типами текстов. В качестве объекта анализа могут выступать естественные дискурсивные / речевые события (диалоги, монологи, полилоги); документы, электронная почта, тексты массовой коммуникации, художественной литературы и т. д.

В настоящее время наблюдается расширение понимания текста: от письменного документа — к устному, и далее — к широкому кругу предметов и явлений, способных выполнять коммуникативные функции, таких как фотография, тематические парки, ландшафтный дизайн, технологии, лифты, автостоянки, бани, соревнования по борьбе, автомобили и т. д. — всему тому, что может быть «прочитано». Недаром глава книги Э. Браймана

и Э. Белл, посвященная дискурсу-анализу, называется «Мир как текст» [Bruman, Bell, 2007, p. 550; см. также Ryan, 1998].

Какой объем материала считается оптимальным? Главный критерий — цели, которые ставит перед собой исследователь. В соответствии с ними, объем материала может варьироваться от одного текста до достаточно большого корпуса текстов. Как утверждает М. Л. Макаров, «оптимальный объем данных должен обеспечить корректность анализа и достоверность выводов» [Макаров, 2003, с. 102].

Инструментарий анализа. Одним из важных инструментов дискурсивного анализа является способ фиксации устного дискурса на бумаге, называемый транскрипцией. Подробное транскрибирование — трудоемкий процесс: нередко речевое событие длительностью в 45–50 минут может занять 30 страниц стандартного текста, а на подробную фонетическую запись пятиминутного сюжета с отображением интонации может потребоваться 25–30 часов [Макаров 2003: 102].

Дискурсивной транскрипции уделено много внимания в работе «Рассказы о сновидениях» [2009], авторы которой считают создание транскрипции для устного русского дискурса одной из основных задач своей работы. По их мнению, «преобразование исходного, разворачивающегося во времени дискурса в графический текст» представляет собой аналитическую процедуру, в процессе которой ученый должен принять для себя ряд решений, а именно:

- какие компоненты звука следует отразить в транскрипции, а какими пренебречь;
- каков инвентарь единиц, которые должны быть отражены в транскрипции;
- как возможно перейти от континуальности звука к дискретной транскрипции и т. д. [Там же. С. 29].

Нотационные системы, используемые разными исследователями, имеют ряд различий, иногда весьма существенных. К возможным вариантам записи вербальных компонентов относятся:

1) стандартная орфография (простой и быстрый способ записи, который, однако, не показывает потенциально значимые отклонения от норм; предпочтителен при компьютерной обработке корпуса текстов);

2) «литературная» буквенная транскрипция (учитывает типичные отклонения в произношении, например: *ye, gopla, xapna, gipne*, etc.; полезна для выделения значимых социальных или индивидуальных особенностей коммуникантов, отклонений от нормы и т. д.);

3) псевдофонетическая транскрипция (фиксирует большее число отклонений, чем литературная, например: *iw = of, b'cauz = because, askedche = asked you*, однако менее системна, используемые обозначения иногда двусмысленны и непоследовательны);

4) фонетическая транскрипция с использованием IPA (International Phonetic Alphabet — международного фонетического алфавита) — более точный и подробный способ записи, однако достаточно сложный, требующий специальной подготовки; затрудняет компьютерную обработку в связи

с отсутствием соответствующих символов на клавиатуре; предпочтителен при анализе устного дискурса на малоизвестных языках, особенно не обладающих письменностью [Макаров, 2003, с. 112].

Ниже приводится транскрибированный отрывок русской речи из книги «Рассказы о сновидениях» [2009, с. 689]:

0.0	1.	{ЧМОКАНЬЕ 0.2} -(0.3) Стал сниться /сон,	
1.1	2.	что я \опять-таки /лежу-у.	Конечный слог – фальцетом.
2.4	3.	-(0.5) по' '(0.2) Уже я себя вижу в \двух лицах:	
4.9	4.	что я /стою.	Конечный слог – фальцетом.
5.7	5.	-(0.2) и что-о я-а «(0.11) \лежу-у.	
7.2	6.	'(0.5) И-и 'из этого /света /появ- ляется ад -(0.1) \человек!	В начальной паузе шумный вдох.
10.3	7.	-(0.5) И /начинает мне Vговорить,	
11.6	8.	чтсм «(0.1) «Я же ведь тебя /пре- дупреждал!»,	
13.5	9.	и я /смотрю -(0.2) на него с таким недоумённым «(0.6) /видом,	Ускоренный фрагмент произ- носит тихо «в бочку». В паузе -(0.6) шумный вдох.
16.8	10.	(0.4) ээ(0.1) -во-от.	
17.6	11.	(0.1)/и\всё.	

А. А. Кибрик отмечает, что письменная фиксация устной речи требует решения множества сложных интерпретационных и технических проблем, неизвестных лингвистам, изучающим исключительно письменные тексты, поскольку необходимо записывать не «только слова», а также детали, без которых невозможен осмысленный анализ устного дискурса: просодию, смех, наложение реплик друг на друга, незаконченность реплик и т. д. [Кибрик, 2003, с. 15].

Авторы книги «Рассказы о сновидениях» [2009] указывают на то, что, помимо эксплицитных вербальных единиц (фонем, морфем, слов, синтаксических конструкций), в транскрипции необходимо отражать и отрицательные, или нулевые языковые формы – паузы, обусловленные физиологической потребностью сделать вдох, гезитацией, необходимостью спланировать следующий отрывок дискурса и т. д. Они фиксируют абсолютные паузы с помощью точек (в скобках указана длительность паузы), а заполненные обозначают литерой э, как в следующем приводимом ими примере:

1. Ну-у' ··· (0.1) ээ(0.4) ··· (0.1) там ··· (0.3) мы с сестрёнкой как-то-о/
гуляем,
2. (0.3)33(0.2) ··· (0.1) по –улице. [с. 29].

Для передачи невербальных компонентов могут быть введены дополнительные знаки. Например, в книге «Researching Communications» [Deacon et al., 1999, p. 318 – 319] используются следующие символы для обозначения аплодисментов:

xxx	тихие аплодисменты;
XXX	громкие аплодисменты;
xxxXXXXXxxx	тихие аплодисменты, переходящие в громкие и затем вновь затихающие;
-x-	изолированный хлопок;
-x-x-x-x-x-	неуверенные или периодически звучащие хлопки.

Системы транскрибирования достаточно разнообразны [например, Deacon et al. 1999: 317; Макаров 2003, с. 117; Culturally Speaking, 2007; Рассказы о сновидениях, 2009, с. 15 – 17; и т. д.; см. также Приложения 4–6]. Отсутствие унификации в известной степени осложняет фиксацию и расшифровку записи. В связи с этим важно, чтобы исследователь остановился на определенной системе и применял избранные им символы последовательно и однозначно.

Существует ряд компьютерных программ, назначение которых – облегчить процедуру транскрибирования, например, такие программы распознавания голоса как «Dragon Naturally Speaking» и «MacSpeech». Однако специалисты считают, что программы эти несовершенны. В частности, их настраивают под определенный голос, и они не «узнают» других голосов. Еще менее эффективна программа «Горыныч» – русская адаптация программы «Dragon», распознающая не более 30 – 40% предъявляемой лексики.

Для того, чтобы осуществлять транскрибирование вручную, предлагается использовать диктофоны с функцией автоматической перемотки и разной скоростью воспроизведения. Некоторые из них допускают присоединение ножного привода, с помощью которого можно останавливать и перематывать запись.

Для записи и воспроизведения записей могут также использоваться многофункциональные компьютерные программы, например «Express Scribe Transcription Playback Software» (многоканальный контроль, ножной привод, разная скорость воспроизведения звука и видео, управление файлами и т. д.). См. также перечень программ на сайтах: <http://digitalresearchtools.pbworks.com/Transcription+Tools> и http://annotation.exmaralda.org/index.php/Linguistic_Annotation. Некоторые транскрипционные компьютерные программы имеют дополнительные функции, такие как кодирование, количественный и/или качественный анализ текста.

Еще один исследовательский инструмент, используемый для характеристики микро- и макроконтекста интеракции – протокол дискурс-анализа, который включает:

- культурный контекст;
- время;

- место;
- состав участников;
- цель интеракции;
- форму;
- тональность общения;
- стиль дискурса [см., например, Макаров, 2003, с. 224; Леонтович, 2007].

В зависимости от целей исследования в протокол могут быть введены и другие параметры анализа.

Структура дискурса

В структуре дискурса различаются два уровня: макроструктура, или глобальная структура, и микроструктура, или локальная структура. Глобальная структура дискурса предполагает членение на крупные составляющие (эпизоды в рассказе, абзацы в газетной статье, группы реплик в устном диалоге и т. д.). В устном дискурсе границы между крупными фрагментами дискурса помечаются относительно более длинными паузами, в письменном дискурсе — графическим выделением (абзацами), специальными лексическими средствами, такими как *а, так, наконец, что касается* и т.п. «Внутри крупных фрагментов дискурса наблюдается единство — тематическое, референциальное (т.е. единство участников описываемых ситуаций), событийное, временн ́е, пространственное и т.д.» [Кибрик, 2003, с. 31].

В свою очередь, микроструктура, или локальная структура — это членение дискурса на минимальные составляющие, относящиеся к дискурсивному уровню [Там же. С. 30], такие как предикации, или клаусы, а также (в устном дискурсе) — интонационные единицы [Там же. С. 35].

Единицы анализа. В дискурсе сосуществуют единицы и структуры самой разной природы, выполняющие различные функции. При этом следует подчеркнуть, что интерес исследователей главным образом направлен на единицы коммуникации, а не языка.

Рассмотрим единицы дискурс-анализа более подробно. При этом будем иметь в виду, что они не однопорядковы, и задача выстроить их в иерархию сложна, а, может быть, и невыполнима. Выбор единиц зависит от целей исследователя. Главное условие такого выбора — обеспечить внутреннюю непротиворечивость в рамках конкретной работы.

Речевая ситуация — набор коммуникативных действий, составляющих единое целое и ассоциируемых с речью (или маркированных ее отсутствием). Примеры речевых ситуаций: церемония, ссора, охота, рыбалка и т. д. [Нумес, 2005, с. 7].

Речевое событие — вид деятельности или ее аспекты, которые напрямую определяются правилами и нормами использования речи; может состоять из одного или нескольких речевых актов. «Fire!» — это одновременно речевая ситуация, речевое событие и речевой акт. Но чаще одно входит в другое [Ibid. P. 8].

Речевой акт — уровень, промежуточный между грамматическим предложением и речевым событием, обусловленный как лингвистической формой, так и социальными нормами [Ibid. P. 8]. В структуре рече-

вого акта исследователи традиционно выделяют локутивный, иллюкутивный и перлокутивный акты.

Интеракционный, или коммуникативный, акт — минимально различимая единица коммуникативного поведения — более широкое понятие, нежели речевой акт, предусматривает не только и не столько действие, сколько *взаимодействие*. Т. ван Дейк включает в состав коммуникативного акта речевой акт говорящего, аудитивный акт слушающего и коммуникативную ситуацию [Van Dijk, 1981. Цит по: Макаров, 2003, с. 183]. Следует подчеркнуть, что коммуникативный акт может содержать не только речевые, но и неречевые действия партнеров по общению.

Коммуникативный ход — минимальный значимый элемент общения, развивающий взаимодействие и выражаемый вербальным или невербальным действием одного из участников; не всегда совпадает с речевым / коммуникативным актом, поскольку иногда реализуется с помощью последовательности речевых актов (сложного макроакта). Различаются иницирующие, продолжающие, поддерживающие, обрамляющие, закрывающие, ответные, фокусирующие, метакоммуникативные и др. ходы [Макаров, 2003, с. 183 — 184].

Реплика, или репликовый шаг — формально-структурная единица диалога, фрагмент дискурса одного говорящего, отграниченный речью других, то есть все, что сказано или сделано между менами коммуникативных ролей [Там же]. Репликовые ходы бывают простые (включающие один коммуникативный ход) и сложные (более одного коммуникативного хода).

Минимальная единица коммуникативного взаимодействия (интеракции) может обозначаться различными терминами: обмен, интерактивный блок, простая интеракция, элементарный цикл. Структурные обмены делятся на элементарные, или простые (двухшаговые типа *вопрос — ответ, просьба — обещание, приветствие — приветствие*) и сложные, или комплексные (*вопрос — ответ — подтверждение, вопрос — переспрос — уточняющий вопрос-ответ*) [Там же. С. 186].

Рассматривая дискурс с позиций лингвокультурологии, В. И. Карасик выделяет в качестве исследовательской единицы культурно маркированного дискурса культурный скрипт — «интерактивное событие, характеризующееся признаками стереотипности, сценарности и прескриптивности». Формальная схема скрипта реализуется через речевое действие (речевой акт); в качестве содержательных характеристик выступают нормы солидарности, которым коммуниканты следуют автоматически [Карасик, 2004, с. 453].

Категории дискурс-анализа. Набор категорий дискурс-анализа различается в зависимости от онтологических позиций ученых и их исследовательских интересов. Приведем некоторые примеры.

В. И. Карасик подразделяет категории дискурса на: 1) конститутивные; 2) жанрово-стилистические; 3) содержательные; 3) формально-структурные [Там же. С. 241 — 250]. Он выделяет следующие категории дискурс-анализа:

«1) участники общения (статусно-ролевые и ситуативно-коммуникативные характеристики);

2) условия общения (пресуппозиции, сфера общения, хронотоп, коммуникативная среда);

3) организация общения (мотивы, цели и стратегии, развертывание и членение, контроль общения и вариативность коммуникативных средств);

4) способы общения (канал и режим, тональность, стиль и жанр общения)» [Там же. С. 241].

М. Л. Макаров предлагает в качестве категорий дискурс-анализа:

1) меню коммуникативных ролей;

2) коммуникативные стратегии;

3) когезию и когеренцию дискурса;

4) метакоммуникацию [Макаров, 2003, с. 190 – 201].

Концептуализация процесса общения и построение соответствующей модели — сложная задача. Именно динамика часто становится камнем преткновения для ученых, занимающихся проблемами коммуникации в силу ее изменчивости, неуловимости и необратимости. Дж. Корбин и А. Стросс предлагают рассматривать процесс в терминах фаз, этапов, уровней, продвижения к цели, последовательности действий (Corbin, Strauss, 2008, р. 261).

Описанные выше категории могут послужить в качестве критериев анализа дискурса. Набор этих критериев может быть дополнен. Ниже мы попытаемся представить их в виде параметров дискурс-анализа, применяемых к практическому материалу в зависимости от целей и задач исследования. При этом не обязательно использовать все обозначенные параметры — они могут быть востребованы по мере необходимости.

Параметры дискурс-анализа

Участники общения

Возможные критерии, по которым рассматриваются участники общения:

- физиологическая, психологическая, социальная идентичность;
- статус;
- отправитель или получатель информации;
- характер самоидентификации;
- уровень коммуникативной, лингвистической и культурной компетенции;
- взаимоотношения между коммуникантами (история взаимоотношений, степень знакомства, психологический настрой, ролевые отношения, соотношение комплексов ценностей, степень асимметрии).

Отправитель и получатель различаются по своей функции в процессе коммуникации (источник / адресат), степени активности (отправитель более активен, чем получатель) и по характеру деятельности (кодировщик / декодировщик информации). В коммуникацию могут вступать отдельные личности (индивидуумы), малые или большие группы лиц и целые культуры, причем возможны их разные сочетания. Отталкиваясь от размышлений Ю. М. Лотмана о социально-коммуникативной функции текста, можно также выделить общение между аудиторией и культурной тради-

цией, читателем и текстом, зрителем и фильмом или телевизионной программой, общение со средствами массовой информации – т. е. коммуникацию между получателем и любым источником, передающим информацию. Кроме того, можно рассматривать коммуникацию на внутриличностном уровне (общение коммуниканта с самим собой, внутренняя борьба или внутренняя гармония, личностный рост и т. д.) [Леонтович, 2005, с. 37].

Контекст общения

Внутренний и внешний контекст. Термин «контекст» используется в теории коммуникации двояко. Эта двойственность, в частности, хорошо отражена в работах Э. Холла, который связывает понятие контекста с двумя совершенно различными, хотя и взаимосвязанными, процессами, один из которых осуществляется внутри организма человека, а другой – вне его. **Внутренний** контекст включает прошлый опыт коммуниканта, запрограммированный в его сознании и структуре нервной системы. Под **внешним** контекстом, в свою очередь, подразумевается физическое окружение, а также иная информация, имплицитно содержащаяся в коммуникативном взаимодействии, включая характер межличностных взаимоотношений между коммуникантами и социальные обстоятельства общения [Дарен. 1987; [Леонтович, 2005, с. 40].

Прагматический контекст включает:

- 1) речевой контекст, или ко-текст;
- 2) экзистенциальный контекст – «мир объектов, состояний и событий – все то, к чему отсылает высказывание в акте референции» [Макаров, 2003, с. 149];

3) ситуационный контекст, включающий тип деятельности, предмет общения, уровень формальности / официальности, статусно-ролевые отношения, место общения и обстановку, социально-культурную среду и т. д.

4) акциональный контекст – класс ситуаций, конструируемых самими речевыми действиями (речевыми актами);

5) психологический контекст – когнитивные процессы и регулятивы, реализуемые в процедурах порождения и интерпретации совокупностей языковых выражений, обусловленных структурой языка [Там же].

Форма коммуникации различается в зависимости от того, в каких условиях осуществляется общение, каким образом говорящий конструирует свой социальный мир, кто является его собеседником и т. д. [см. Леонтович, 2005, с. 38–39].

Коммуникация может быть прямой / косвенной и опосредованной / неопосредованной. При прямой коммуникации информация адресована непосредственно от отправителя к получателю. В косвенной коммуникации, которая преимущественно носит односторонний характер, информационными источниками являются произведения литературы и искусства, телевидение, газеты, Интернет и т. п.

Непосредственная и опосредованная формы общения различаются с точки зрения наличия / отсутствия в коммуникативной цепочке промежуточного звена, выступающего в роли посредника. Функции посредника может выполнять человек (например, передатчик, интерпре-

татор и т. д.) или техническое средство (телефон, телеграф, компьютер и т. д.).

Коммуникация, опосредованная техническими средствами, может, тем не менее, оставаться прямой (межличностной), например, при разговоре по телефону или переписке по электронной почте. При этом, однако, сокращается возможность использования определенных видов коммуникативных сигналов: мимики, жестов, прикосновений и т. д.

Виды коммуникативной деятельности, или модус общения, включают говорение, слушание, чтение, письмо и т. д. В связи с тем, что общение представляет собой двусторонний процесс, действия со стороны отправителя и получателя информации синхронизируются, являясь своего рода зеркальным отражением друг друга. Так, говорение всегда идет в паре со слушанием, а жестикуляция и мимика — в паре с их зрительным восприятием.

А. А. Кибрик указывает на то, что модус общения непосредственно связан с противопоставлением между устным и письменным дискурсом; при устном дискурсе используется акустический, а при письменном — визуальный канал передачи информации [Кибрик, 2003, с. 16].

Регистр общения соотносится с различием по формальности / неформальности, коррелирующим с модусом: письменный дискурс обычно более формален, чем устный [Там же. С. 19].

Анализ формы коммуникации также предусматривает рассмотрение ее тональности, жанра и стиля. В прагмалингвистическом аспекте В. И. Карасик противопоставляет серьезное / несерьезное (игровое, юмористическое), ритуальное / неритуальное, информативное / фасцинативное, фатическое — нефатическое общение [2004, с. 240].

Он также указывает, что дискурс можно анализировать в аспекте полноты, правильности, логичности высказываний; при этом критерием становится «концепт «правильно построенного дискурса» как идеального типа, с одной стороны, и возможных отклонений от этого типа, с другой стороны» [Там же. С. 239].

Содержательная составляющая

Тема говорящего — изначально обозначенная индивидуальным коммуникантом тематика общения.

Тема дискурса — тематика, устанавливаемая по мере утверждения ее интересубъективного статуса в процессе коммуникации [Макаров, 2003, с. 144].

Экспликатура — то, что выражено вербально в открытой, явной форме.

Импликатура — информация, выраженная в неявной форме, с помощью намеков, аллюзий и других видов косвенных речевых актов/

Референция — в самом широком смысле, обозначение объектов действительности средствами языка. По У. Серлю [Searle, 1969], референция представляет собой не имманентное свойство языкового выражения, а речевой акт.

Инференция — умозаключение на основе посылок, которые представляются коммуниканту правильными.

Пресуппозиция — та информация, к которой происходит отсылка в процессе высказывания. Н. Фэрклаф выделяет следующие виды пресуппозиций:

- экзистенциальные — о том, что существует;
- пропозициональные — о том, что может или будет иметь место;
- ценностные — о том, что хорошо или желательно;
- логические — выводятся из того, что выражено вербально;
- стандартные конвенциональные — выводятся из общепринятых представлений (максимы Грайса);
- нестандартные конвенциональные — стратегическое избегание эксплицитности [Fairclough, 2003, p. 55 — 60].

Сценарная составляющая (сюжетная линия)

Скрипт (сценарий) — когнитивная структура, которая используется для представления информации о стереотипных эпизодах и представляет собой заранее заготовленную причинную цепочку, отражающую привычную для носителей данной культуры последовательность действий / событий.

Социально-интерактивная составляющая

В рамках интеракционной парадигмы следует вести речь не о «передаче» сообщений и не об «обмене» информацией между коммуникантами, а о «совместном творении смыслов», когда сказанное одним из собеседников обретает смысл в контексте жизненного опыта, пресуппозиций, ценностей и эмоций другого.

Анализ социально-интерактивной составляющей предполагает выявление:

- 1) взаимосвязи высказываний в дискурсе;
- 2) мены коммуникативных ролей;
- 3) типов коммуникативного обмена;
- 4) коммуникативной инициативы;
- 5) коммуникативных стратегий и т. д.

Связность дискурса обеспечивается за счет когезии и когерентности. Когезия — это формально-грамматическая связанность дискурса. В свою очередь, когерентность (или когеренция) шире когезии: помимо формально-грамматических аспектов высказываний, она включает семантико-грамматические аспекты смысловой и деятельностной связанности дискурса [Макаров, 2003, с. 195].

Коммуникативный обмен представляет собой последовательность двух или более ходов. Н. Фэрклаф предлагает различать два вида коммуникативных обменов:

- обмен знаниями, то есть информацией;
- обмен действиями (в том числе нетекстуальными), то есть осуществление коммуникативных действий и побуждение к действиям других [Fairclough, 2003, p. 105].

Мена коммуникативных ролей предполагает, что говорящий становится слушателем, а слушатель — говорящим. Различают три типа «взятия шага»: а) с перебиванием; б) гладко; в) после паузы. В качестве сигналов

мены коммуникативных ролей могут выступать: интонация, паралингвистические средства, грамматические показатели, особенно синтаксические; социально ориентированные коммуникативные ходы и т. д. [Wunderlich, 1976].

Средства реализации коммуникативной инициативы включают эксплицитные и имплицитные директивы; способы смены коммуникативных ролей (коммуникант берет роль говорящего силой, перебивает, недослушивает); способы и пути развития темы (введение новой темы, важной для коммуниканта; защита и сохранение своей темы, отказ от развития чужой темы) установление тональности общения и т. д. [Дубинина 2007, с. 14–16].

Коммуникативная стратегия — это линия коммуникативного поведения, направленная на достижение поставленной цели. В качестве механизмов речевых стратегий могут выступать целеполагание, целеобразование, оценка ситуации, а в качестве их составляющих — аргументация, мотивация, выражение эмоций, размышление вслух, оправдание и т. д. [Сухих, Зеленская, 1998, с. 16].

Интертекстуальность — релевантное включение в дискурс или значимое исключение из него других текстов («голосов»); способ представления этих «голосов» (прямая, косвенная речь, цитирование, пересказ); их соотношение с авторским «голосом» и друг с другом (Fairclough, 2003, p. 192).

Эмоциональная составляющая

Релевантные проявления в дискурсе эмоций: свидетельства нервозности, запинки и поправки, колебание, резкие смены темы, тактика избегания, симпатическое невербальное поведение, повторы и т. д.

Процедура дискурс-анализа включает:

- 1) выбор текста (в широком смысле этого слова) для анализа;
- 2) формулировка целей анализа — нельзя проанализировать *все*, поэтому надо четко решить, на что будет направлено основное внимание;
- 3) транскрибирование текста (в случае анализа устного дискурса);
- 4) собственно анализ.

Дискурс-анализ можно структурировать как по перечисленным выше параметрам, так и хронологически, по мере разворачивания коммуникации.

Н. Фэрклаф выделяет следующие стадии дискурс-анализа:

- 1) анализ формальных свойств текста;
- 2) взаимоотношения между текстом и процессами текстообразования и интерпретации (движение от текста к дискурсу);
- 3) исследование влияния на дискурс ситуационных, институциональных и социальных контекстов [Fairclough, 2003, p. 152].

Существуют хорошо разработанные модели дискурс-анализа, в частности, в следующих работах: [Fairclough, 2003, p. 191 — 194; van Dijk, 2007, p. 18–20].

В качестве примера исследования, в котором проведен детальнейший анализ русского дискурса, следует указать уже упомянутый выше капитальный труд «Рассказы о свидениях» [2009], где используются следующие параметры: структура устного дискурса — основные элементы, канони-

ческие и неканонические явления: речевые сбои и затруднения, осложнения канонической структуры на стыке моно- и полипредикативности и т. д.

Достоинства и недостатки

Таким образом, дискурс-анализ можно охарактеризовать как эффективный исследовательский метод, нацеленный на извлечение необходимой информации из процесса коммуникации. С его помощью ученый стремится определить: 1) как организован дискурс; 2) какие смыслы в нем выражаются; 3) как он отражает социальный мир и взаимоотношения между коммуникантами; 4) как он связан с ситуацией общения; 5) с помощью каких коммуникативных средств осуществляется интеракция; 6) каким образом дискурс помогает конструировать социальный мир коммуникантов. Его основные достоинства:

- 1) возможность рассматривать коммуникативные явления в динамике;
- 2) подход к коммуникации с позиций интеракционности;
- 3) многоаспектность и многофункциональность;
- 4) глубокая разработанность ключевых понятий, инструментов и аналитических процедур;
- 5) учет микро- и макроконтеста коммуникации;
- 6) возможность проследить не только эксплицитные, но и имплицитные смыслы, продуцируемые в процессе коммуникации.

Наряду с обозначенными выше достоинствами дискурс-анализа, у него существует и ряд недостатков:

- 1) отсутствие общепризнанной нотационной системы;
- 2) субъективность при транскрибировании устного дискурса (разные исследователи могут по-разному записать один и тот же фрагмент аудиозаписи, а также выбрать то, что следует фиксировать);
- 3) возможность разных толкований, выходящих за пределы того, что непосредственно содержится в тексте; при этом встает вопрос о том, как далеко может заходить дискурс-анализ в интерпретациях;
- 4) наличие множественных вариантов процедуры анализа, которые обуславливают различные, подчас противоречащие друг другу, подходы, затрудняющие последовательное и систематическое использование метода.

Области применения

Как уже было сказано выше, возможности использования дискурс-анализа многообразны. С его помощью могут исследоваться как диалогические, так и монологические тексты, как естественная речь, так и художественная литература. Дискурс-анализ применяется при изучении практически всех видов коммуникации: политической, идеологической, экономической, педагогической, межкультурной, массовой и т. д. В качестве примеров можно привести исследования новостных и образовательных телевизионных программ [Deacon et al., 1999; Potter, Wetherell, 1994], научного [Gilbert, Mulka, 1984], медицинского [Жура, 2008], религиозного [Бобырева, 2007], виртуального [Лутовинова, 2009] дискурсов, межкультурного общения [Пермякова, 2007] ухаживания как типа коммуникативного поведения [Колоян, 2006], иерархической коммуникации [Дубинина, 2007], кино-текста [Леонтович, 2007а] и т. д. Изучается динамика изменения дискурса

в условиях глобализации, конструирование дискурса через тексты (например, научные или журналистику), особенности использования дискурса политическими деятелями с тем, чтобы узаконить собственное положение или оправдать свои действия, борьба дискурсов за доминирование, сосуществование дискурсов, конфликт риторики и реальности, причины, по которым некоторые значения занимают привилегированное положение, а другие становятся маргинальными и т. д. [Врумэн, Bell, 2007, p. 548; Врумэн, 2008, p. 500]. Пример дискурс-анализа применительно к межкультурной коммуникации содержится на с. 144–152; применительно к коммуникативной инициативе — в Приложении 7.

Конверсационный анализ

Подлинное свое бытие язык обнаруживает
лишь в диалогах.

Л. В. Щерба.

Конверсационный анализ — это качественный метод, предусматривающий скрупулезный анализ беседы как интеракции в естественных условиях общения. Беседа (*conversation*) рассматривается как серия коммуникативных действий, организованных в соответствии с предустановленными моделями. В отличие от интервью, это естественная, а не искусственно созданная (постановочная) коммуникация. Смысл рождается в интеракции, а не является результатом механической передачи информации. Подход применим как к бытовой, так и институциональной беседе.

Подходы. Конверсационный анализ тесно связан с теорией речевых актов (в частности, с трудами Дж. Л. Остина и Дж. Р. Серля, Г. Хабермаса и др.) и дискурс-анализом, разновидностью которого его считают многие ученые. История метода в особенности ассоциируется с именем Г. Сэкса (Harvey Sacks), который заложил его основы в 60-х годах XX в.

Кроме того, конверсационный анализ имеет непосредственное отношение к этнометодологии — микросоциологической форме анализа, разработанной Г. Гарфинкелем (Harold Garfinkel). Этнометодология рассматривает социальный порядок не как данность, ограничивающую индивидуальное действие, а как нечто, возникающее и осуществляемое в результате коммуникативного взаимодействия. Вопреки названию, этнометодология не является исследовательской методикой — это скорее изучение методов, используемых в ежедневной жизни, через посредство которых вырабатывается социальный порядок.

С годами сторонники этнометодологических исследований разбились на два лагеря: первые опирались на традиционные методы социологических исследований [например, Cicourel, 1968], в то время как вторые [Schegloff, Sacks, 1973; Sacks et al., 1974; Sacks, 1995; Schegloff, 2007] пользовались тонким анализом беседы в естественных ситуациях общения. Объект интереса

при этом — не беседа как таковая, а беседа как вид социального взаимодействия [Grujan, Bell, 2007, p. 531].

Центральное место в этнометодологии занимают две идеи, находящие свое отражение в разговорном анализе — индексальность и рефлексивность. *Индексальность* указывает на то, что значение слов или высказываний, включая звуки и паузы, зависит от контекста. *Рефлексивность* означает, что произнесенные слова являются конститuentами социального мира, в котором они локализованы; речь — это не просто репрезентация социального мира — ее роль намного существеннее, чем замещение чего-либо. В этой связи этнометодология в значительной степени совпадает с двумя аспектами качественных исследований — склонностью к контекстуальному пониманию действия и онтологической позицией, ассоциируемой с конструкционизмом [Deacon et al., 1999, p. 305–309]. В беседе индексальность проявляется в том, что смысл слов контекстуально обусловлен, а рефлексивность — в трактовке беседы как конституирующего фактора социального контекста, в котором она осуществляется.

Конверсационный анализ ограничен тем и только тем, что продуцируется и воспринимается собеседниками во время взаимодействия. Его основная задача — вскрыть и объяснить обычно невидимые, скрытые, молчаливо подразумеваемые нормы и процессы, являющиеся основополагающими для коммуникации, освободив анализ от взглядов и идей исследователя, в чем проявляется стремление к объективности. При этом ученые исходят из признания того, что существует общая для коммуникантов intersubjective реальность.

Суть разговорного анализа сводится к следующим базовым положениям:

- анализ должен основываться на эмпирических данных, а не на теоретических выкладках;
- это синхронический методологический подход, анализирующий то, что происходит в реальном времени (в противовес, например, устной истории — *oral history*);
- исследователи сориентированы на анализ речевых действий, проявляющихся в беседе;
- беседа структурирована и упорядочена, она включает инвариантные модели, которые осознаются не только исследователями, но и коммуникантами; в связи с этим сторонники разговорного анализа воздерживаются от приписывания мотивов говорящим на основе их индивидуальных характеристик как от нерелевантной информации;
- беседа создается в контексте и, соответственно, должна анализироваться в контексте;
- беседа трактуется как вид социального взаимодействия, средство постоянного мониторинга себя и других.

Сходство дискурс-анализа и разговорного анализа заключается в том, что оба они отталкиваются от структуры, а не от функций; похоже выделяют сегменты дискурса [Макаров, 2003, с. 98], направлены на анализ речевых действий и учитывают роль контекста, в котором осуществляется коммуникация.

Несмотря на существенное сходство между конверсационным анализом и дискурс-анализом, ученые усматривают между ними некоторые различия:

- дискурс-анализ в большей степени имеет психологическую, а конверсационный анализ — социальную основу;
- конверсационный анализ менее формален и более интерпретативен, чем дискурс-анализ;
- конверсационный анализ сосредоточен на взаимодействии, в то время как дискурс-анализ направлен на исследование более широкого набора языковых практик с точки зрения закономерностей формирования дискурса и его функционирования [Wooffitt, 2005, p. 99–100];

М. Л. Макаров пишет о том, что логично было бы вести речь об интеграции конверсационного анализа в междисциплинарный дискурс-анализ, в пользу чего говорит само соотношение категорий «дискурс» и «разговор»: разговор является частным случаем дискурса, а не наоборот [Макаров, 2003, с. 99].

Цель. Конверсационный анализ направлен на рассмотрение беседы как значимого коммуникативного поведения, предполагающего определенную последовательность и взаимосвязь структур устного дискурса в определенном социальном контексте. Главные закономерности, которые являются объектом анализа, — это не индивидуальные речевые акты, а то, как они соотносятся друг с другом. Конверсационный анализ рассматривает беседу с точки зрения правил и структур, обуславливающих возможность использования языка в условиях устной коммуникации; он показывает, как следует участвовать в беседе, чтобы реализовать интересубъективное понимание социального процесса и межличностных взаимоотношений. В центре внимания исследователей — способы комбинирования слов, словосочетаний, высказываний для целенаправленного построения коммуникативных действий и взаимодействий. При этом беседа рассматривается как социальная-но-институтивная деятельность [Deason et al., 1999, p. 306].

Материалом анализа является устная беседа (диалог или полилог, но не нарратив).

Параметры анализа

Конверсационный анализ изучает следующие составляющие коммуникации:

- средства начала или завершения беседы;
- коммуникативные ходы;
- поддержание и развитие темы беседы;
- осуществление переходов от одной темы к другой;
- распределение коммуникативных ролей;
- меню коммуникативных ролей, или взятие репликового шага;
- последовательность коммуникативных действий;
- смежные репликовые пары;
- предпочитаемые / не предпочитаемые реплики;
- «исправление ошибок» в коммуникации и т. д.;

Поясним некоторые из упомянутых здесь понятий.

Смежные пары [Schegloff, Sacks, 1973] – это взаимонаправленные реплики, принадлежащие разным говорящим (инициатива vs. ответ – реакция на инициативу), такие как: вопрос – ответ, жалоба – оправдание, приветствие – согласие, приветствие – приветствие, прощание – прощание и т. д. Подобные смежные пары знаменуют собой определенную предсказуемость и структурированность нормативной коммуникации, например:

A: How are you? [greeting]

B: How are you? [reciprocation]

или:

A: Mum? [summons]

B: Yes? [acknowledgement]

или:

A: Have you got any roasted peanuts [request]

B: Sure (puts packet on the counter) [compliance] [Hutchby and Wooffitt, 1997. Приводится по: Antaki, 2003].

Нередко одна и та же фраза может быть одновременно и инициативой и реакцией, благодаря *принципу двойной контекстуализации*. Последний заключается в том, что высказывания представляют собой взаимосвязанные коммуникативные действия: каждое из них зависит от предшествующих высказываний и создает условия для дальнейших высказываний, то есть вытекает из прошлого и проецируется в будущее.

Однако иногда вторая реплика в паре не является непосредственной реакцией на предыдущую, она может означать нежелание ответить на вопрос, «перевод стрелок» не другого коммуниканта, непризнание авторитета собеседника и брошенный ему вызов, переспрос и т. д., что нарушает предсказуемость процесса коммуникации. Реакция на реплику может по-разному определять ее характер. Например, если коммуникант говорит: «Ты помоешь посуду?», то реакция: «Да» делает первую реплику вопросом; «Ладно, сейчас» – просьбой; «Да-да, извини, я как раз собираюсь» – жалобой или упреком.

Тем не менее, и это нарушение обнаруживает черты регулярности, которые в рамках разговорного анализа трактуются в терминах *предпочтительных / непредпочтительных (preferred vs. dispreferred) коммуникативных действий* [Pomerantz, 1984]). Существуют неписанные социальные правила, в соответствии с которыми определенные коммуникативные действия предпочтительны по сравнению с другими. Например, согласие в ответ на приглашение предпочтительно по сравнению с отказом; уклончивый отказ предпочтителен по сравнению с прямым отказом; в связи с чем перотказ оказывается более частотным [Pomerantz, 1984; Schegloff, 2007]. Сказанное выше может быть продемонстрировано на следующих примерах:

А. Пойдем завтра в кино?

Б. (пауза) Мне очень бы хотелось, но завтра у моей мамы день рождения.

Реплика «Б» считается непредпочтительной, она маркируется паузой и интонацией, выражающей колебание. Интересно отметить, что одно только колебание могло бы расцениваться как отказ:

А. Пойдем завтра в кино?

Б. (пауза) Ну...

Отрицательный ответ, не маркированный паузой и колебанием, мог бы быть воспринят собеседником как отклонение от нормы и откровенная грубость:

А. Пойдем завтра в кино?

Б. Нет.

Следование нормам выступает как критерий intersубъективного взаимопонимания. Таким образом, пишет Ч. Антаки, говорящий выбирает из следующих возможностей: ожидаемый (предпочтительный) и неожиданный (непредпочтительный) ответ, каждый из которых может быть маркированным или немаркированным (Antaki, 2003).

Из приведенных примеров видно, что неотъемлемой частью беседы является интерпретация. Если говорение представляет собой явное действие, то интерпретация — скрытое действие. Коммуниканты должны интерпретировать не только то, что говорится, но и то, что выражается иными способами, намеренно и ненамеренно. В ходе общения его участники наблюдают за реакциями своих собеседников и в случае необходимости корректируют свои действия (исправляют коммуникативные ошибки). Таким образом, различаются действия со стороны того, кто допустил ошибку, и со стороны его собеседника. Конверсационный анализ показывает, как этот процесс разворачивается в ходе обмена репликами.

Процедура

Особое внимание в конверсационном анализе уделяется записи беседы, ее транскрипции и анализу как последовательности интеракций. Четкая кодификация процедур сближает конверсационный анализ с позитивистскими подходами, однако он считается преимущественно качественным методом. Это не означает, что в процессе анализа ничего не подсчитывают или не выводят закономерностей — но внимание сосредоточено на взаимодействии. Исследователи, использующие конверсационный анализ, обычно весьма скептически относятся к цифровым / количественным данным, но иногда пользуются ими.

Процедура предусматривает неодинаковое количество шагов у разных исследователей. Суммируя различные подходы, можно выделить следующие основные этапы анализа:

1) запись материала на носитель информации (диктофон, видеомagnetофон и т. д.), которая сохраняется и после того, как сделана транскрипция, чтобы в случае необходимости к ней можно было вернуться;

2) транскрибирование, цель которого — как можно более детально передать то, что говорилось и как говорилось; транскрипция позволяет обратить внимание на то, что игнорируется в обычной коммуникации, и провести детальный анализ интеракции;

3) выбор из транскрипции эпизодов для анализа в зависимости от целей исследования;

4) интерпретация с целью выявить типичные характеристики коммуникации на основе здравого смысла — как люди строят беседу с точки

зрения последовательности высказываний и их взаимосвязи между собой;

5) анализ интерпретации — объяснение причин того, почему люди именно так строят беседу;

6) сопоставление с аналогичными случаями в других беседах, что позволяет вывести определенные закономерности.

Для разговорного анализа важно все, включая паузы, вздохи, запинки, растягивание звуков, перевод дыхания и т. д., если они значимы для интеракции. Анализ должен быть очень подробным, нельзя игнорировать детали беседы как незначительные, не повредив связному и эффективному анализу. Кроме того, проводится исследование моделей участия (*patterns of participation*): кто к кому обращается, кто отвечает, есть ли у коммуникантов склонность переводить разговор на другую тему, каковы правила смены ролей в контексте социальных взаимосвязей, иерархических / вертикальных и равных / горизонтальных взаимоотношений и т. д. Повторяющиеся черты рассматриваются как инструменты организации беседы. Чтобы беседа протекала гладко, коммуниканты должны пользоваться одними и теми же кодами. Мена ролей может также рассматриваться как места стыков между репликами (коммуникативными действиями) разных участников.

Раньше сторонников разговорного анализа упрекали в том, что они игнорируют язык тела, но в настоящее время использование видео помогает решить эту проблему. Исследуются также смех и аплодисменты аудитории — когда и почему они возникают во время публичных выступлений. Описывается, как лектор останавливается, наклоняется к аудитории, повышает голос и т. д. Иногда сторонники разговорного анализа обращаются к рассмотрению интеракций с помощью исключительно только невербальных средств, с применением тех же методов, шагов, инструментария и т. д., что и при анализе устной беседы.

Чтобы доказать сказанное выше, рассмотрим следующий пример, приведенный в работе Г. Гоулдула [Goldkhal, 2003]. Человек на улице подходит к газетной стойке, чтобы купить утреннюю газету. Он достает монету и кладет ее на столик перед продавцом, берет газету со стойки и уходит. В это время продавец берет со стола монету и кладет ее в кассу (коммуникация без слов).

С точки зрения автора, в этом взаимодействии могут быть идентифицированы четыре составляющих: предусловие (*precondition*), деятель (*performer*), результат (*result*) и адресанты (*addressees*). Предусловием является то обстоятельство, что для привлечения клиентов продавец должен был выложить газеты на стойку. Покупка — это взаимонаправленное действие, в связи с чем каждый из коммуникантов может рассматриваться и как адресат, и как адресант. Газетная стойка выступает как контекст коммуникации. Оба коммуниканта осуществляют мониторинг действий друг друга. То, что взаимодействие осуществляется молча, означает, что оба коммуниканта воспринимают действия друг друга как социально приемлемые. Если бы это было не так, продавец сказал бы что-то вроде: «Зачем хватаете газету?». Действие «оплата за газету» многофункционально и выражает несколько

социальных значений, основанных на пресуппозициях — это одновременно и выражение намерения купить, и просьба продать, и акт покупки. Интеракция суммируется в следующей таблице:

Таблица 11

№	Предусловие	Действие	Результат	Адресант
1	Газеты для продажи	Продавец: выложил газеты	Газеты на стойке	Потенциальные покупатели
2	Изучение газет, решение купить	Покупатель: покупает	Деньги на стойке	Продавец (смотрит, как платят)
3	Деньги на стойке	Продавец: принимает оплату	Деньги в кассе	1) Продавец (получает оплату) 2) Покупатель (наблюдает за получением денег)
4	Предлагаемая газета	Покупатель: берет газету со стойки	Газета в руках покупателя	1) Покупатель (может читать газету) 2) Продавец (смотрит, как взамен уплаченных денег покупатель берет газету)

Инструментарий конверсационного анализа включает *протокол*, в котором должна содержаться следующая информация:

- формулировка цели анализа;
- описание места осуществления коммуникации;
- описание участников (с соблюдением всех необходимых процедур сохранения их анонимности);
- описание стратегий сбора данных;
- описание моделей построения беседы, выявленных в процессе анализа эмпирических данных;
- интерпретация моделей во всех контекстах, в которых они были обнаружены;
- сопоставление полученных результатов с теми, которые уже имеются в научной литературе.

Достоинства и недостатки

К *достоинствам* конверсационного анализа относятся:

- 1) возможность проследить шаг за шагом процесс разворачивания беседы;
- 2) учет контекста коммуникации;
- 3) проведение анализа на основе *наблюдаемого* коммуникативного взаимодействия между участниками, что снижает риск неправомερных спекуляций и привнесения в контекст содержания, которое является плодом фантазии интерпретатора; то есть предполагается высокая степень объективности.

Недостатки конверсационного анализа — это продолжение его достоинств:

1) рассматривается только то, что можно пронаблюдать во время данной конкретной беседы; игнорируется информация, находящаяся за ее пределами (биографические сведения о коммуникантах, их социальная принадлежность, верования, presuppositions, фоновые знания и т. д., если только они не становятся эксплицитной или имплицитной темой беседы);

2) исключается более широкий контекст, а следовательно, не учитывается то место, которое данная беседа занимает в непрерывном процессе коммуникации;

3) следствием становится формализм, мешающий понять, какими образами микроструктуры, составляющие беседу, соотносятся с более масштабными процессами, частью которых они являются — обществом, культурой, идеологией и т. д.

Таким образом, ученые двойственно оценивают принцип, согласно которому конверсационный анализ «оставляет за скобками» все, что не присутствует в беседе как таковой.

Области применения

Конверсационный анализ используется в теории коммуникации, лингвистике, социологии, антропологии, психологии, педагогике, методике и т. д. Его применяли при изучении семейной коммуникации, диалога между человеком и компьютером как имитации естественной беседы (последовательная организация беседы, длительность шага, очередность говорения / слушания и т. д.); построения процесса обучения иностранному языку в соответствии с механизмами и закономерностями естественной коммуникации; при сопоставлении особенностей организации беседы в кросскультурном аспекте с учетом ценностей, верований, типичного поведения членов культурной группы и т. д.

Методы теории координированного управления смыслами

Мир слов порождает мир вещей.
Жак Лакан

Дефиниция и подходы

Теория координированного управления смыслами (*coordinated management of meaning* — сокр. СММ), созданная Б. Пирсом (B. Pearce), В. Кропеном (V. Cronen) и другими учеными в середине 70-х годов XX века, — это одна из самых ранних теорий, которые родились непосредственно в недрах коммуникативистики, а не были привнесены в нее извне, из других социальных наук. Она относится к разряду коммуникативных теорий, созданных в рамках социокультурной традиции, и восходит к таким научным направлениям как социальный конструкционизм, прагматизм, символический интеракционизм, риторика, нарративизм, в психологии и организационной коммуникации, этнометодология, интерпретативная

этнография и т. д. Теория постоянно дополняется и пересматривается [см. личный сайт Б. Пирса http://www.pearceassociates.com/essays/research_menu.htm].

Цель теории и ее основное содержание⁷

Основная цель теории координированного управления смыслами заключается в улучшении существующих социальных миров путем оптимизации качества человеческого общения [Pearce, 2001].

Сторонники СММ разграничивают действительность как таковую и то, что мы говорим (думаем или знаем) о ней. Социальные миры не являются данностью, они создаются самими коммуникантами в процессе общения. Эти миры разнообразны, изменчивы и открыты для перемен. «У всех существ есть окружение, — пишет Б. Пирс, — и лишь у человека есть мир» [Ibid].

В основе теории — т. н. «коммуникативная перспектива» — взгляд на коммуникацию, а не *через* нее. В противовес мнению тех, кто считает общение лишь одним из видов человеческой деятельности, инструментом, вспомогательным средством для передачи информации (т. н. «почтовая модель коммуникации» — *post-office communication model*, отражающая передачу сообщения от отправителя к получателю), Б. Пирс полагает, что коммуникация есть форма человеческого существования, в связи чем основное внимание ученых направлено не на коммуникантов, а на сам процесс человеческого общения.

Сущность положений, лежащих в основе СММ, можно суммировать следующим образом:

- 1) системный взгляд на коммуникантов с учетом их прошлого, будущего и сети отношений; при этом организации, семьи, нации и т. д. (*persons-in-conversation*) рассматриваются как кластеры людей, для которых коммуникация является формой существования;
- 2) подход к коммуникации как к воплощению лишь одной из тысяч возможностей; исследователей интересует, почему именно данная возможность была реализована;
- 3) основное внимание уделяется моделям взаимодействия как контексту, в котором именуются объекты, рассказываются истории и разворачиваются нарративы;
- 4) объекты и события социальных миров рассматриваются как «локальные» условия более универсальных процессов коммуникации, создаваемых людьми коллективно и индивидуально;
- 5) качество коммуникации имеет судьбоносное значение как для личной жизни людей, так и для социальных миров, в которых они существуют;
- 6) каждое коммуникативное действие представляет собой творческий акт, в процессе которого коммуниканты создают нечто, не существовавшее ранее и становящееся контекстом для последующих коммуникативных действий;

⁷ При описании теории использованы следующие работы: Pearce, 1989; Pearce, 2001; Pearce and Kearney, 2004; Pearce, 2006.

7) используемый коммуникантами язык также судьбоносен — он выделяет одни предметы и явления и игнорирует другие, выражает отношение к тому, о чем идет речь, координирует человеческие действия и т. д.

Считая полезной так называемую «иерархическую модель» множественных контекстов, составляющих основу коммуникативных действий, коммуникантами и т. д., Б. Пирс, однако, указывает на ее статичность по сравнению с реальной жизнью. В качестве альтернативы он предлагает точку зрения, согласно которой каждый момент коммуникации включает открытые для креативных действий в настоящем и задающие направление движения в будущем. Выбор коммуникативных действий (говорение или молчание, движение вперед, по направлению к собеседнику или от него, решение строить или разрушать) реализует одну (или некоторые) из неограниченных возможных коммуникативных действий, определяющих то, каким будет будущее [Pearce, 2001].

Ключевыми понятиями СММ являются координация, когеренция и тайна.

Координация — это процесс согласования коммуникативных действий разных людей, который ведет к формированию коммуникативных паттернов, обуславливающих эффективное общение в социуме. Использование понятия координации позволяет утверждать, что все события и объекты социального мира совместно конструируются многими коммуникантами, и рассматривать коммуникацию системно, сосредоточившись на паттернах и взаимоотношениях, а не на изолированных предметах и индивидах. Процесс коммуникации непрерывен, действия разворачиваются во множественных контекстах. Невозможно полностью раскрыть смысл какого-либо действия, поскольку оно связано с неограниченным количеством отношений и контекстов и проецируется на неопределенное будущее.

Когеренция имеет непосредственное отношение к процессам смыслообразования через посредство «историй», которые люди рассказывают о своей жизни. Смыслообразование, по Б. Пирсу, есть неотъемлемое свойство человека, который повествует о собственной идентичности, среде своего существования, окружающих людях и их действиях, «героях, дураках, мудрецах, негодях» и т. д. Предполагается, что эти «истории» связаны и последовательно описывают социальный мир личности. При этом, говорит Б. Пирс, вполне вероятно, что рассказываемые «истории» могут быть не идентичны реально переживаемым, поскольку являются плодом личностной интерпретации окружающего мира и осмысления собственной жизни коммуниканта. Личность выбирает, что рассказать, а о чем умолчать, каким образом представить информацию. Различия в используемых языковых средствах, сюжете, временной отнесенности, рефлексивности и т. д. имеют важное значение для конструирования социальных миров коммуникантов. Противоречие между рассказываемыми и переживаемыми «историями» создает напряжение и является динамическим средством, обуславливающим сложный спектр человеческих взаимоотношений.

Понятие *тайны* (*mystery*) связано с тем, что действительность намного сложнее, тоньше и богаче, нежели любой набор взаимосвязанных историй о ней. Вселенная бесконечна, в то время как набор человеческих представлений о ней конечен и субъективен. Существует непознанное и непознаваемое, которое Б. Пирс обозначает термином «тайна». Наличие этого понятия заставляет ученого задаваться вопросами о том, почему в конкретной коммуникативной ситуации из тысяч возможностей была выбрана та или иная линия поведения; исследовать коммуникативные сбои и «трещины» в общении; рассматривать модели человеческого поведения с точки зрения того, что стоит за ними и чем они обусловлены. Это позволяет также спрашивать себя и других: можно ли было в этой ситуации поступить по-другому и если да, то как?

На основе сказанного выше выводится определение коммуникации как двустороннего процесса координирования действий и смыслообразования, или управления смыслами. Координация действий осуществляется в действительности, смыслообразование / управление смыслами — в историях, рассказанных о ней.

Материалом исследования являются живые диалоги, коммуникативные ситуации, ролевые игры и т. д. При сборе данных исследователи используют традиционные методы: включенное и невключенное наблюдение, интервью, контент-анализ, нарративный анализ и т. д. Специалистами в области СММ накоплено большое количество кейсов, на основе которых сделаны серьезные выводы и разработаны базовые положения теории.

Отличия от других методов исследования:

- сторонников СММ наиболее интересуют такие явления как модели скоординированных действий, поочередная последовательность интеракций и т. д.
- рассматриваются более широкие социальные и дискурсивные структуры (такие как класс, гендер, раса), формируемые как паттерны специфических коммуникативных действий;
- герменевтический анализ должен предшествовать интервенции (вмешательству в виде эксперимента, предполагающего манипулирование переменными) и критическому анализу коммуникации;
- в основе анализа — идея полисемичности социального мира: каждое высказывание и действие значимо и может иметь множественные интерпретации; каждое из них открыто для переосмысления и повторных интерпретаций, в результате чего сторонники СММ не пытаются определить, является ли данное коммуникативное действие «правильным» или «неправильным»;
- СММ стремится осмыслить закономерности человеческих отношений и обеспечить базу для разумного коммуникативного поведения в различных ситуациях.

Модель предлагаемого анализа включает восемь шагов, организованных по четырем функциям.

Функция 1. Описательная

Шаг 1. Описание последовательности действий и контекста коммуникации

Данные получают от одного или более коммуникантов, из наблюдения, аудио- или видеозаписи и т. д. Цель — собрать как можно более подробную информацию, релевантную для данной коммуникативной ситуации (возраст, опыт, амбиции участников и т. д.). Следует также учитывать невербальную составляющую общения и принимать во внимание коммуникативное поведение всех участников (даже если они ничего не говорят, но присутствуют).

Необходимо обращать внимание на то, что происходило до описываемого эпизода и последовало после него, так как это может иметь решающее значение для понимания коммуникативного обмена (развертывание социальных историй по типу «серпантина»).

Необычность подхода также заключается в максимальном привлечении участников коммуникации к сотрудничеству с исследователем, например, в виде обращенной к ним просьбы заполнить необходимую информацию в выведенных исследователем моделях. Тем самым обеспечивается, во-первых, максимальное извлечение необходимой информации; во-вторых, решается этический вопрос информирования респондента о содержании исследования.

Функция 2. Интерпретативная

Шаг 2. Разграничение последовательности коммуникативных действий участников

На этом этапе ученый обращает внимание на связи между коммуникативными действиями участников или их отсутствие, отмечает те места, когда в коммуникации происходят какие-либо изменения (языковая несостыковка, тон голоса, невербальные проявления и т. д.), а также отмечает места стыков или изменений на временной шкале или в графической модели коммуникации.

Шаг 3. Анализ и сопоставление переживаемых и рассказываемых коммуникантами «историй»

Чтобы узнать, как участники интерпретируют переживаемые ими события, ученые прибегают к интервьюированию на основе используемых ими исследовательских моделей. Умелый интервьюер может получить необходимые сведения, задавая правильные вопросы и подводя респондента к сообщению требуемой информации.

Еще одна предлагаемая техника: исследователи разыгрывают интересующую их сцену (повторяют действия коммуникантов, которые ранее имели место в действительности), а последние выступают как тренеры, объясняя им, как в том или ином случае следует передать нужные чувства. Исследователи при этом ведут себя как не слишком способные актеры и, таким образом, вынуждают информантов направлять их, повторяя фразы, объясняя свои чувства. Исследователь может задавать вопросы, например: «Как мне это сказать?», «А что будет, если я это скажу по-другому/ вот так?», «С какими чувствами мне это произносить?» и т. д. При этом

рекомендуется обращать внимание на выбираемые коммуникантами слова, жесты, выражение лица, телодвижения, паузы и т. д.

Шаг 4. Представление «плотного» описания беседы

Под «плотным описанием» подразумевается сочетание описания и интерпретации. Цель этого этапа анализа — проследить, будут ли «истории» переосмыслены / рассказаны иначе в последующих коммуникативных актах; выявить положение «историй» в структуре напизывающихся друг на друга контекстов; выделить рефлексивные паттерны взаимоотношений; изучить степень обязательности действовать определенным образом; понять, как участники осмысливают исследуемые взаимоотношения и т. д.

Функция 3. Критическая

Имманентное критическое осмысление коммуникации предполагает анализ речевых актов, эпизодов, идентичности коммуникантов, их взаимоотношений, форм коммуникаций, форм сознания. Предполагается, что на этом этапе ученый должен ответить на следующие вопросы:

- Какова дистрибуция речевых актов? Кто выиграл и кто проиграл от такой дистрибуции? Что достигнуто в результате?
- Как созданные в коммуникации эпизоды соотносятся с интенциями коммуникантов? Чем вызваны нежелательные ситуации, возникшие вопреки первоначальному намерению?
- Какие формы коммуникации использовались? Какое развитие коммуникации вероятно / менее вероятно в рамках этих форм?

Шаг 5. Исследование напряженности, возникшей в результате расхождения между переживаемыми и рассказываемыми «историями»

Этот шаг предполагает переход от терминологии рассказчика к терминологии ученого, а также объяснение хода коммуникации с исследовательских позиций (например, как результат межрасовых, межгендерных и иных противоречий).

Шаг 6. Анализ «нерассказанных историй», то есть того, что коммуникант оставляет за кадром, сопровождаемый оценочными суждениями и комментариями со стороны исследователя.

Шаг 7. Изучение «точек бифуркации», то есть тех моментов коммуникации, когда возникают возможности разных действий со стороны участников и они выбирают определенную линию поведения. Ученый ставит перед собой ряд вопросов: что было бы, если бы коммуниканты выбрали другую линию поведения? Могли ли более умелые коммуникативные действия привести к иным (более успешным) результатам? Были ли упущены какие-либо возможности? Как это связано с уровнем коммуникативной компетенции участников?

Функция 4. Практическая

Шаг 8. Подведение итогов и практическое применение результатов исследования

Этот этап предусматривает выдвижение конкретных рекомендаций по изменению коммуникативного поведения участников анализируемой ситуации, что должно привести к более успешному исходу общения. В отличие

от многих других направлений коммуникации. теория координированного управления смыслами предполагает активное вмешательство ученого в социальную практику с целью ее улучшения.

Области применения

Методы СММ используются при исследовании внутриличностной, межличностной, межкультурной, организационной, деловой, семейной, религиозной коммуникации. Они применяются в психотерапии, педагогике, менеджменте, семейном, правительственном, педагогическом консалтинге, при урегулировании конфликтов, обсуждении проблем этики. Темы, которыми занимаются приверженцы СММ, включают способы понимания конкретной беседы, повторяющиеся коммуникативные паттерны, возможности изменения непродуктивно протекающего общения, особенности церемониального дискурса, коммуникативные проявления агрессии, насилие против детей и женщин, способы саморазоблачения, коммуникативные проявления чувства вины, пути урегулирования сложных ситуаций на рабочем месте, проблемы взаимоотношения правительства и населения, коммуникативную компетенцию иммигрантов, межгрупповые, иерархические сексуальные, расовые и прочие отношения.

Авторы позиционируют СММ как «практическую теорию» [Стивенс, 1995, р. 233], цель которой — изменить социальные практики. Предполагается, что ученый выступает в качестве консультанта и применение вышеописанной методики должно не только дать исследовательские результаты (идентифицировать проблемы в общении клиентов), но и стать инструментом для принятия решений и оптимизации общения.

Методы исследования межкультурной коммуникации

Theories are nets cast to catch what we call the world.

Karl Popper

Межкультурная коммуникация (МКК) представляет собой обширную исследовательскую область, и этим обусловлено применение к ней разнообразных методик. По сути дела, она предполагает изучение общения между представителями разных культур. Однако в сферу МКК также включаются многочисленные изыскания, проводимые учеными одной культуры для рассмотрения другой, что в определенной степени оправдано, поскольку обеспечивает взгляд на коммуникативные особенности этой культуры «со стороны», на основе сопоставления с родной культурой исследователя. Некоторые ученые разграничивают термины «межкультурная» и «кросскультурная» коммуникация, хотя следует отметить, что значения этих терминов как в отечественной, так и зарубежной науке пока еще нельзя считать вполне устоявшимися.

К рассмотрению проблем МКК могут быть с успехом применены практически все описанные выше методы. Примером использования достаточно разнообразных методик может служить кандидатская диссертация

Е. В. Бондаренко на тему: «Межкультурная семейная коммуникация как особый тип общения» (см. Приложение 8). В различных работах нередко выделяется один ведущий и ряд вспомогательных методов.

Следует отметить, что подходы к исследованию МКК имеют свою специфику. В частности, У. Гудикунст [Gudykunst, 2003, p. 153 — 155] указывает на то, что при сопоставлении культур необходимо исходить из принципа эквивалентности. Он полагает, что следует выделять как минимум пять видов эквивалентности: 1) функциональную; 2) концептуальную; 3) лингвистическую; 4) метрическую; 5) эквивалентность выборки.

Функциональная эквивалентность относится к наблюдениям и сделанным на их основе выводам. О функциональной эквивалентности коммуникативного поведения можно говорить только в том случае, если оно обусловлено проблемами, существующими как минимум в двух культурах. Это означает, что сравнительный межкультурный анализ коммуникативного поведения может осуществляться только с учетом обусловивших его причин.

Концептуальная эквивалентность связана с наличием или отсутствием в когнитивной системе носителей культуры значений, закрепленных за определенными стимулами. В качестве примера У. Гудикунст приводит понятие «лица» по-разному осмысляемое представителями восточных и западных культур.

Лингвистическая (или переводная) эквивалентность относится к языку, используемому в инструментах анализа (анкетах, интервью, полевых заметках, инструкциях и т. д.). Исследование должно проводиться на родном языке информанта. Надо удостовериться в том, что инструменты абсолютно (или, по крайней мере, максимально) соответствуют друг другу. Для обеспечения эквивалентности чаще всего используется обратный перевод: один билингв переводит инструмент с одного языка на другой, другой билингв — обратно. После этого следует урегулировать расхождения между оригиналом и переводом. Вопросы в анкете, опросном листе и т. д. должны быть хорошо сформулированы на всех используемых языках, звучать гладко и не содержать ошибок.

Метрическая эквивалентность предполагает, что анализ данных осуществляется по одним и тем же параметрам, с использованием одинаковых критериев.

Эквивалентность выборки предусматривает, что для межкультурного анализа используются сопоставимые выборки, с одинаковым количеством исследуемых единиц или респондентов, к которым применялись одинаковые требования с точки зрения их профессионального, возрастного, гендерного состава и т. д.

Специальные методы исследования МКК

Эффективными инструментами для исследования межкультурной коммуникации, в особенности таких сложных ее проявлений как менталитет, культурная идентичность, национальный характер и т. д., являются различного рода параметрические модели.

Модель — это аналог (схема, структура) определенного фрагмента природной или социальной реальности, который служит для хранения и рас-

ширения знания об оригинале, конструирования оригинала, преобразования или управления им. «С гносеологической точки зрения модель — это «представитель», «заместитель» оригинала в познании и практике» [ФЭС, 1983, с. 382].

В свою очередь, параметр — это качество или константа, которые варьируются в зависимости от условий своего применения: любая константа с переменным значением, которая используется как референт для определения других переменных [Webster].

Таким образом, параметрическая модель — это своего рода сетка, накладываемая на исследуемое явление, которая построена на основе ряда констант, используемых как аналитические критерии. Рассмотрение и сопоставление культур по предлагаемым параметрам может стать действенным средством изучения информации, которая без применения подобного инструмента кажется слишком объемной, аморфной и трудно поддающейся анализу. Рассмотрим некоторые из параметрических моделей, наиболее релевантные для межкультурных исследований.

Модель Г. Хофстеде (Hofstede's Dimensions of Cultural Variability)

В основе данной модели — идея о том, что поведение каждого человека определяется ментальным программированием, обладающим известной степенью стабильности и позволяющим с определенной степенью точности предсказывать его действия (мистер Икс придет завтра на работу к девяти: таксист привезет нас туда, куда мы его попросим и т. д.). Это биологическая «операционная система» человеческого тела, отчасти универсальная, отчасти коллективная и отчасти индивидуальная. Хофстеде ставит перед собой задачу описать эту систему в соответствии с параметрами, поддающимися измерению [Hofstede, 2008, p. 2–4].

Цель — количественное представление результатов, использование статистических методов подсчета. Возможные подходы к подсчету полученных данных: 1) анализ соотношения между всеми людьми на земном шаре, независимо от их культурной принадлежности; 2) анализ соотношения внутри определенной культуры; 3) анализ соотношения между разными культурами [Ibid. P. 18].

Параметры Хофстеде

Дистанция власти — степень неравенства между людьми, лежащая в основе определенного общества.

Избегание неопределенности — комфортное / некомфортное самощущение членов общества в неструктурированных (то есть новых, необычных) ситуациях; связано с тем, в какой степени общество пытается контролировать неконтролируемое.

Индивидуализм / коллективизм — степень самостоятельности членов общества либо их интеграции в группы, в зависимости от которой личность позиционирует себя между этими двумя полюсами.

Маскулинность / фемининность — распределение эмоциональных ролей между гендерами; по этому параметру противопоставляются «жесткие» маскулинные и «нежные» фемининные общества.

Долгосрочная / краткосрочная ориентация — степень, в которой культура программирует своих членов на сиюминутное или отсроченное удовлетворение своих материальных, социальных и эмоциональных потребностей [Hofstede, 2008, p. xv — xvi].

Исследуемым культурам начисляется определенное количество баллов по каждому из перечисленных параметров, за чем следует статистический анализ полученных количественных данных. Результаты анализа сводятся в таблицы, где каждый параметр имеет численное выражение.

Применяя эти параметры. Г. Хофстеде и его команда провели анализ большого массива данных, полученных с 1967 по 1973 гг. в результате опроса более 100 000 работников IBM из разных культур (53 страны и региона) с целью выявления различий в системе их ценностей. Исследование содержало подробные объяснения нюансов анализа и динамики культурных ценностей во времени [Hofstede, 2008].

Модель Кluckхона и Стродбека [Kluckhohn, Strodbeck, 1961. Приводится по: Ting-Toomey, 2007, p. 60] направлена на оценку культуры и ее ценностной ориентации посредством ответов на следующие вопросы:

1. Каково отношение человека к природе и сверхъестественным силам?
2. Какова темпоральная ориентация человеческой жизни?
3. Как общество оценивает внутреннюю сущность человека?
4. На что направлена человеческая деятельность?

Каковы приоритеты в человеческих взаимоотношениях?

В качестве инструмента анализа выступает следующая таблица:

Таблица 12

Ориентация	Диапазон		
	Подчинение природе	Гармония с природой	Господство над природой
Взаимоотношения человека с природой			
Чувство времени	Ориентация на прошлое (связь с традициями)	Ориентация на настоящее (связь с ситуацией)	Ориентация на будущее (направленность на цель)
Человеческая натура	В основном порочна	Нейтральна или представляет собой смесь хорошего и плохого	В основном добродетельна
Деятельность	Бытийность, экспрессивность, эмоциональность	Внутреннее развитие	Ориентация на действие
Социальные отношения	Линейность (авторитарность в принятии решений)	Равнонаправленность (групповые решения)	Индивидуализм (автономия)

В модели К.-Г. Флехсига [Flehsig, 1998. Приводится по: Гришаева, Цурикова, 2003, с. 44] предлагается проводить анализ по следующим характеристикам культуры:

- телеологические (например, как снять квартиру);
- тематические (как говорить о безработице);
- ролевые (как действует в классе учитель);
- инструментальные (как пользоваться молотком);
- локальные (как вести себя на кладбище);
- институциональные (как вести себя в официальных учреждениях);
- личностные (как вести себя по отношению к тете Берте);
- ориентированные на индивида концепты (как интерпретировать собственное поведение);
- аффективные (как ведут себя в гневе).

Модель Р. Марковски [Markowsky, 1995. Приводится по: Гришаева, Цурикова, 2003, с. 44 – 47] содержит следующие аналитические параметры:

- дифференциация межличностной дистанции;
- прямота межличностной коммуникации;
- ориентация на правила;
- авторитаризм мышления;
- потребность в организации;
- телесный контакт;
- ограничение личной сферы;
- личная собственность;
- осознание ответственности;
- гендерная дифференциация.

В работе содержится экспликация данных параметров с точки зрения их коммуникативных проявлений (см. [Markowski, 1995, с. 131 – 135]).

Модель И. Э. Ключанова

И. Э. Ключанов [Klyukanov, 2005, р. 16–257] разработал принципы рассмотрения МКК, которые также можно считать своего рода моделью, отражающей «культурную идентичность как групповое членство и рефлексивный образ самих себя» [Ibid. P. 15]. В основе модели заложен ряд принципов.

1. Принцип разграничительных линий, которые рассматриваются как основа для концептуализации культуры в сознании людей. Эти линии могут быть конструктивными (позитивными, функциональными, подтверждающими идентичность людей) и деструктивными (негативными, дисфункциональными). МКК — это процесс поиска взаимоприемлемой стыковки между культурами, то есть согласия представителей разных культур в отношении того, где между ними проходит разграничительная линия.

2. Принцип неопределенности. МКК — это непрерывный динамичный процесс, подвергаемый интерпретации, которой присуща некоторая доля неопределенности. В процессе МКК люди из разных культур совместно конструируют знание, а также идентичность Себя и Другого и способ

взаимодействия между ними. Неопределенность МКК позволяет представителям разных культур выявлять смыслы, создавать порядок, который они разделяют с другими, то есть упорядочивать свои знания о мире.

3. Принцип перформативности, структура которой анализируется на трех уровнях: 1) уровень деятельности (например, поход на игру в бейсбол; мотив — получить удовольствие от игры); 2) уровень действий, посредством которых осуществляется эта деятельность (покупка билета, передача его билетеру и т. д.); 3) операционный уровень — набор операций, осуществляемых в зависимости от условий коммуникации (надо взять с собой зонтик, потому что сегодня день дождливый и т. д.). Таким образом, перформативный уровень в МКК — это процесс реализации собственной идентичности путем осуществления ряда вербальных и невербальных действий.

4. Принцип позициональности связан с положением культуры относительно других культур и определяет картину мира ее носителей. Культурная позиция (например, то, как русские и американцы определяют свою роль во Второй мировой войне) имеет непосредственное отношение к ментальному картированию мира. Каждая культура в процессе МКК пытается утвердить авторитет своего видения мира.

5. Принцип соизмеримости — то, как представители разных культур выстраивают в единое целое окружающую действительность, мышление и используемые в коммуникации символы. Соответственно, МКК — это процесс, с помощью которого представители разных культур сопоставляют свои способы картирования мира и ищут основы для взаимопонимания, используя одинаковые формы и пути представления смыслов.

6. Принцип континуальности (непрерывности): МКК — это процесс, в ходе которого представители разных культур непрерывно конструируют разделяемое ими пространство; при этом продуцируемые ими значения различаются в зависимости от своей удаленности друг от друга.

7. Принцип маятника: в каждой культуре действуют противоположные тенденции; МКК — это постоянный интерактивный процесс, который одновременно соединяет и разделяет людей из разных культур (конвергенция и дивергенция). Предполагает возникновение напряжения и его разрешение.

8. Принцип транзакции: МКК представляет собой зону, где осуществляется переговорный процесс и разрешаются проблемы.

9. Принцип синергии: представители разных культур объединяют свои ресурсы, стремясь получить оптимальный результат, который не может быть самостоятельно достигнут ни одной культурой.

10. Принцип устойчивости: МКК — это процесс, в котором представители разных культур проявляют взаимную толерантность, доверие и сопротивление, поддерживая устойчивость своей коллективной идентичности и процесс своего взаимодействия в целом.

Параметрическая модель — это эффективный и удобный инструмент в руках исследователя межкультурной коммуникации, так как он позволяет

провести системный анализ рассматриваемого явления и представить его четкое, упорядоченное и детальное описание.

Этноцентристские подходы в науке

Этноцентризм, проявляемый учеными в ходе научных изысканий, представляет собой достаточно серьезную проблему, так как, сами не отняв чужих культур, отталкиваясь от понятий и категорий, свойственных их родной культуре. Это нередко может приводить к ошибочным выводам. Проявления этноцентризма могут быть достаточно разнообразными, в частности:

1) подход к сбору данных с позиций того, что представляется релевантным представителям культуры, к которой принадлежит исследователь, и для чего есть наименования в его родном языке (примером может служить склонность американцев включать в анкеты для русских респондентов такие термины как *diversity*, *pluralism*, *privacy*, которые порой вызывают непонимание и неадекватные ответы со стороны последних);

2) использование культурно-специфических понятий и категорий, которыми оперируют ученые — приверженцы определенного научного направления;

3) незнание подходов, используемых в других странах;

4) неспособность абстрагироваться от идеологии, приверженцем которой является ученый;

5) межкультурные различия в нормах политкорректности и т. д.

Для того, чтобы избежать этноцентристских подходов в науке, проводить анализ на основе достоверных данных и правильно их интерпретировать, предлагаются следующие возможные подходы к проведению межкультурных исследований:

- объединение нескольких групп исследователей из разных культур (желательно — имеющих мультикультурный опыт) в одну команду, создание головной организации для координации совместной деятельности;

- проведение базового исследования в одной культуре, затем на его основе — сопоставительных исследований в других культурах;

- разработка исследовательских инструментов совместно с коллегами из изучаемой культуры, либо, по крайней мере, консультации с ними, представляющие применение этих инструментов для сбора и анализа соответствующего материала;

- использование вторичных (количественных или качественных) данных из работ других исследователей, собранных в исследуемых культурах;

- использование материалов, отобранных из публицистической, художественной, исторической литературы, документальных и художественных фильмов, Интернета и других источников, с поправками на относительную степень надежности полученных данных.

Методы анализа культурных значений и смыслов

Море слов сокровенного смысла полно,
Этот смысл я читать научился давно.
Но когда размышляю о тайнах Вселенной,
Понимаю, что мне их прочесть не дано.

Авиценна

Культурные значения представляют собой закрепленное за языковыми единицами содержание, маркированное с точки зрения его национальной или этнической принадлежности, и выступают как основа для формирования культурных смыслов в процессе коммуникации.

В настоящем разделе мы предлагаем несколько разработанных нами методик анализа культурных значений и смыслов, включающих элементы дискурс-анализа, дефиниционного, контекстуального, интерпретативного, сопоставительного, семиотического анализа и интроспекции.

В основе предлагаемого подхода — следующие базовые положения:

- коммуникация представляет собой не инструмент, а форму человеческого существования, универсальный социальный процесс, составляющий сущность человеческой жизни;
- суть коммуникации заключается не в обмене сообщениями, а в совместном творении смыслов ее участниками;
- все коммуникативные процессы культурно обусловлены;
- культурные смыслы допускают возможность множественных интерпретаций.

Значение и смысл

Разграничение содержания терминов «значение» и «смысл», восходящее к теории значения имен Г. Фреге — А. Чёрча, легло в основу большинства металогических концепций, где «значение» соотносится с объемом, а «смысл» — с содержанием понятия [ФЭС, 1983, с. 618]. Противопоставление значения и смысла в дальнейшем шло разными путями и анализировалось по параметрам постоянства/окказиональности (Г. П. Мельников), степени подвижности (Л. С. Выготский), глобальности/окказиональности (О. А. Алимуратов) контекстуальной и ситуативной привязанности и т. д. Т. К. Цветкова рассматривает смысл как значение, включенное в систему связей и обогащенное категорией отношения [Цветкова, 2002, с. 47]. В. В. Дементьев, со своей стороны, пишет о том, что смыслы развиваются по спирали «смысл — значение — смысл» [Дементьев, 2006].

Суммируя различные подходы, можно утверждать, что значение *внеконтекстно, не интерактивно и статично*; смысл, в свою очередь, *контекстуально обусловлен, интерактивен и динамичен*. При этом трудно установить границы и рамки перетекания одних смыслов в другие и исчислить всю сложную совокупность факторов, участвующих в их формировании.

Язык выступает как инструмент для организации смыслов, продуцируемых в результате мыслительной, эмоциональной и мирозерцательной

деятельности человека, и как средство передачи этих смыслов от одного коммуниканта к другому. Динамичность культурно маркированных смыслов, неопределенность и размытость их границ, с одной стороны, создают неисчерпаемые возможности для их разворачивания в контексте, а с другой — затрудняют их восприятие и интерпретацию. Формируясь как результат действия множественных факторов, они не являются простой суммой культурно-специфических значений, реализуемых в контексте, так как их совокупность порождает новое качество.

Процедура интерпретации смыслов не представляла бы труда, если бы процесс понимания в отраженном виде воспроизводил процесс смыслового лагания. Однако подобное предположение утопично, ибо для этого получателя информации должен был бы стать точной копией отправителя. Более того, его необходимо было бы поместить в исходный временной, локальный и психологический контекст. Недаром М. М. Бахтин писал: «Все слова пахнут профессией, жанром, направлением, партией, определенным произведением, определенным человеком, поколением, возрастом, днем и часом. Каждое слово пахнет контекстом и контекстами, в которой оно жило своей социально напряженной жизнью» [Цит. по: Леонтьев, 2003, с. 380].

I. Типологический анализ культурных значений

К анализу культурных значений и смыслов можно подходить с двух позиций: 1) с одной стороны, можно идти от словарного значения как основы формирования культурных смыслов к контекстуальному, обогащенному многочисленными ассоциациями с другими знаками; 2) с другой стороны, можно двигаться от культурных смыслов к словарным значениям и их дефинициям, в которых эксплицируется культурно маркированная информация. Как в дилемме «яйца и курицы», трудно сказать, что чему предшествует. В реальном дискурсе культурные смыслы неповторимы, переменчивы, перетекают друг в друга и разворачиваются по мере развития интеракции [Leontovich, 2010, p. 25].

Основные принципы изучения культурных значений сводятся к следующему:

- они поддаются интерпретации в связи с породившей их культурой;
- глубина интерпретации пропорциональна количеству значимых связей и интертекстуальных ассоциаций, которые обнаружены в процессе анализа.

Предлагаемая ниже типология классифицирует культурные значения с точки зрения способов их вербализации, соответствия формы и содержания, места культурного значения в семантической структуре наименования, удельного веса культурного компонента, способа передачи содержания, характера соотношения культурных значений друг с другом, степени самостоятельности культурного компонента, количества представленных в наименовании культур и выражения отношения к обозначаемому явлению в конкретной лингвокультуре. Эта классификация может быть использована как основа для пошагового анализа культурных значений.

1. По способу вербализации значения можно разделить на эксплицитные, полуэксплицитные и имплицитные.

Эксплицитными будем считать значения, культурная принадлежность которых зафиксирована в самом наименовании и отражена в дефиниции, например: англ. *Irish Republic* — the Republic of Ireland [Longman]; *Canada Day* — the Canadian national holiday commemorating the anniversary of the proclamation in 1867 of the establishment of the Dominion of Canada; фр. *Ailes françaises* — французский воздушный флот [ABBYU Linguo]; нем. *Österreichische Frauenbewegung* — Австрийское женское движение [Австрия].

К полуэксплицитным мы относим наименования, которые включают название этноса или нации, однако заключенная в них культурная информация не сводится только к указанной культуре. Например, в названии *Vietnam War* зафиксировано участие в этой войне только одной стороны — Вьетнама, но не отражено участие Соединенных Штатов. Аналогично, словосочетание *Cuban missile crisis* сообщает о локализации события, но не содержит в себе информации об участии в нем СССР и США, которая обнаруживается в дефиниции.

Указание на культурную принадлежность имплицитных значений, в свою очередь, содержится в дефиниции, но отсутствует в самом наименовании, например: рус. *балалайка* — русский народный струнный щипковый музыкальный инструмент с корпусом треугольной формы; исп. *platillo* — (Куба) платильо, блюдо из мяса и птицы с вермишелью [ABBYU Linguo]; англ. *sarong* — a loose skirt consisting of a length of cloth wrapped round the waist, as worn by Malayan women and men [Longman]; англ. *geisha* — a Japanese woman who is trained to entertain men with conversation, dancing and singing [Oxford].

2. С точки зрения соответствия формы и содержания мы выделяем истинно культурные, квазикультурные и псевдокультурные значения.

Истинно культурные значения — те, наименования которых верно отражают культурную принадлежность соответствующего предмета или явления: англ. *American Bandstand* — an American television programme popular esp. during the 1950s and 1960s <...> [Longman]; нем. *Österreichische Bundes-Sportorganisation* — Федеральная спортивная организация Австрии [Австрия].

Для квазикультурных значений релевантность указания на их культурную принадлежность, присутствующего в наименовании, существенно снижается, даже при сохранении их мотивированности. Например, русские и французы ассоциируют нечто трудное и непонятное, будь то математика, программирование или написание рецензий, с китайским языком: рус. *китайская грамота* — что-либо недоступное пониманию, в чем трудно разобраться [ФСРЯ]; фр. *c'est du chinois* — это китайская грамота; *chinoiserie* — ненужное осложнение, мудрствование [ABBYU Linguo]; англичане, итальянцы и испанцы — с греческим: англ. *to be Greek to smb* — быть совершенно непонятным для кого-л.; итал. *parlare greco* — нести тарабар-

шину; исп. *griego* — тарабарщина, набор слов; *hablar en griego* — говорить неясно, непонятно [ABBYU Linguo]; а немцы — с испанским: *das ist mir spanisch* — это мне неизвестно, я в этом ничего не понимаю; *das kommt mir spanisch vor* — это кажется мне странным, невероятным [ABBYU Linguo]. Думается, что в этих случаях не слишком важно, о каком именно языке идет речь — главное, что это *чужой язык*.

К этому же разряду относятся единицы, указывающие на этническую принадлежность, но употребляющиеся для обозначения обобщенных человеческих характеристик и, следовательно, применимые к лицам разных национальностей, например: англ. *tartar* — a fierce person with a violent temper [Longman]; *tartar* — a person in a position of authority who is very bad-tempered [Oxford]. Однако след этнического компонента в единицах избегают, по всей вероятности, опасаясь обвинения в политической некорректности. Так, в современных словарях нам не удалось обнаружить фразеологизмы, которые были распространены еще 20 лет назад: *to catch a Tartar* — 1) встретить противника не по силам; получить решительный отпор; 2) взять в жены сухую фурию, мерепу [АРФС]; *scratch a Russian and you will find a Tartar* — civilization does not change nature. По той же причине приведенное выше значение слова *tartar* из словаря Лонгмана помечено как «old-fashioned».

Псевдокультурные значения основаны на приписывании культурной принадлежности наименованиям, в действительности не отражающим реалий соответствующего этноса или нации, по крайней мере, на современном этапе их развития, например: амер. *Russian dressing* — «русский соус», салатная приправа, представляющая собой смесь майонеза с соусом «чили», пикулями, душистым перцем и т. д. [Жизнь и культура США]; нем. *russischer Service* — обслуживание по-русски, при котором посетители обслуживают себя с блюд, установленных официантом на столе; *englische Service* — обслуживание по-английски, при котором официант подаёт блюдо с сервировочного стола [ABBYU Linguo].

В этот же разряд входят фразеологизмы, согласно которым привычка уходить не попрощавшись в одних языках приписывается англичанам, в других французам: рус. *уйти по-английски*; фр. *s'en aller/partir à l'anglaise*; итал. *partire all'inglese*; нем. *sich (auf) englisch empfehlen*. Ср. англ. *take French leave*; исп. *despedirse (marcharse) a la francesa*. Заметим, что французы и англичане приписывают эту привычку друг другу. Как сказано в одном фразеологическом словаре, народы склонны приписывать дурные манеры не себе, а своим соседям.

Псевдокультурные значения, более чем какие-либо другие, могут приводить к казусам в межкультурном общении. Так, например, американец Н. Мосс рассказывает о том, как во время визита в США его жена-англичанка испугалась, услышав не известное ей название *English muffin*, или просто *English* (плоская булка, которую обычно едят на завтрак, разрезанной пополам и поджаренной, с маслом и джемом), употребленное в следующей ситуации: *When my English wife first visited an Ameri-*

can drugstore with me, and I ordered breakfast, she was startled to hear the man behind the counter call out to the kitchen, «Let's have two toasted English» [Moss, 1991].

Псевдокультурные значения могут также формироваться в результате искажения слова, например: *Pennsylvania Dutch* (искаженное *Deutsch*) — пенсильванские немцы; *Welsh rabbit* (искаженное *rarebit*) — a small meal of cheese melted on bread, sometimes with other things added, such as milk and beer [Longman].

3. По месту культурного значения в семантической структуре наименования можно разграничить первичные и вторичные значения. Первичные имеют непосредственную референтную соотнесенность с обозначаемым ими фрагментом действительности, например: амер. *American eagle* — белоголовый орел; *apple pie* — яблочный пирог, традиционное американское блюдо [Жизнь и культура США]; рус. *цыганочка* — уменьш. от *цыганка* — представительница цыганской народности. Вторичные, в свою очередь, производны и осмысляются через предшествующее (или, по А. А. Потебне, «ближайшее этимологическое») культурное значение, например: *American eagle* — «Американский орел», эмблема и герб США; *apple pie* — типично американский [Жизнь и культура США]; *цыганочка* — цыганская народная пляска [ABVYU Linguo].

Иногда можно вести речь о цепочке производных культурных значений: амер. *brownie* — «домовушка», сказочное существо, помогающее людям по хозяйству > *Brownie* — «Брауни», девочка-скаут младшей возрастной группы — от 6 до 8 лет > *Brownie point* — очко, полученное за какое-либо достижение или доброе дело девочкой-скаутом младшего возраста > *Brownie point* ирон. благосклонность начальства, заслуженная незначительным действием или поступком [Жизнь и культура США].

К этой же категории можно отнести знаменитые высказывания и цитаты, ставшие прецедентными и получившие более богатое содержательное наполнение, нежели произнесенные первоначально. Например, фраза *Speak softly and carry a big stick* — африканская поговорка, процитированная президентом Т. Рузвельтом, — стала емкой формулировкой для иллюстрации его подхода к внешней политике США; сегодня ее значение еще шире вследствие того, что эта фраза воспринимается как ретроспективный взгляд на политику США по отношению к другим странам за период в сто лет, минувший со времени президентства Т. Рузвельта.

4. По удельному весу культурного компонента разграничиваются полные и частичные культурные значения. Полными можно считать те значения, в которых этническая или национальная составляющая формирует их предметно-логическое содержание (денотат), например: *американский*; *турчанка*; *Britain*; *Hungarian*. К частичным относятся значения, предметно-логическое содержание которых в основном совпадает в разных лингвокультурах, но осложнено культурным компонентом. Такие понятия как *academic year*, *college election*, *dissertation*, *Doctor* и т. д. будут иметь эквиваленты в других языках, которые, однако, обладают определенными национально-специфическими особенностями.

5. По способу передачи содержания предлагаем различать фактуальные, описательные, образно-символические и концептуальные культурные значения. В фактуальных имеет место прямая номинация, например *European Parliament*; *French Canada*; *Scottish Opera*. В описательных национально-культурная принадлежность передается путем дескрипции традиционных культурных знаков, таких как амер. *Stars and Stripes* или *Star-spangled Banner* (в данном случае на основе метонимии — описания того, как выглядит американский флаг). Образно-символические значения метафоричны и опосредованы образами, через которые осмысливается определенное культурное содержание. Так, уже упоминавшееся выше символическое значение *American eagle* — эмблема и герб США — опосредовано прообразом «орла». Концептуальные значения отражают образ мыслей и видение мира представителей определенной лингвокультуры. Например, понятие *adult* будет иметь разное осмысление в разных культурах, в зависимости от целого ряда факторов (ритуалов взросления, допустимого возраста вступления в брак, получения прав на вождение автомобиля, участие в выборах, потребление алкоголя и т. д.). В британском и американском вариантах английского языка по-разному осмысливаются понятия *state school* и *public school*, чем объясняется следующий межкультурный сбой, описанный Б. Брайсоном [Bryson, 1999, p. 35–36]:

<...> when I made reference to someone in Britain attending a state school, an American researcher said to me: 'But I didn't think they had states in Britain.'
 'I meant state in the rather broader sense of nation-state.'
 'Do you mean public schools?'
 'Well, no, because public schools in Britain are private schools.'
 Long pause. 'You're kidding.'
 'It's a well-known fact.'
 'So let me get this straight. They call private schools public schools in Britain?'
 'Correct.'
 'Then what do they call public schools?'
 'State schools.'
 Another long pause. 'But I didn't think they had states in Britain.'

Узко-локальное видение мира можно считать источником конфуза, приключившегося с американцем, который в ответ на сообщение о российско-грузинском конфликте, где, естественно, содержалось слово *Georgia*, воспринял его в единственном известном ему значении — как название американского штата — и недоумевал: «What are the Russians doing in Georgia?».

Разное восприятие одного и того же исторического события через приемы разных культур объясняет, почему американский журналист Д. Шипли был оскорблен, когда в разговоре с русскими студентами услышал традиционное в России название «Война за независимость» вместо привычного для американцев романтического и весомого «*American Revolution*». Более того, он усмотрел в этом идеологическую подоплеку: *Through the prism of Marxism, the American Revolution appeared diminished, its noble slogan perverted* [Shipler, 1989, p. 364].

6. По характеру соотношения друг с другом культурные значения могут быть разделены на инклюзивные и эксклюзивные. Инклюзивные значения находятся в гиперо-гипонимических отношениях друг с другом, например: *западный* < *европейский* < *бельгийский* \ *фламандский* или *America* < *the U.S.A.* < *California* < *San Francisco*. Эксклюзивные, в свою очередь, являются взаимоисключающими: *француз* ≠ *немец*; *Asian* ≠ *European*.

7. По степени самостоятельности культурного компонента значения можно рассматривать как автономные и контрастивные. Автономными мы считаем те значения, культурная составляющая которых очевидна без сопоставления с единицами другого языка, например рус. *российский флаг*, *украинский борщ*; англ. *British Museum*; *Scottish Opera*. К контрастивным относятся значения со скрытым, латентным культурным компонентом, выявляемым только при сопоставлении с другим языком. При этом могут обнаруживаться языковые лакуны (например, отсутствие эквивалентов таким понятиям, как *пододеляльник* или *форточка* в американском варианте английского языка или *privacy*, *mainstream*, *self-reliance* в русском языке), различия в коннотациях (ср. рус. *проблема* и англ. *problem*; рус. *негр* и англ. *Negro*), сложности в переводе (например, синий или голубой цвет имеется в виду в американских выражениях *blue book*, *Blue Cross*, *blue grass*, *blue laws*?).

8. По количеству представленных в наименовании культур следует различать простые значения, ассоциирующиеся с одной культурой, например рус. *кокошник*, исп. *corrida* — и сложные, комбинирующие в себе признаки разных культур: *chop suey* — «чоп суи», блюдо <...>, изобретенное китайскими поварами, работавшими в США; в Китае неизвестно [Жизнь и культура США]; *Vieux Carré* — Французский квартал; старинный франко-испанский район г. Нового Орлеана [ABBY Linguo]; *flamenco* — a Spanish gypsy style of dance <...> [Webster]; *Stravinsky, Igor* — an American musician born in Russia <...> [Longman].

9. По выражению отношения к обозначаемому явлению в конкретной лингвокультуре значения можно подразделить на нейтральные: англ. *Japanese* — японец, японский; *Jewish* — еврейский; *Polish* — of Poland or its people, language, or culture (Webster) — и оценочные: *jap* — оскорбительное прозвище японцев; *JAP (Jewish American Princess)* — шутл. или неодобр. «американо-еврейская принцесса», избалованная молодая женщина из богатой еврейской семьи [Жизнь и культура США]; *Polack* — (taboo, slang) and offensive word for a person from Poland, or a person of Polish origin [Oxford].

II. Анализ механизмов формирования культурных смыслов

Для формирования культурных смыслов характерны механизмы, типичные для коммуникации в целом, а именно: фильтрация, упрощение, ассоциирование, комбинирование и реорганизация информации, расстановка акцентов, заполнение пробелов и интерпретация.

Абстрагирование и фильтрация информации. Абстрагирование предполагает отбор информации, полученной в процессе познания,

путем сокращения числа поступающих извне стимулов, прохождение их через внутренние фильтры, игнорирование большей части информации и отбор меньшей части. Фильтрация информации находится в непосредственной зависимости от этнической, географической и социальной принадлежности, убеждений, ценностных ориентиров коммуникантов, их эмоционального настроя и т. д. Например, иностранец, находящийся в чужой стране, будет обращать внимание на многие явления, которые для него не привычны, в то время как местный житель будет воспринимать их как сами собой разумеющиеся и оставлять за рамками своего внимания.

Упрощение. При восприятии отфильтрованной информации коммуникант пытается упростить ее, чтобы она стала более обозримой, прозрачной и доступной для понимания, причем делает это в соответствии с моделями собственной культуры.

Ассоциирование. Экономичность сознания, стремление сократить число мыслительных действий приводят к тому, что идентификация какого-то нового познаваемого объекта или явления осуществляется через поиск аналогов среди уже известных предметов или явлений. Объекты группируются и классифицируются на основе их сходства с некими прототипами, зафиксированными в памяти познающего субъекта (например, *the most 'birdie birds' and 'vegetabley vegetables'* [Aitchison, 2003, с. 54]). Соответственно, аналоги подыскиваются в культурно обусловленном фоне фоновых знаний воспринимающего субъекта.

Комбинирование и реорганизация информации; расстановка акцентов. Получение отфильтрованной и упрощенной информации само по себе еще недостаточно — она должна быть системно организована в сознании каждого участника коммуникации. Познающий субъект систематизирует информацию в соответствии с существующими в его сознании паттернами, позволяющими высвечивать одни стимулы и оставлять в тени другие.

Заполнение пробелов. Передавая сообщение, адресант, как правило, опускает ту часть информации, которую он воспринимает как самую собой разумеющуюся. Недостающие сведения восполняются адресатом на основе имеющихся у него культурно обусловленных presuppositions и фоновых знаний.

Интерпретация. Каждый субъект пропускает отобранную информацию, прошедшую первичную обработку, через призму собственных восприятий, подвергая ее личностной интерпретации. Воспринимаемое становится неотъемлемой частью субъективного опыта, важной составляющей внутренней структуры индивида. На характер интерпретационной деятельности оказывают влияние национально-культурная принадлежность, политические убеждения, набор ценностей, «защкленность» на определенных идеях и т. д.

С точки зрения интеракционной парадигмы рассмотрения коммуникационных процессов, следует вести речь не о «передаче» смыслов от коммуниканта к коммуниканту, а о том, что в процессе коммуникации «в сознании слушающего <...> «пробуждается», «приходит в движение».

«начинает звучать» нечто, уже присутствовавшее в его сознании латентно и рудиментарно и требовавшее лишь толчка или ряда толчков извне для своего проявления» [Schermer, 1984, p. 74. Цит. по: Донец, 2004]. Диалог, пишет В. И. Карасик, — это «не столько обмен смыслами, сколько установление общего смыслового поля, важнейшими компонентами которого являются относительно устойчивые ментальные образования, полученные в результате общения с окружающей средой» [2009, с. 14].

III. Комплексная методика анализа функционирования культурных смыслов

Цель анализа — показать, что формирование культурных смыслов — сложный процесс, результат взаимодействия множественных факторов, которые условно можно было бы охарактеризовать по нескольким параметрам:

- 1) формирование «микросмыслов» на основе культурно-специфических значений;
- 2) их комбинирование, в результате чего образуются сложные культурные смыслы;
- 3) логика смыслообразования, формирующая «макросмысл» всего текста.

Рассмотрим процедуру анализа на материале романа Н. Иванза (N. Evans) «The Divide» [2005] (полный текст анализа содержится в Приложении 9).

Сюжет романа. В горах Монтаны лыжники находят тело молодой женщины, застывшее во льду. В результате расследования выясняется, что это Эбби Купер, разыскиваемая ФБР за экотерроризм. Полиция связывается с ее родителями, которые развелись несколько лет назад. Фактически книга посвящена истории семьи, в которой росла Эбби, столкновению многих нравственных проблем и мотивов, приведших к трагедии.

Шаг 1. Идентификация культурных значений

В качестве *культурных маркеров*, вокруг которых формируются культурные смыслы, могут выступать топонимы, антропонимы, названия политических реалий, общественных организаций, государственных структур, известных книг, фильмов, картин и других произведений, торговые марки, наименования фирм, магазинов, цитаты, входящие в фонд прецедентных текстов (слова из популярных песен, стихов, высказывания известных личностей), названия видов жилищ, транспорта, одежды, обуви, пищи и прочих реалий, составляющих неотъемлемую часть быта носителей анализируемой лингвокультуры.

Так, в анализируемом романе существенную роль в создании культурных смыслов играют *топонимы*, которые сразу очерчивают географическое пространство, составляющие локальный контекст коммуникации. При этом география очень широка, она охватывает многие штаты (*New York, Florida, Montana, Wyoming, New Mexico, Kansas, Oregon, California, Colorado, Nevada*) и города (*New York City, Miami, Santa Fe, Provincetown, Boston, Denver, San Francisco, Oakland* и др.). В разных частях книги действие происходит на

полуострове *Cape Cod*, острове *Long Island*, возле гор (*the Bighorn, the Rosebud, Adirondacks*), у водопада *Great Falls* и у реки Гудзон (*the Hudson*).

Шаг 2. Исследование выводной информации, которая находится за рамками языковых значений

Каждое из значений имеет ценность не только с точки зрения сообщаемой им фактуальной информации — оно культурно значимо и, как правило, требует определенных фоновых знаний, например, о взаимном расположении различных географических пунктов между собой, их отдаленности друг от друга, а также дополнительной информации, закрепленной в сознании носителей лингвокультуры на уровне пресуппозиций, аллюзий, реминисценций и т. д. Нередко востребованной оказывается только малая часть новеллистическим словарем, но именно эта часть наиболее значима для понимания культурного смысла, вложенного в соответствующее наименование автором. Таким образом, встает задача верного вычленения именно этой (а иногда и остающейся за пределами словарей) информации.

Кроме того, топонимы, как и другие культурно маркированные языковые единицы, могут нести символическое значение, ассоциироваться с иной, нетопонимической, информацией, например: *Long Island* — очень дорогое и престижное место для проживания, сразу определяющее статус героев.

То, что вместо Гарварда (*Harvard*) юная Эбби хочет ехать на Запад (*somewhere in the West — Montana, Colorado, Oregon*) в провинциальный университет изучать науки об окружающей среде, показывает, что это своего рода протест против заранее определенной для нее судьбы, желание выбрать собственную дорогу в жизни. Отношение окружающих к ее выбору проявляется в резком неприятии ее решения со стороны членов семьи бабушки из состоятельной семьи с аристократическими корнями (*New England stock*) и богатого деда, для которых Монтана — это дыра (*someplace out the back of beyond*), «хуже Монголии».

Шаг 3. Выявление макросмысла произведения предусматривает изучение способов сопряжения культурных микросмыслов в смысловые единицы более высокого уровня, а также логики смыслообразования, в результате чего формируется макросмысл целостного произведения.

Так, главный авторский замысел анализируемой нами книги «*The Divide*» построен вокруг топонима *Continental Divide/Great Divide/the Divide*. Он обозначает континентальный водораздел — хребет Скалистых гор, образующий водораздел между североамериканскими реками, текущими на запад и восток. Название это всплывает на протяжении всей книги как реальное географическое местоположение и воспоминание, потому что именно там происходят судьбоносные для героев встречи:

The Divide was a place that seemed to want to keep itself secret.

She crossed the Continental Divide in the early afternoon...

Культурные смыслы, построенные вокруг этого топонима, начинают «играть» в тексте всего произведения, перекликаясь и дополняя друг друга. Основная идея произведения заключена в эпиграфе, предпосланном книге:

And after he had made all the other creatures of the earth, only then did the Creator make man and woman. And he fashioned their bodies that they should know each other's flesh but their souls that they should forever be strangers. For only thus divided might they find their true path (C. Sashone. Creative Mythology).

IV. Дискурс-анализ как средство интерпретации культурных смыслов

Дискурс-анализ может выступать как действенный метод для выявления и анализа культурных смыслов. Продемонстрируем это на примере сцены объяснения Онегина с Татьяной в оригинале пушкинского произведения «Евгений Онегин» и ее интерпретации в англо-американском фильме *Onegin* (1999 г., режиссер Марта Файнз). Цель — проследить, каким образом и с какой степенью успешности осуществляется ретрансляция смыслов из одной культуры в другую.

Макроконтекст интеракции. Россия первой половины XIX века — исторический период, в той или иной степени известный русским читателям и в меньшей степени знакомый или совсем не известный западным зрителям, что изначально создает сложности в восприятии ими экранизации произведения.

Культурный контекст. Для создания русского колорита авторы экранизации прибегают к ряду приемов. Фильм снят в Петербурге, что позволяет воспроизвести культурное окружение с точки зрения архитектуры и интерьеров зданий, где происходит действие.

В экранизации используется русская музыка, однако наблюдается сдвиг с точки зрения времени ее создания и социальной уместности — в гостинице у Лариных звучит песня «Ой цветет калина» из советского кинофильма «Донские казаки»; Онегина на всем протяжении фильма преследует вальс «На сопках Манчжурии»; мальчик несет письмо Татьяны Онегину под куплет из песни «Коробушка»: «Знает только ночка темная, как полагали они...». Знаменитый пушкинист В. Непомнящий отмечает также, что пейзажи и жанровые эпизоды «озвучиваются скрипичной музыкой с молдавско-цыганским намеком на что-то еврейское <...>» [Непомнящий, 2002, с. 65].

Использование одежды и причесок также небесспорно: Татьяна появляется сначала в сером пуховом, а затем в пестром головном платке; она и Ольга носят косу вокруг головы, как замужние казачки; балерина в театре танцует в кокошнике, а куртизанка, которую посещает Онегин, обута в красные сапожки.

Время интеракции. У Пушкина объяснение между Онегиным и Татьяной происходит летним вечером: *Смеркалось; на столе, блистая, Шипел вечерний самовар.* Татьяна бежит на встречу с Онегиным мимо цветников, ломает сирень; девушки в саду собирают ягоды.

В фильме объяснение происходит зимой, во время празднования Татьянина дня рождения (в оригинале этот эпизод на целых полгода отстоит от объяснения).

Место интеракции: имение Лариных; у Пушкина объяснение происходит в аллее, где Онегин неожиданно застаёт Татьяну; в фильме – в обшарпанном и захламленном садовом домике.

Участники интеракции: Евгений и Татьяна; в фильме Евгений тщательно причёсан, одет во фрак; у Татьяны коса уложена вокруг головы; верхняя часть ее платья напоминает расшитую сорочку.

Цель общения: объяснение по поводу содержания письма Татьяны к Евгению.

Форма общения: у Пушкина – стихотворный монолог Онегина, его отповедь Татьяне; в фильме – диалог в прозе между Онегиным и Татьяной.

Стиль дискурса: у Пушкина поэтический текст (высокий стиль); в фильме – литературная проза с преобладанием книжной лексики.

Коммуникативная инициатива: в том и другом тексте принадлежит Онегину, но у Пушкина – полностью, так как Татьяна молчит, в фильме Татьяна временами пытается перехватить инициативу, и в конце ей это удается (на это обстоятельство следует обратить особое внимание, так как оно важно для последующего понимания трактовки образа Татьяны в экранизации).

Экспликатура / импликатура. У Пушкина – обилие стилистических приемов, основанных на непрямом, образном выражении мысли, например, сравнений (*Сменит не раз младая дева / Мечтами легкие мечты; / Так деревце свои листы / Меняет с каждою весною.*), метафор (*любви невинной излишня; давно умолкнувшие чувства; себя на суд вам отдаю; скажу без блесков мадригальных*), литературно-художественных аллюзий (*Судите ж вы, какие розы / Нам заготовит Гименей*) и т. д.

В фильме в анализируемом эпизоде встречается только три фигуры речи: *Love, I've been told, heightens our senses but lowers our perceptions; the pain will evaporate; any stranger would have stumbled into your life.* Это означает, что в эпизоде превалирует эксплицитное выражение информации (что, кстати, свойственно для всей экранизации в целом).

Авторы фильма полностью переписали эпизод объяснения Онегина с Татьяной, составив собственный диалог, в котором мало общего с текстом Пушкина. Сопоставим текст оригинала и текст соответствующего эпизода в экранизации с целью выявления смысловых соответствий (у нас они выделены курсивом):

Оригинал	Экранизация
Минуты две они молчали, Но к ней Онегин подошел И молвил: «<i>Вы ко мне писали,</i> Не отпирайтесь. Я прочел Души доверчивой признанья, Любви невинной излишня;	<i>Onegin: Thank you for your letter.</i> <i>Tatyana: I would like to apologize. I should have never disclosed my feelings.</i>

Оригинал	Экранизация
Мне ваша искренность мила; Она в волнение привела Давно умолкнувшие чувства; Но вас хвалить я не хочу; Я за нее вам отплачу Признаньем также без искусства; Примите исповедь мою: Себя на суд вам отдаю. Когда бы жизнь домашним кругом Я ограничить захотел; Когда б мне быть отцом, супругом Приятный жребий повелел; Когда б семейственной картиной Пленился я хоть миг единый, — То, верно б, кроме вас одной Невесты не искал иной. Скажу без блесков мадригальных: Нашед мой прежний идеал, Я, верно б, вас одну избрал В подруги дней моих печальных, Всего прекрасного в залог, И был бы счастлив... сколько мог! Но я не создан для блаженства; Ему чужда душа моя; Напрасны ваши совершенства: Их вовсе недостойн я. Поверьте (совесть в том порукой), Супружество нам будет мукой. Я, сколько ни любил бы вас, Привыкнув, разлюблю тотчас; Начнете плакать: ваши слезы Не тронут сердца моего, А будут лишь бесить его. Судите ж вы, какие розы Нам заготовит Гименей И, может быть, на много дней. Что может быть на свете хуже Семьи, где бедная жена Грустит о недостойном муже, И днем и вечером одна; Где скучный муж, ей цену зная (Судьбу, однако ж, проклиная), Всегда нахмурен, молчалив, Сердит и холодно-ревнив! Таков я. И того ль искали Вы чистой, пламенной душой, Когда с такою простотой, С таким умом ко мне писали?	<i>Onegin</i>: Yes, but you would not be yourself had you not. <i>I admired your letter</i> <i>Tatyana</i>: Admired? <i>Onegin</i>: Yes. <i>Your candor. I was willed by your letter.</i> (Pause). However, I will not wish you to feel compromised by its being in my possession (holds out the letter to her). <i>Tatyana</i>: It's... it's yours. <i>Onegin</i> (holding the letter in front of her): Please. <i>Tatyana</i>: It's yours (turns away). <i>Onegin</i> (sighs): Love, I've been told, heightens our senses but lowers our perceptions. <i>I am not someone who is made for love and marriage.</i> <i>Tatyana</i>: You do not return my feelings. <i>Onegin</i>: I cannot. (Pause). Can't you see where this leads? A declaration. A kiss. A wedding. <i>Family obligations.</i> (Pause). <i>Boredom. Adultery.</i>

Оригинал	Экранизация
Ужели жребий вам такой Назначен строгого судьбой? Мечтам и годам нет возврата; Не обновлю души моей... Я вас люблю любовью брата И, может быть, еще нежней. Послушайте ж меня без гнева: Сменит не раз младая дева Мечтами легкие мечты; Так деревцо свои листы Меняет с каждою весною. Так видно небом суждено. Полубите вы снова: но... Учитесь властвовать собою; Не всякий вас, как я, поймет; К беде неопытность ведет. Так проповедовал Евгений. Сквозь слез не видя ничего, Едва дыша, без возражений, Татьяна слушала его. Он подал руку ей. Печально (Как говорится, машинально) Татьяна молча оперлась, Головкой томною склонясь; Пошли домой вкруг огорода <...>	<i>Is that really the future that you had in mind for us?</i> <i>Tatyana:</i> No. No. I... I... believe in... in the possibility of... eh... <i>Onegin:</i> Of what? <i>Tatyana:</i> Of... <i>Onegin</i> (interrupting her): I am sorry I upset you, but please believe me. I say this for your own good. You are young (pause) and impressionable. (Pause). Anyone, any stranger would have stumbled into your life and aroused your (pause) romantic imagination (pause). I am sorry if I led you to believe something else. <i>Tatyana:</i> Do you feel nothing? <i>Onegin:</i> I... I am fond of you. I think that you are... I think that you are charming and I am distressed that you are in pain. But the pain you feel today will, I suspect, leave you quite soon. I think it will evaporate. Then you'll be surprised that you ever felt for me. <i>And in time there will be someone more desecring of your love.</i> <i>Tatyana:</i> Is that the future you predict for me? <i>Onegin:</i> Yes. <i>Tatyana</i> (sighs): <i>Onegin:</i> You interpret my heart, my nature as you wish to believe it. In truth I have no secret longing to be saved for myself (Pause). I think we should return to your guests (heads for the door). <i>Tatyana:</i> You curse yourself. <i>Onegin</i> (turns back, looks at her in silence, bows and leaves)

Анализ смысловых соответствий показывает, что коммуникативная цель в обоих случаях достигнута — Онегин отталкивает Татьяну, сообщая ей о том, что он ее не любит. Но здесь, очевидно, правомерно говорить о том, что переданы контекстуальные значения, а вот смысл как раз остается не переданным.

Более того, следует обратить внимание на окончание данного коммуникативного события (пожалуй, наиболее интересную часть анализируемой транзакции). В пушкинском тексте коммуникативным сигналом завершения эпизода становится невербальное действие Онегина: «Он подал руку ей» (и они возвращаются в дом). В тексте экранизации Татьяна кричит вслед Онегину «You curse yourself!» («Ты проклял себя!») — реплика, которую пушкинист В. Непомнящий комментирует так: «очень важное в фильме место, после которого все последующее, включая поведение и облик самой героини <...> обретает «роковые» черты» [Непомнящий 2002, с. 66]. (Далее он называет Татьяну в фильме «женщиной-вамп»).

Применительно к анализируемой экранизации интеракциональность проявляется в том, что, с одной стороны, ее авторы берут за основу пушкинское произведение; с другой стороны, они приносят в экранизацию собственные смыслы. В результате возникает нечто новое, не являющееся простой суммой сложенных смыслов.

Логика смыслополагания. В своей весьма интересной книге «Логика смысла» арабист А. В. Смирнов утверждает, что помимо простой суммы культурных знаний, следует учитывать «процедуру смыслополагания», «конфигурацию смыслов», своего рода «прибавку» к смыслу частей, которая «не при-кладывается к основной части (отдельные смыслы отдельных слов), а трансформирует их» [Смирнов, 2001, с. 138—139]. Если согласиться с автором в том, что разным культурам свойственны разные логики формирования смыслов, то следует признать, что помимо определенного объема культурно-специфической информации об исследуемой традиции или культуре, необходимой для понимания какого-либо содержания, требуется понимание логико-смысловой процедуры, формирующей это содержание [Там же. Сс. 46; 92].

Непосредственное отношение к описанной выше «логике смыслополагания» имеет мнение В. Непомнящего, который пишет: «Пушкин труднодоступен для окружающего мира, и дело тут не только в языковом барьере, но прежде всего в разнице духовных установок» [Непомнящий, 2002, с. 67]. Далее он отмечает, что авторы фильма видоизменяют сюжет романа с тем, чтобы сделать его понятным современному западному зрителю. Например, «нужно как-то прояснить невразумительный пушкинский финал, сплошь загроможденный «загадочной русской душой», которая, как водится, сама не знает, чего хочет — то «я вас люблю», то, видите ли, «буду век ему верна» <...> «Ну, скажем, над чем она плачет? «Я плачу... если вашей Тани вы не знали до сих пор, то знайте: колкость вашей брани, холодный, строгий разговор... я предпочла б обидной страсти и этим письмам и слезам». Обидной страсти»??? О чем это? Почему «обидной»? Почему предпочла б? — поди пойми! Все не как у людей! Нет, надо сделать иначе, с воем и ревом: «Я за-аму-

жем! Ты опозда-а-а!» Вот это понятно любому нормальному человеку, мол, против обстоятельств не попрешь — судьба! <...> Вот где барьер, сверх ямы-кового. Роман написан про одно, а фильм снят совсем про другое» [Там же].

Сюжет для Пушкина — это лишь каркас для творения более важных смыслов, а они в фильме утрачены, и характеры героев сильно обеднены. Достаточно сказать, что аннотация к фильму гласит: «*After inheriting his uncle's country estate, playboy Evgeny Onegin travels there and meets a beautiful, passionate young girl Tatyana.*»

В результате применения процедуры дискурс-анализа к сцене объяснения Онегина с Татьяной и ее ретрансляции в англо-американской экранизации приходим к следующим выводам:

1. Культурные смыслы формируются как результат действия множественных факторов, участвующих в коммуникации. При этом неправомерно говорить о простой сумме значений, переплавляющихся в смыслы в процессе коммуникации, так как их совокупность дает новое качество. Соединяясь воедино, они образуют качественно новое целое, которое обладает собственными признаками, отличными от каждого из компонентов, взятых в отдельности.

2. В связи с тем, что смысл контекстуально обусловлен, интерактивен и динамичен, следует вести речь не о простой «передаче» смыслов от отправителя к получателю, а о том, что каждый из коммуникантов делает свой вклад в их формирование.

3. Говоря о продуцировании культурных смыслов, важно учитывать не только их составляющие, но и то, каким образом они соединяются воедино, то есть принимать во внимание межкультурные различия в смыслополагании.

V. Анализ ретрансляции и адаптации культурных смыслов для представителей других культур

Под ретрансляцией смыслов мы понимаем их опосредованную передачу от одной культуры к другой. В качестве посредников могут выступать сценаристы и режиссеры фильмов — экранизаций литературных произведений, критики, авторы индивидуализированных переводов и иных художественных форм, то есть лица, осуществляющие перевод культурных смыслов в широком смысле этого слова. Под адаптацией, в свою очередь, мы имеем в виду приспособление смысла для понимания носителями иной культуры.

Критериями, которые определяют уровень межкультурной компетенции ретранслятора, являются культурная сенситивность, достоверность, правдоподобие и понятность для целевой аудитории.

Культурная сенситивность — это способность почувствовать, как на основе знания, так и интуиции, наличие культурно значимых смыслов и осознание того, что даже понимание отдельных компонентов не гарантирует суммарного адекватного понимания без способности соотнести все факторы и воспринять их как единое целое, в широком контексте.

Достоверность подразумевает как можно более точное воспроизведение культурной информации в том виде, в котором она существует в культуре-источнике. Если точное воспроизведение невозможно, то, по крайней мере, информация должна быть правдоподобной, то есть приближенной к изображаемой культурной реальности. Если у Татьяны в фильме *Oнеgin* прическа замужней казачки и одежда, напоминающая расшитую сорочку украинской деревенской девушки, а Ленский выглядит как рыжекудрый ирландец, то это не достоверно и не правдоподобно.

При этом следует помнить, что в межкультурной коммуникации складывается два знания — носителей и неносителей лингвокультуры. Необходим учет культурной компетенции целевой аудитории и адаптация культурных смыслов к их знанию. Речь в данном случае идет о приспособлении культурных смыслов к целевой аудитории с целью донести до нее как можно больший объем информации и оптимизировать межкультурное понимание.

В американском фильме «Доктор Живаго» заболевшая мать Лары при измерении температуры ставит термометр в рот, что не соответствует русским реалиям. Но если она поставит градусник подмышку, будет ли это действие понятно американцам? И если американцам назвать ее температуру в градусах по Цельсию, как это делается в России, насколько это будет для них информативно? Готовы ли мы сами с ходу сказать, какой должна быть нормальная температура по Фаренгейту? В данном случае достоверное воспроизведение информации было бы не вполне оправданным.

Должен также учитываться такой фактор, как степень релевантности информации. В случае с термометром, например, указание точных цифр (температуры) было не обязательным, равно как и сама сцена с термометром — можно было просто сообщить, что у матери Лары повышена температура и тем самым избежать нарушения смыслового континуума.

Необходимо определить границы, за которыми наступают качественные изменения, неприемлемые с точки зрения добросовестности ретранслятора и деформирующие культурный смысл.

Параметры анализа возможных ошибок при ретрансляции культурных смыслов

Несоответствие формы и содержания. Для телевизионной рекламы компании «Nike», снятой в Кении, использовали людей из племени самбуру. Один из них произносит фразу на своем родном языке, и в это время на экране появляется лозунг компании «Just do it» («Просто сделай это»). Как выяснилось, на самом деле человек говорит: «Я не хочу такую обувь. Дайте мне большие башмаки». Создатели рекламы надеялись, что никто в США не знает языка самбуру, но ошиблись — антропологи заметили несоответствие. Смысловое нарушение не было замечено людьми, не владеющими соответствующим языком, но оказалось очевидным для тех, кому этот язык знаком. Вывод из вышесказанного: гармоничные культурные смыслы рождаются из соответствия формы и содержания, что должно приниматься во внимание в процессе их ретрансляции.

Нарушение контекстной дистрибуции составляющих смыслов. В знаменитой американской экранизации романа Б. Пастернака «Доктор Живаго» пассажиры поезда танцуют под песню «Калинка». Казалось бы, нормально для передачи русского колорита. Однако песня исполняется как цыганская, и танцуют под нее люди, похожие на цыган. В данном случае мы наблюдаем нарушение дистрибуции с позиций этнической принадлежности героев и неспособность дифференцировать русскую и цыганскую культуры.

То же самое справедливо для упомянутого выше сдвига с точки зрения времени создания и социальной уместности песен «Ой цветет калина» и «Коробейники», а также вальса «На сопках Манчжурии» в англо-американской экранизации «Евгения Онегина» [1999]. Все это – явные «лапы» с точки зрения временного и социального контекстов, а также множественных культурных ассоциаций в рамках русской концептосферы.

Расхождения в ценностных ориентирах и их проявлениях в коммуникативном поведении. В американском фильме *Hunt for the Red October* моряки тонущей русской подводной лодки поют гимн Советского Союза — маловероятная ситуация с точки зрения русских, но, по-видимому, легко моделируемая американцами, часто и охотно исполняющими собственный гимн. Здесь можно говорить о переносе американских ценностных ориентиров на русское коммуникативное поведение.

Приведенные выше примеры, безусловно, не охватывают всех причин нарушения смыслового континуума, но дают представление о возможностях их анализа.

Другие параметры анализа культурных смыслов могут включать:

фоновые знания;

функционально-прагматические связи с культурным контекстом;

пресуппозиции;

аллюзин;

реминисценции;

ассоциативные связи с прецедентными понятиями и текстами;

индивидуально-личностные ассоциации и т. д.

Области применения методов анализа культурных значений и смыслов многообразны. Они могут использоваться для выявления различий в восприятии картины мира и объяснения причин коммуникативных сбоев в межкультурной и межличностной коммуникации; для интерпретации и толкования текстов художественной и публицистической литературы, а также кинотекстов в герменевтике, литературоведении и лингвокультурологии; для выявления особенностей использования и восприятия политической риторики в журналистике и политологии; при составлении рекламы и Интернет-сайтов, адресованных разным по этническому и социальному составу аудиториям в средствах массовой информации; при использовании коммуникативного подхода к преподаванию родного и иностранного языка в педагогике и методике; для экспликации культурно маркированных значений в лексикографии; а также для других практических и исследовательских целей.

Методы лингвистических исследований

Границы моего языка означают границы моего мира.

Л. Витгенштейн

Чрезвычайно полезными для изучения коммуникации являются методы лингвистических исследований, которые помогают понять процесс разворачивания дискурса, его языковые закономерности, интерпретировать реализуемые в тексте смыслы, выявить внутриконтекстуальные и интертекстуальные связи, исследовать лингвокультурные особенности коммуникации [см., например, *Общее языкознание...*, 1973; Степанов, 1975; Арнольд, 1991; *Качественные методы...*, 1995; Васильев, 1997; Шаховский, Шейгал, 2008; *Современная американская лингвистика*, 2010 и др.]. Назовем некоторые из них.

Описательный (дескриптивно-аналитический) метод — один из ведущих исследовательских методов социальных наук, широко используемый в лингвистике для синхронного анализа языка. Этот метод в значительной степени основан на интуитивных наблюдениях ученого за языковыми единицами с их последующим описанием, не предполагающим выявления причинно-следственных связей, и часто выступает как отправная точка исследования.

Дефиниционный анализ — метод, предполагающий рассмотрение словарных определений исследуемых языковых единиц. В зависимости от типа словаря на основе этого анализа могут быть выявлены: происхождение и этимологические связи лексемы, ее произношение, частеречная принадлежность, морфологический состав, сочетаемость, стилевые характеристики, экспрессивность, эмоциональная маркированность, ядро и периферия семантической структуры, семантические связи (наличие синонимов, антонимов, омонимов и т. д.), культурные ассоциации, частотность употребления, степень нормативности, наличие производных лексем, контекстуальные ограничения употребления и т. д.

Этимологический анализ — метод исследования происхождения языковых единиц, цель которого — «определение того, когда, в каком языке, по какой словообразовательной модели, на базе какого языкового материала, в какой форме и с каким значением возникло слово, а также какие исторические изменения его первичной формы и значения обусловили форму и значение, известные исследователю» [ЛЭС, 1990, с. 596]. Использование этимологического анализа способствует исследованию закономерностей развития коммуникации, выявлению межъязыковых / межкультурных связей, проведению герменевтических исследований, выявлению глубинных смыслов при толковании нарративов и т. д.

Сопоставительный метод предусматривает «исследование и описание языка через его системное сравнение с другим языком с целью прояснения его специфичности». Он в первую очередь направлен на выявление различий между сравниваемыми языками, в связи с чем также называется контрастивным [ЛЭС, 1990, с. 481].

Предложенный И. А. Стерниным алгоритм контрастивного анализа включает следующие этапы:

- 1) выделение лексической группировки в исходном языке;
- 2) определение межъязыковых соответствий отдельных единиц;
- 3) семное описание значений лексических единиц в сопоставляемых языках;
- 4) семантическое описание контрастивных пар;
- 5) выявление национально-специфических компонентов значений слов;
- 6) дифференциальная семантизация членов контрастивных пар;
- 7) дифференциальное толкование значений лексических единиц [Стернин, 2004, с. 85–116].

Контрастивный анализ широко применим в лингвистике для определения национальной специфики языковых единиц, в межкультурной коммуникации при описании поведения представителей разных культур; в лингводидактике при формировании лексикона студентов, изучающих иностранный язык, и выработке их коммуникативного поведения, приближенного к поведению носителя соответствующей лингвокультуры; в лексикографии при составлении контрастивных словарей разного типа и т. д.

Компонентный анализ — это метод исследования семантики языковых единиц, предусматривающий разложение их значения на минимальные семантические составляющие; нацелен на выявление общих и дифференциальных признаков в семантике языковых единиц, входящих в одну лексико-семантическую группу [ЛСП]. Он может быть полезен для выявления тончайших различий между языковыми значениями, обуславливающих особенности их реализации в дискурсе; объяснения причин межкультурных расхождений, ведущих к коммуникативным сбоям, и т. д.

Дистрибутивный анализ представляет собой метод исследования окружения языковых единиц в дискурсе, их расположения относительно друг друга. Американские дескриптивисты выделили два ведущих вида дистрибуции — дополнительную и контрастную. Дополнительная дистрибуция характеризует элемент связной речи в специфических, только ему свойственных окружениях. Контрастная, в свою очередь, показывает тождественные окружения элементов, при этом обеспечивающие дифференциацию смыслов [Шаховский, Шейгал, 2008, с. 57].

Трансформационный анализ предусматривает операции по преобразованию синтаксических конструкций, близких или тождественных по смыслу [по З. Харрису. Приводится по: Шаховский, Шейгал, 2008, с. 43]. позволяет выявить системные связи между синтаксическими конструкциями, снять их омонимию, развести лексические значения и синтаксические функции определенных слов в составе словосочетания и предложения и т. д. [Там же. С. 47].

Психолингвистические экспериментальные методы включают целый спектр разнообразных методик, таких как завершение предложения, определение грамматической правильности или приемлемости

предложения, метод чтения с регулировкой скорости, методика записи движения глаз в процессе чтения, методика многомодального зондирования (предполагающая, что, увидев в предложении контрольное слово, информант должен произвести какую-либо заданную операцию: лексическое определение, называние, определение наличия / отсутствия слова в предложении и т. д.) [Секерина, 2010, с. 251–255] и т. д.

Ассоциативный эксперимент — психолингвистическая исследовательская методика, предусматривающая привлечение респондентов и связанная с фиксацией ассоциаций на предъявляемые им языковые стимулы. В процессе проведения свободного ассоциативного эксперимента респондентов просят выдать первую пришедшую им в голову словесную реакцию на предложенный стимул. При направленном ассоциативном эксперименте перед респондентами ставят «конкретные задачи, опирающиеся на их языковую интуицию» [Шаховский, Шейгал, 2008, с. 71 – 72]. Этот метод оказывается чрезвычайно полезным в процессе выявления имплицитных смыслов, фоновых знаний, пресуппозиций, аллюзий и хорошо применим к исследованию межкультурной коммуникации, особенно когда возникает необходимость обратиться к языковому опыту носителей исследуемых лингвокультур.

Контекстуальный (контекстологический) анализ — метод изучения окружения, в котором реализуется значение исследуемой языковой единицы. Различают микроконтекст — минимальное окружение единицы — и макроконтекст — окружение, позволяющее установить ее функцию в тексте в целом. Помимо того, что контекстуальный метод используется для исследования отдельных языковых единиц, понятия микро- и макроконтекста весьма значимы как параметры дискурс-анализа.

Интертекстуальный анализ — метод, используемый для выявления связей данного текста с другими текстами того же или других авторов. В. И. Шаховский и Е. И. Шейгал предлагают следующую процедуру анализа: «1) выявление эстетических сигналов «чужого» в рассматриваемом тексте; 2) определение их статуса; 3) систематизация; анализ многоаспектных связей с текстом-источником; изучение возможных смысловых трансформаций и функций в исследуемом тексте» [Шаховский, Шейгал, 2008, с. 107].

В условиях коммуникации языковая компетенция отвечает за правильный выбор языковых средств, адекватных для ситуации общения; верную референцию; соотнесение ментальных моделей с формами действительности; соположение ментальных схем и построений с когнитивным опытом; способность повторить однажды полученный языковой опыт в аналогичных коммуникативных ситуациях. Язык в таком случае может рассматриваться как инструмент для организации смыслов, продуцируемых в результате мыслительной, эмоциональной и мирозерцательной деятельности человека, и как средство передачи этих смыслов от одного коммуниканта к другому. Роль языка в достижении взаимопонимания между людьми определяет значимость использования методов лингвистических исследований в коммуникативистике.

Порядок описания исследовательской методики

Грамотное описание методики в научно-исследовательской работе должно: 1) показывать, каким образом были получены научные результаты; 2) быть достаточно убедительным, чтобы внушать доверие; 3) быть подробным и понятным в той степени, которая позволила бы другому ученому, решившему повторить исследование по этой же теме, получить аналогичные результаты.

В хорошем описании методики исследования:

- 1) должно присутствовать ясное определение единицы анализа и критерии ее выделения;
- 2) категории анализа не должны накладываться друг на друга; им следует быть взаимоисключающими;
- 3) список категорий должен быть исчерпывающим — все данные должны попасть в какую-то из выделенных групп (в случае затруднений целесообразно создать категорию *Varia*, в которую должны войти примеры, не укладывающиеся в выделенные категории);
- 4) руководство по применению метода должно быть внятным и четким;
- 5) должно присутствовать единообразное кодирование полученных данных.

Порядок следования и логика описания методики зависят от исследователя — нет общепринятого алгоритма, однако можно предложить включить в это описание следующие составляющие:

- 1) краткое описание теоретических основ методики (в связи с тем, что разница в подходах может обусловить различия в процедуре ее применения);
- 2) описание материала исследования;
- 3) источники материала, обоснование их выбора;
- 4) способы сбора материала и тип используемой выборки;
- 5) количественное и качественное описание собранного материала;
- 6) методика анализа материала;
- 7) единицы анализа;
- 8) инструментарий анализа;
- 9) порядок подготовки данных к анализу;
- 10) этапы анализа;
- 11) процедуры анализа;
- 12) способы обработки полученных результатов;
- 13) порядок интерпретации полученных результатов.

В приложение должны быть включены инструменты, которые использовались в процессе исследования: опросный лист, руководство к кодированию, классификатор, список условных знаков, используемых при транскрибировании и т. д., а также таблицы и графики, отражающие количественные и качественные результаты анализа. Полезно также, если позволяет объем работы, привести исследовательский материал, который сам по себе может представлять большую ценность.

Этика коммуникативных исследований

Этические соображения оказывают существенное влияние на выбор методики и характер проведения научных исследований. Этика выступает как инструмент выбора в сложных ситуациях, при возникновении конфликта между двумя нравственными позициями. Она предполагает балансирование между двумя «правдами», когда нет однозначно верного ответа на вопросы, которые задает сама жизнь. Как отмечают специалисты по этике, легко выбирать между «белым» и «черным»; трудности возникают там, где речь идет о полутонах.

Основные этические проблемы сводятся к следующему:

- Не фальсифицированы ли полученные данные? Достоверна ли публикуемая информация?
 - Не причиняется ли вред лицам, вовлеченным в процесс исследования (в таких формах как стресс, угроза самооценке, карьерным перспективам или взаимоотношениям с руководством, вмешательство в личную жизнь, попытка через установление контактов получить доступ к секретным документам, подталкивание к асоциальным действиям и т. д.)?
 - Соблюдается ли конфиденциальность лиц, которые являются объектом изучения?
 - Не предполагает ли процедура исследования обмана или введения информантов в заблуждение?
 - Не имеет ли места коммерциализация науки, то есть не получают ли ученые финансовой поддержки от лиц или организаций, которые могут оказать влияние на исход исследования?
 - Отдают ли ученые должное тем, кто участвовал в проведении изысканий? Есть ли гарантия того, что в научной работе отсутствуют компиляция и плагиат?
 - Все ли указанные авторы внесли реальный интеллектуальный вклад в работу? Не имеет ли места так называемое «почетное соавторство»?
 - Не переходят ли ученые на личности во время научных споров?
 - Соблюдаются ли нормы политической корректности по отношению к читательской аудитории?
 - Обеспечивают ли издатели и рецензенты справедливую оценку результатов научных изысканий?
 - Гарантирована ли открытость результатов исследования для научного сообщества?
 - Как будут использованы научные открытия? Не несут ли они с собой потенциальных проблем для населения (например, опасности для здоровья и благополучия людей; использования знаний по межкультурной коммуникации против мирных жителей во время войн, конфликтов и т. д.)?
- Важные этические вопросы возникают в связи с привлечением к исследованию испытуемых, которые становятся объектом анализа. Вопрос о так называемом «информированном согласии» (*informed consent*) людей участвовать в изысканиях достаточно сложен. С одной стороны, уважение к личности требует, чтобы человек знал о том, что за ним наблюдают или что он

выполняет некую роль в эксперименте. Некоторые сферы жизни являются сугубо личными, несанкционированное вмешательство в них недопустимо. С другой стороны, знание информантов об участии в эксперименте нарушает суть и чистоту этого эксперимента. Кроме того, в процессе работы ученые могут встречаться с большим количеством людей — надо ли всем им сообщать, что они являются объектами исследования? «Когда мы смотрим на толпу, приветствующую героя, было бы абсурдно предупреждать каждого, что социолог интерпретирует их поведение» [Allon, 1979, p. 68 — 69]. В такой ситуации трудно соблюсти необходимый баланс, и ученому самому приходится делать непростой этический выбор.

Дж. Рот полагает, что нет особой разницы между человеком, устроившимся на работу, а затем решившим описать результаты своих наблюдений в научном исследовании, и тем, кто целенаправленно устраивается на должность, позволяющую ему вести подобные наблюдения, так как исход в обоих случаях одинаковый [Roth, 1970, p. 279]. Он также отмечает, что любое исследование — в известной степени секрет для окружающих, так как ни один ученый не рассказывает наблюдаемым обо всех результатах своих изысканий. «Пока существует разделение между исследователем и теми, кого он исследует, сбор информации будет неизбежно иметь свои скрытые стороны, даже если человек открыто заявляет о своей роли наблюдателя» [Ibid, p. 278]. Это мнение разделяют далеко не все ученые.

Дж. Лофланд и Л. Х. Лофланд обозначают еще целый ряд проблем, всплывающих в процессе исследования:

Этично ли, находясь в определенной ситуации, не отдаваться ей всем сердцем?

Этично ли, видя, что люди отчаянно нуждаются в помощи, не отреагировать напрямую?

Этично ли относиться к окружающим с расчетом и стратегически выстраивать отношения с ними?

Этично ли, преследуя свои исследовательские цели, получать информацию от людей, которых ненавидишь?

Этично ли в ситуации противостояния принимать или НЕ принимать чью-либо сторону?

Этично ли использовать ключевых информаторов как своих союзников, чтобы получить доступ в закрытые сообщества? и т. д. [Lofland and Lofland, 1984, p. 43].

Однако в научной среде уже устоялись некоторые принципы. Считается, например, что при проведении анкетирования и других форм опроса надо честно предупреждать людей об использовании записывающих устройств, а также о том, сколько времени займет опрос.

Многие профессиональные организации и вузы, особенно на Западе, имеют этические кодексы, например, «Кодекс профессиональной этики Национальной коммуникативной ассоциации США» (*A Code of Professional Ethics for the Communication Scholar/Teacher. National Communication Association*). Кроме того, британские, американские и другие вузы могут иметь собственные комитеты этических исследований, которые разрабатывают

инструкции для ученых. Наряду с положительной ролью этих инструкций, отмечаются и их недостатки: слишком тяготея к принципам точных наук, они тем самым сужают рамки качественных исследований; кроме того, из-за боязни судебных исков против вузов они существенно ограничивают свободу исследователя.

Дружно выступая против плагиата, западные ученые расходятся в своем отношении к автоплагиату, или иначе двойной или избыточной публикации собственных материалов одним и тем же автором. В некоторых этических кодексах отдельно оговаривается вопрос о недопустимости автоплагиата. Другие считают само понятие автоплагиата оксюмороном и указывают на следующие обстоятельства, оправдывающие повторную публикацию информации, добытой в процессе исследования: необходимость повторно изложить результаты предыдущего исследования, чтобы на его базе построить следующее; их адресованность разным аудиториям читателей / слушателей, с различным кругом профессиональной компетенции, сферой научных интересов и т. д.

Этические проблемы, возникающие в межкультурной научной коммуникации

Сегодня ученые нередко задают себе вопрос: этично ли то, что при приеме на работу в элитные британские и американские университеты признаются публикации только на английском языке? Вы можете быть автором десяти известных монографий, изданных на русском, французском, итальянском или любом другом языке, но они как бы не существуют. Этичен ли отказ Украины и некоторых других государств признавать диссертации, которые были защищены на русском языке?

Этично ли то, что на многочисленных научных конференциях, семинарах и симпозиумах английский является единственным рабочим языком? Так, например, на конференции ЮНЕСКО в Финляндии в 2003 г. датская исследовательница Т. Скутнабб-Кангас указала в своем докладе, что это обстоятельство автоматически ставило англоговорящих участников в привилегированное положение и отсекало не владевших английским потенциальных участников. Воспользоваться услугами переводчика было разрешено только одному докладчику — представителю Всемирной федерации глухих. Организаторы заявили, что не могут обеспечить достаточного количества переводчиков и надеются, что это обстоятельство будет воспринято не как препятствие, а как «learning experience» (то есть образовательный опыт). В связи с этим проф. Скутнабб-Кангас отметила не без сарказма: «Не эгоистично ли с нашей стороны (то есть со стороны полилингвов) получить этот уникальный образовательный опыт и лишить бедных англоговорящих монолингвов обогатить их жизненный опыт?» С точки зрения Т. Скутнабб-Кангас, должны быть выработаны правила, которые обеспечили бы равенство между представителями разных языковых сообществ.

Ученым, которые для проведения межкультурных исследований обращаются к жителям других стран, следует помнить, что к ним предъявляются повышенные требования, предусматривающие: 1) особо тщательную предварительную подготовку к проведению устного опроса или анкетиро-

вания на иностранном языке, так как неграмотно или неточно сформулированные вопросы и задания снижают доверие к исследователю; 2) знание норм политической корректности; 3) понимание этических правил и норм конфиденциальности, принятых в исследуемой культуре; 4) владение национально-специфическими коммуникативными стратегиями (например, представления о том, насколько прямо может быть сформулирован вопрос, существенно различаются в восточных и западных культурах; неодинаковы понятия о вежливости, самопозиционировании исследователя и т. д.).

Этические нормы в пространстве Интернет

Следует особо упомянуть о том, в пространстве Интернет действуют специфические этические нормы — так называемый *netiquette*, который включает правила, устанавливаемые провайдерами и модераторами, этикетные нормы переписки и т. д. (в частности, см. рекомендации по проведению научных исследований, разработанные организацией *Association of Internet Researchers* [Ethical Decision-Making, 2002]).

В случае привлечения к исследованию информантов ученому важно вести себя корректно, не оттолкнув испытуемых и не нарушив этических норм. В качестве отправной точки могут быть использованы форумы по интересам, совпадающим с научной темой исследователя. Но и здесь следует тщательно взвесить все этические аргументы. Например, сомнительным является обращение к участникам форума или социальной сети якобы с предложением дружбы, а на самом деле с целью изучения их коммуникативного поведения. При сборе информации в чате или форуме рекомендуется начать с периода наблюдения (не участвуя самому) и лишь затем включиться в обсуждение релевантных для исследования тем.

Несмотря на то, что Интернет считается публичным пространством, в котором не возбраняется проводить научные исследования, там также существует необходимость обеспечивать анонимность и конфиденциальность личности. При цитировании данных следует, по меньшей мере, удалять заголовки, подписи и адреса пользователей. Некоторые ресурсы (форумы, дискуссионные группы) заранее предупреждают о том, что если их захотят цитировать, то надо предупредить об этом модератора.

Подводя итог, отметим, что этические нормы могут быть сведены к следующим основным категориям: 1) честность и добросовестность при проведении изысканий; 2) признание интеллектуального вклада других ученых; 3) взаимоотношения с общественностью; 4) моральные ценности, утверждаемые или опровергаемые научным исследованием. Высказанные соображения — это лишь рекомендации, окончательный этический выбор так или иначе остается за ученым, и от него зависят, будут ли результаты его исследования использованы во вред или во благо.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Как и саму коммуникацию, эту книгу следует рассматривать как диалог, направленный на взаимопонимание. Во-первых, это диалог между разными научными традициями, в частности позитивизмом и интерпретивизмом, суть которого в том, что между ними нет непримиримых противоречий. Каждое из направлений имеет право на существование и рассматривает человеческое общение с разных позиций, внося свой вклад в постижение его сущности.

Во-вторых, это поиск наиболее приемлемого соотношения между количественными и качественными методами применительно к каждому конкретному исследованию. Их умелое сочетание, а также возможность использования смешанных методов — это способ избежать как чрезмерного упрощенного, обезличенного и статичного, так и субъективного, умозрительного подхода к миру человека.

Это также диалог, или скорее полилог, между различными научными дисциплинами как путь к их взаимному обогащению и развитию. Описание специальных методов, относящихся непосредственно к коммуникативным исследованиям, оказалось непростой задачей, прежде всего потому, что как в России, так и за рубежом очень мало литературы, посвященной их рассмотрению — в основном преобладают труды, в которых анализируются общие методы социальных наук, адаптированные для целей коммуникативистики. Это в значительной степени объясняется молодостью теории коммуникации как науки, а также многоплановостью коммуникативных исследований, наличием в ней таких направлений как межличностная, массовая, межкультурная, религиозная, семейная, медицинская, педагогическая коммуникация и т. д. С одной стороны, это осложняет задачу рассмотрения соответствующих методов, с другой — открывает большие перспективы, поскольку методы разных наук могут быть с успехом привнесены в теорию и практику коммуникативных исследований. Их использование может оказаться полезным для рассмотрения различных аспектов человеческого общения, особенно в сочетании с другими методами и применением триангуляции.

Эта книга также в известной степени содержит в себе поиск точек соприкосновения между российскими и западными научными подходами к теории и практике коммуникации, с их различными истоками, направлениями, идеологиями и путями развития.

Кроме того, это диалог между автором научного труда и его читателем. Исследовательские методы ни в коем случае не догма, они открыты для дальнейшей творческой разработки со стороны тех, кто их применяет.

В способности методов стимулировать творческую активность исследователя, подтолкнуть его к генерированию новых идей и подходов заключается их особая привлекательность.

И, наконец, обращение к исследовательским методам — это диалог исследователя с самим собой, позволяющий систематизировать собственные мысли, спланировать этапы исследования, проверить свои идеи на практике и решить сложные этические вопросы в отношении тех людей, которые становятся объектом исследования.

Хотелось бы завершить работу высказыванием Ч. Пирса, выражающим самую суть отношения к методам, которое имплицитно присутствовало в их описании на протяжении всей книги: «Есть нечто даже более важное для науки, чем умные методы. И это искреннее желание узнать правду, какой бы она ни была».

БИБЛИОГРАФИЯ

- Арнольд И.В. Основы научных исследований в лингвистике. — М.: Наука, 1991.
- Белановский С.А. Методика и техника фокусированного интервью. — М.: Наука, 1993.
- Бобырева Е. В. Религиозный дискурс: ценности, жанры, стратегии (на материале православного вероучения): монография. — Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2007.
- Бондаренко Е. В. Межкультурная семейная коммуникация как особый тип общения: дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2010.
- Борисов А. Б. Большой экономический словарь. — М.: Книжный мир, 2003.
- Бутенко И. А. Анкетный опрос как общение социолога с респондентом. — М.: Высшая школа, 1989.
- Васильев Л. М. Методы современной лингвистики. — Уфа: Башкирский гос. ун-т, 1997.
- Гадамер Г.-Г. Диалектическая этика Платона: Феноменологическая интерпретация Филеба / Коваль О.А. (пер. с нем. и предисл.). — СПб.: С.-Петербург. филос. о-во, 2000.
- Городецкая Л. А. Ассоциативный эксперимент в коммуникативных исследованиях. // Сб. науч.тр. «Теория коммуникации & прикладная коммуникация». Вестник Российской коммуникативной ассоциации. Вып. 1 / Под общей редакцией И. Н. Розиной. — Ростов н/Д: ИУБиП, 2002. — С. 28—37.
- Григорьев, С.И., Растов Ю.Е. Основы современной социологии. Учебное пособие. — Барнаул: Изд-во Алтайского гос. ун-та, 2001. [Электронный ресурс]. URL: <http://irbis.asu.ru/mmc/grig/> (дата обращения: 05.09.2008).
- Гришаева Л. И., Цурикова Л. В. Введение в теорию межкультурной коммуникации: Учеб. пособие. Воронеж: Воронежский гос. университет, 2003.
- Девятко И.Ф. Методы социологического исследования: Учеб. пособие для вузов. — Екатеринбург, 1998.
- Дементьев В.В. Непрямая коммуникация. М.: Гнозис, 2006.
- Демьянков В.З. Англо-русские термины по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста. Вып. 2. Методы анализа текста. — М.: Всесоюзный центр переводов. 1982.
- Демьянков В.З. Интерпретация политического дискурса в СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие / Отв. ред. М.Н. Володина. — М.: Изд-во Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, 2003. — С. 116—133.
- Донец П. Н. Теория межкультурной коммуникации: специфика культурных смыслов и языковых форм: дис. ... д-ра филол. наук. — Харьков, 2004.

- Дружинин В.Н. Экспериментальная психология. — СПб.: Питер, 2002.
- Дубинина И.И. Способы выражения иерархических отношений в организационной коммуникации: дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2007.
- Елина Е.А. Семиотика рекламы. М.: Дашков и Ко, 2009.
- Ерасов Б.С. Социальная культурология. — М.: «Аспект — Пресс», 1997.
- Ерофеева Т.И., Глазова К.М. Нарратив в социолингвистическом исследовании // Дискурс, концепт, жанр: коллективная монография / Отв. ред. М. Ю. Олешков. — Нижний Тагил: НТГСПА, 2009 (Серия «Язык и дискурс». Вып. 1). — С. 344 — 365.
- Жорняк Е.С. Нарративная терапия: от дебатов к диалогу // Журнал практической психологии и психоанализа. — 2001. — №4.
- Жура В. В. Дискурсивная компетенция врача в устном медицинском общении: монография. — Волгоград, Изд-во ВолГМУ, 2008.
- Журавлев В.Ф. Нарративное интервью в биографических исследованиях // Социология. — № 3—4, М. 1993. — С. 34—43.
- Залевская А.А. Языковое сознание: вопросы теории // Вопросы психолингвистики. 2003. №1. С.30—35.
- Зароченцев К.Д., Худяков А. И. Экспериментальная психология: учеб. — М.: Изд-во Проспект, 2005.
- Ильин И.П. Постмодернизм. Словарь терминов. М.: ИНИОН РАН: INTRADA, 2001.
- Калмыкова Е.С., Мергенталер Э. Нарратив в психотерапии: рассказы пациентов о личной истории // Журнал практической психологии и психоанализа. — 2002. — №1—2.
- Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. — М.: Гнозис, 2004.
- Карасик В. И. Языковые ключи. М.: Гнозис, 2009.
- Каслова А.А. Метафорическое моделирование в политическом нарративе «Федеральные выборы» в США и России (2000 г.): автореф. дис. канд. филол. наук. — Екатеринбург, 2003.
- Качественные методы в социальных исследованиях. Фокус-группы: Учеб. пособие / Пер. с англ. — Барнаул, 1995.
- Кашкин В.Б. Основы теории коммуникации: краткий курс. — М.: АСТ, Восток-Запад; Минск: Харвест, 2007.
- Кибрик А. А. Анализ дискурса в когнитивной перспективе: дис. в виде научного доклада ... д-ра филол. наук. — М.: РАН. Институт языкознания, 2003.
- Кириллов А. Г. Политический нарратив: структура и прагматика (на материале современной англоязычной прессы): дис. ... канд. филол. наук. — Самара, 2007.
- Коляин Д. Л. Ухаживание как тип коммуникативного поведения: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2006.
- Кон И.С. Позитивизм в социологии. — Л., 1964.
- Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык. — М.: Новое литературное обозрение, 2002.
- Куприян Л.П. Проблема эксперимента в системе общественной практики. М., 1981.

- Левцкий В. В. Квантитативные методы в лингвистике. — Винница, 2007.
- Леонтович О. А. Сцена объяснения Онегина с Татьяной: интерпретация культурных смыслов с позиций интеракциональности // Жанры речи: Сб. науч. статей. — Саратов: Изд. центр «Наука», 2007а. Вып. 5. Жанр и культура. — С. 292 — 300.
- Леонтович О. А. Функционирование культурных смыслов в художественном тексте // Письменная коммуникация: межкультурный аспект: Межвузовский сборник научных трудов (по материалам Международной конференции «Письменная коммуникация: межкультурный аспект». Курск, 21–23 сентября 2007 г. — Курск: Изд-во РОСИ, 2007б. Часть 2. — С. 14–20).
- Леонтович О. А. Конструирование фикциональной реальности средствами китайского мифологического нарратива // Китайская лингвокультура в современном глобальном мире: кол. монография / сост., общ. ред., предисл. О. А. Леонтович, ред. Ли Инъин. — Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2010. — С. 240 — 262
- Леонтович О. А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения. Монография — М.: Гнозис, 2005.
- Леонтьев Д. А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. 2-е, испр. изд. — М.: Смысл, 2003.
- Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна. — М.: Институт экспериментальной социологии, СПб.: Алетейя, 1998.
- Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. — Таллин: Ээсти Раамат, 1973.
- Лотман Ю. М. Семиотика культуры и понятие текста // Русская словесность: Антология. М.: ACADEMIA, 1997. С. 202–205.
- Лутвинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: монография. — Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2009.
- Макаров М. Л. Основы теории дискурса. — М.: Гнозис, 2003.
- Манаенко Г. Н. Координаты понятия «дискурс» // Дискурс, концепт, жанр: коллективная монография / Отв. ред. М. Ю. Олешков. — Нижний Тагил: НТГСПА, 2009 (Серия «Язык и дискурс». Вып. 1). — С. 15–35.
- Методы анализа документов в социологических исследованиях. — М., 1985.
- Методы сбора информации в социологических исследованиях / Под ред. В.Г. Андреевкова и О.М. Масловой: В 2-х кн. — М., 1990.
- Москвин В. П. Аргументативная риторика: теоретический курс для филологов. — Изд. 2-е перераб. и доп. — Ростов н/Д.: Феникс, 2008.
- Непомнящий В. Poor boy Oleg // Искусство кино. — 2002. №2. — С. 65–67.
- Несветайлова И. В. «Зависть» и «ревность» как эмоциональные концепты русской и английской лингвокультур. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2010.
- Нозль Н. Массовые опросы. Введение в методику демоскопии / Пер. с нем. — М.: Прогресс, 1978.
- Общее языкознание. Методы лингвистических исследований. М.: Наука, 1973.

- Олешков М. Ю. Дискурс и текст. нарративная интеграция текстов // Дискурс, текст, когниция: коллективная монография / Отв. ред. М. Ю. Олешков. — Нижний Тагил: НТГСПА, 2010. — (Серия «Язык и дискурс». Вып. 2). — С. 49 — 59.
- Олешков М. Ю. Лингвоконцептуальный анализ дискурса // Дискурс, концепт, жанр: коллективная монография / Отв. ред. М. Ю. Олешков. — Нижний Тагил: НТГСПА, 2009 (Серия «Язык и дискурс». Вып. 1). С. 68—85.
- Олянич А. В. Гастрономический дискурс в системе массовой коммуникации (семантико-семиотические характеристики) // Массовая культура на рубеже XX—XI веков: Человек и его дискурс. — М.: Азбуковник, 2003. — С. 167—201.
- Падучева Е. В. Семантические исследования. Семантика времени и вида в русском языке. Семантика нарратива. — М.: Школа «Языки русской культуры», 1996.
- Пермякова Т. М. Межкультурная коммуникация в свете теории дискурса: монография. — Пермь: Перм. ун-т, 2007.
- Пирогова Ю. К., Баранов А. Н. Рекламный текст: семиотика и лингвистика. — М.: Международный институт рекламы, Издательский дом Гребенникова, 2000.
- Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. Учебное издание. — М.: АСТ; Восток-Запад, 2007.
- Поппер, К. Логика и рост научного знания. — М.: Прогресс, 1983.
- Пропп В. Морфология сказки. — Л.: ACADEMIA, 1928.
- Рассказы о сновидениях. Корпусное исследование устного русского дискурса / Под ред. А. А. Кибрика и В. И. Подлесской. — М.: Языки славянских культур, 2009.
- Секерина И. А. Психолингвистика // Современная американская лингвистика / под ред. А. А. Кибрика, И. М. Кобозевой, И. А. Секериной. М. — Изд. 4-е. — М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. — С. 231 — 275.
- Сидорова Н. П. Сопоставительный анализ структур и способов актуализации русского и английского концептов *душа* и *тоол*: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2010.
- Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты. — Волгоград: Перемена, 2004.
- Смирнов А. В. Логика смысла. — М.: Языки славянской культуры, 2001.
- Современная американская лингвистика / под ред. А. А. Кибрика, И. М. Кобозевой, И. А. Секериной. М. — Изд. 4-е. — М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010.
- Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. — М.: Школа «Языки русской культуры», 1997.
- Степанов Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс. Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца 20 века: сб. статей. — М.: Рос. гос. гуманитар. ун-т, 1995. — С. 35—73.
- Степанов Ю. С. Методы и принципы современной лингвистики. — М.: Наука, 1975.

- Стернин И. А.* Контрастивная лингвистика. — Воронеж: Истоки, 2004.
- Стернин И. А.* О понятиях метод, методика, прием // Вопросы психолингвистики. — 2008а. № 7. — С. 24—25.
- Стернин И. А.* Практическая риторика: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. — М.: Издательский центр «Академия», 2003.
- Стернин И. А.* Структура концепта // Теоретические и прикладные проблемы языкознания. — Воронеж: Истоки, 2008б. — С. 172—184.
- Стрельник О. Н.* Концепции современного естествознания: конспект лекций. — М.: Высшее образование, 2008.
- Сурмин Ю.* Что такое кейс-метод? Взгляд теоретика и практика. [Электронный ресурс]. URL: http://www.casemethod.ru/about.php?id_submenu=1 (дата обращения: 10.03.2009).
- Сухих С. А., Зеленская В. В.* Прагмалингвистическое моделирование коммуникативного процесса. — Краснодар: Изд-во Кубан. гос. ун-та, 1998.
- Тавдгиридзе Л. А.* Концепт русский язык в русском языковом сознании: автореф. дис.... канд. филол. наук. — Воронеж, 2005.
- Троцук И. В.* Нарратив как междисциплинарный методологический конструкт в современных социальных науках. // Вестник РУДН. 2005. № 6—7. С. 56—74.
- Троцук И. В.* Теория и практика нарративного анализа в социологии. М., РУДН, 2006.
- Федорова В. П.* Формирование нарративной компетенции как способа моделирования вторичного языкового сознания (английский язык, языковой вуз): дис.... канд. пед. наук. — М., 2004.
- Федотова О. Н.* Контент-аналитические исследования средств массовой информации и пропаганды. — М.: Изд-во МГУ, 1988.
- Цветкова Т. К.* Значение и смысл в межкультурной коммуникации. // Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах. Материалы Международной научно-практической конференции «Коммуникация-2002» («Communicating Across Differences»). Часть I. — Пятигорск: изд-во ПГЛУ, 2002. — С. 46—48.
- Шаховский В. И., Шейгал Е. И.* Методика лингвистических исследований. — Волгоград: Перемена, 2008.
- Шейгал Е. И.* Многоликий нарратив // Политическая лингвистика. Вып. (2) 22. — Екатеринбург, 2007. — С. 86—93.
- Шейгал Е. И.* Семиотика политического дискурса. — М.: Гнозис, 2004.
- Эко У.* Отсутствующая структура. Введение в семиологию. — СПб.: Петрополис, 1998.
- Ядов В. А.* Стратегия социологического исследования: Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М.: Добросвет, 1998.
- Яковенко Ю. И., Паниotto В. И.* Почтовый опрос в социологическом исследовании. Киев: Наукова думка, 1988.
- A Code of Professional Ethics for the Communication Scholar/Teacher. National Communication Association. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.natcom.org/index.asp?bid=13592> (дата обращения: 15.07.2010).

- Aczel R. Hearing Voices in Narrative Texts // *New Literary History*. — 1998. 29.3. — P. 467–500.
- Agar, M. The Right Brain Strikes Back. In N. G. Fielding and R. M. Lee (Eds.), *Using Computers in Qualitative Analysis*. — London: Sage, 1991. — Pp. 181–194.
- Allon N. The Interrelationship of Process and Content in Field Work. In: *Symbolic Interaction*, 1979, 2, pp. 63 – 78.
- Antaki C. Analysing Talk and Text: a Course for the Universitat Autònoma de Barcelona. Lecture / Seminar 4: Conversation Analysis II – Conversational Structures. 2003. [Электронный ресурс]. URL: <http://www-staff.lboro.ac.uk/~ssca1/ttlecture04CABasics.htm> (дата обращения: 20.07.2010).
- Atkinson J. M., Heritage, J., eds. Structures of Social Action: Studies in Conversation Analysis. — Cambridge: Cambridge University Press, 1984.
- Austin J. L. How to do Things with Words. — Cambridge: Harvard University Press, 1962.
- Baillet P. Ethnography of Communication // *Encyclopedia of Communication Theory*. 2009. SAGE Publications. [Электронный ресурс]. URL: http://www.sage-ereference.com/communicationtheory/Article_n133.html (дата обращения: 05.04.2010).
- Bal M. Narratology. Trans. Christine van Boheemen. — Toronto: University of Toronto Press, 1985.
- Barthes R. Elmentés de sémiologie // *Communication*. — 1964, 4. P. 91–135.
- Barthes R. Introduction to the Structural Analysis of Narratives // *Narratology*. Eds. S. Onega, J. A. G. Landa. — New York: Longman, 1996. P. 45–60.
- Barthes R. Structural Analysis of Narratives // *Image / Music / Text*. — New York, 1977.
- Bauman R., Sherzer, J. Explorations in the Ethnography of Speaking. — Cambridge: Cambridge University Press, 1974.
- Bavelas J. B. Quantitative versus Qualitative? // *Social Approaches to Communication*. — New York, 1995. — P. 49–62.
- Becker H. S. Culture: A Sociological View // *Yale Review*, 71. — 1982. P. 513–527.
- Benbasat I, Goldsten D. K., Mead M. The Case Research Strategy in Studies of Information Systems // *MIS Quarterly*. Sept., 1987. — P. 369–386.
- Benedict R. Configurations of Culture in North America // *American Anthropologist*, 34, 1932. P. 1–27.
- Benedict R. Patterns of Culture. — New York: Houghton Mifflin, 1934.
- Berelson B. Content Analysis in Communication Research. — Glencoe, Ill.: Free Press, 1952.
- Bernard H. R. Research Methods in Anthropology. 2nd ed. — London: Sage, 1994.
- Bernard H. R. Social Research Methods. Qualitative and Quantitative Approaches. — London: Sage, 1999.
- Bhaskar R. Reclaiming Reality: A General Introduction to Contemporary Philosophy. — London: Verso, 1989.
- Billig M. Talking of the Royal Family. — London: Routledge, 1992.

Blatter J. K. Case Study // The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods. SAGE Publications, 2008. [Электронный ресурс]. URL: http://www.sage-e-reference.com/research/Article_n39.html (дата обращения: 05.04.2010).

Blommaert J. *Discourse. A Critical Introduction*. — Cambridge: Cambridge University Press, 2005.

Boas F. *Race, Language and Culture*. — New York: MacMilan, 1948.

Bryman A., Bell, E. *Business Research Methods*. — Oxford University Press, 2007.

Bryman A. Paradigm Peace and the Implications for Quality // International Journal of Social Research Methodology, 2006, 9. P. 111–126.

Bryman A. *Social Research Methods*. — Oxford, New York: Third ed. Oxford University Press, 2008.

Burgess R. G. *Field Research: A Sourcebook and Field Manual*. — London: Allen & Unwin, 1982.

Chandler D. Semiotics for Beginners. 2005. [Электронный ресурс]. URL: [://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotic.html](http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotic.html) (дата обращения: 04.08.2010).

Chandler D. *Semiotics: the Basics*. — London and New York: Routledge, 2007.

Chatman S. *Coming to Terms: The Rhetoric of Narrative in Fiction and Film*. — Ithaca: Cornell UP, 1990.

Clandinin D. J., Caine V. Narrative Inquiry // Encyclopedia of Qualitative Research / Ed. L. Given. — Thousand Oaks, CA: Sage, 2008. P. 541–544.

Computer-Assisted Handling and Analysis of Data // Mass Communication Research Methods. — New York: Palgrave, 1998.

Corbin J., Strauss A. *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. — 3rd ed. Thousand Oaks, CA: Sage, 2008.

Corner J. Meaning, Genre and Context: The Problematics of 'Public Knowledge' in the New Audience Studies // Mass Media and Society. — London: Edward Arnold, 1991. — P. 267 – 284.

Creswell, J. W. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Traditions*. — Thousand Oaks, CA: Sage, 1998.

Cronen V. E. Practical Theory and the Tasks Ahead for Social Approaches to Communication // Social Approaches to Communication / Ed. W. Leeds-Hurwitz. New York: Guilford Press, 1995. P. 217–242.

Culturally Speaking: Managing Rapport Through Talk Across Cultures / Ed. H. Spencer-Oatey. — Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2007.

Damen L. *Culture Learning: The Fifth Dimension in the Language Classroom*. — U.S.A.: Addison-Wesley Publishing Company, 1987.

Deacon D., Pickering, M., Golding, P., Murdock, G. *Researching Communications: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis*. — London: Arnold, 1999.

Denzin N. K. and Lincoln Y., eds. *The Sage Handbook of Qualitative Research*. — Sage Publications, 2005.

- Denzin N. K. The Art and Politics of Interpretation. In N. K. Denzin and Y. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research*. – Thousand Oaks, CA: Sage, 1998.
- Duranti A. Ethnography of Speaking: Toward a Linguistics of Praxis // Intercultural Discourse and Communication. The Essential Readings / Eds. S. F. Kiesling and C. B. Paulston. – Blackwell Publishing Ltd, 2005. – P. 17–32.
- Echard W. Musical Narratology // The Semiotic Review of Books. – 1995, 3 (6). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.chass.utoronto.ca/epc/srb/srb/music.html> (дата обращения: 05.08.2010).
- Eco U. A Theory of Semiotics. – Bloomington: Indiana University Press, 1976.
- Edmiston W. F. Focalisation and the First-Person Narrator: A Revision of the Theory // Poetics Today. – 1989, 10.4. P. 729–744.
- Edwards J. A. Transcription of Discourse // International Encyclopedia of Linguistics. – Oxford, 1992. Vol. 1. – P. 367–370.
- Eisenhardt K. Building Theories from Case Study Research // Academy of Management Review. – 1989. Vol. 14, No 4. – P. 532–550.
- Emerson R. M., Fretz R. I., Shaw L. L. Writing Ethnographic Fieldnotes. – Chicago, 1995.
- Engelbart D. C. Augmenting Human Intellect: A Conceptual Framework (Summary Report AFOSR-3223 under Contract AF 49(638)-1024, SRI Project 3578). Menlo Park, CA: Air Force Office of Scientific Research, Stanford Research Institute, 1962.
- Epstein J. Altered Conditions: Disease, Medicine and Storytelling. – New York: Routledge, 1995.
- Ethical Decision-Making and Internet Research. Recommendations from the AOIR Ethics Working Committee. 2002. [Электронный ресурс]. URL: www.aoir.org/reports/ethics.pdf (дата обращения: 09.08.2010).
- Fairclough N. Analysing Discourse. – New York: Routledge, 2003.
- Fan D. P. Predictions of Public Opinion from the Mass Media: Computer Content Analysis and Mathematical Modelling. – New York: Greenwood Press, 1988.
- Felluga D. Introduction to Narratology. [Электронный ресурс]. URL: www.la.purdue.edu/academic/engl/theory/narratology/ (дата обращения: 08.08.2010).
- Feynman R. P. Surely You're Joking, Mr Feynman! – New York: Bantam Books published by arrangement with W.W. Norton Company, Inc., 1986.
- Fielding N. G. and Lee R. M. (Eds.). Using Computers in Qualitative Research. – London: Sage, 1998.
- Flanders N.A. Analyzing Teaching Behaviour. – Addison Wesley, 1970.
- Flechsig K.-H. Kulturelle Schemata und interkulturelles Lernen, 1998. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.user.gwdg.de/~kflechs/iikdiaps3-98.htm> (дата обращения: 09.08.2010).
- Fludernik M. The Fictions of Language and the Languages of Fiction: the Linguistic Representation of Speech and Consciousness. – London: Routledge, 1993.

- Foucault M.* Discipline and Punish. — Harmondsworth: Penguin, 1977.
- Fowler R., Hodge B., Kress G., Trew T.* Language and Control. — London, 1979.
- Fox K.* Watching the English. The Hidden Rules of English Behaviour. — London: Hodder, 2004.
- Gadamer H. G.* Truth and Method. — New York: The Seabury Press, 1975.
- Gasking D. A. T. and Jackson A. C.* Wittgenstein as a Teacher. In: Fann, K. T. (ed.) Ludwig Wittgenstein: The Man and His Philosophy. New Jersey, Humanities Press, Sussex, Harvester Press, 1967.
- Geertz C.* The Interpretation of Cultures: Selected Essays. — New York: Basic Books, 1973.
- Genette G.* Narrative Discourse: An Essay in Method. — Itaca, NY: Cornell University Press, 1979.
- Genette G.* Narrative Discourse Revisited. — Itaca, NY: Cornell University Press, 1988.
- Gilbert G. N., Mulkey M.* Opening Pandora's Box: Sociological Analysis of Scientists' Discourse. — Cambridge: Cambridge University Press, 1984.
- Gill R.* Discourse Analysis: Practical Implementation // Handbook of Qualitative Research Methods for Psychology and the Social Sciences /Ed. J. T. E. Richardson. — Leicester: BPS Books, 1996.
- Gill R.* Discourse Analysis // Qualitative Researching with Text, Image and Sound. — London: Sage, 2000.
- Goldkuhl G.* Conversational Analysis as a Theoretical Foundation for Language Action Approaches? // Proceedings of the 8th International Working Conference on the Language-Action Perspective on Communication Modelling. — Tilberg, The Netherlands, 2003. [Электронный ресурс]. URL: <http://infolab.uvt.nl/research/lap2003/goldkuhl.pdf> (дата обращения: 10.08.2010).
- Goodenough W.* Culture, Language and Society. — Reading, MA: Addison-Wesley Modular Publications, 1971, No 7.
- Greimas A. J.* Sémantique structurale. — Paris: Presse universitaires de France, 1986 [1966].
- Grimes J. C.* The Thread of Discourse. — The Hague: Mouton, 1975.
- Gudykunst W.* Issues in Cross-Cultural Communication Research // Cross-Cultural and Intercultural Communication /Ed. Gudykunst W. — Sage Publications, Inc., 2003.
- Gumperz J. J. and Hymes D., eds.* Directions in Sociolinguistics. The Ethnography of Communication. — New York, 1972.
- Gumperz J. J.* Linguistic and Social Interaction in Two Communities // Language, Culture and Society: a book of readings. — Cambridge, Massachusetts: Winthrop Publishers, 1974. — P. 250–266.
- Hall S.* Encoding / Decoding // Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972–79. — London: Hutchinson, 1980. — P. 128–138.
- Hansen A., Cottle S., Negrine R., Newbold C.* Mass Communication Research Methods. — New York: PALGRAVE, 1998.
- Harris Z. S.* Discourse Analysis: A Sample Text // Language. — 1952b. 28:4. — P. 474–494.

- Harris Z. S.* Discourse Analysis // *Language*. — 1952a, 28: 1: 1. — P. 30.
- Hofstede G.* Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations. Second ed. — Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2008.
- Holsti O. R.* Content Analysis for the Social Sciences and Humanities. — Reading, Mass.: Addison-Wesley, 1969.
- Hunter K. M.* Doctors' Stories: the Narrative Structure of Medical Knowledge. — Princeton, NJ: Princeton University Press, 1991.
- Hutchby I. and Wooffitt R.* Conversation Analysis. — Oxford: Blackwell, 1997.
- Hymes D.* Models of Interaction of Language and Social Life: Towards a Descriptive Theory // *Intercultural Discourse and Communication. The Essential Readings* /Eds. S. F. Kiesling and C. B. Paulston. — Blackwell Publishing Ltd., 2005. — P. 4–16.
- Hymes D.* Models of Interaction of Language and Social Life // *Directions in Sociolinguistics. The Ethnography of Communication* /Eds. Gumperz J.J., Hymes D. — New York, 1972.
- Hynes G. E., Jason M.* Using Semiotic Analysis to Determine Effectiveness of Internet Marketing // *Proceedings of 2007 Association of Business Communication Annual Convention*, 2007.
- Jahn M.* Narratology: A Guide to the Theory of Narrative. 2005. English Department, University of Cologne. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.uni-koeln.de/~ame02/pppn.htm> (дата обращения: 09.05.2010).
- Janowitz M.* Content Analysis and the Study of Sociopolitical Change // *Journal of Communication*. — 1976, 26 (4). — P. 10–21.
- Julien H.* Content Analysis // *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. 2008. SAGE Publications. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.uni-koeln.de/~ame02/pppn.htm> (дата обращения: 05.04.2010).
- Kasper G.* Data Collection in Pragmatic Research // *Culturally Speaking: Managing Rapport Through Talk Across Cultures* /Ed. Spencer-Oatey H. — Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2007. — P. 316–341.
- Kleinman, A.* The Illness Narratives. — New York: Basic Books, 1988.
- Kluckhohn F. R., Strodtbeck F. L.* Variation in Value Orientation. — NY: Row, Peterson. 1961.
- Klyukanov I. E.* Principles of Intercultural Communication. — Pearson Education, Inc., 2005.
- Kolt J.* Relationship Initiation Strategies: Interpersonal Communication in Personal advertisements. Unpublished Master's Thesis. — Cleveland State University, Cleveland, OH, 1997. [Электронный ресурс]. URL: <http://academic.csuohio.edu/kneuendorf/content/hcoding/koltcb.html> (дата обращения: 15.07.2010).
- Kracauer S.* The Challenge of Qualitative Content Analysis // *Public Opinion Quarterly*. — 1952, 61 (2). — P. 364–370, 398.
- Kress G., van Leeuwen T.* Reading Images. — Victoria: Deacon University Press, 1990.
- Krippendorff K.* Content Analysis: an Introduction to its Methodology. — London, Sage, 1980.

- Labov W.* Sociolinguistic Patterns. — Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1972.
- Lanser S. S.* The Narrative Act: Point of View in Prose Fiction. — Princeton: Princeton University Press, 1981.
- Lavrakos P.* Telephone Survey Methods. — London: Sage, 1995.
- Lee J. A.* Waging the Seal War on the Media: Toward a Content Analysis of Moral Communication // Canadian Journal of Communication. — 1989, 14 (1). — P. 37–56.
- Leontovich O.* Typological Classification of Cultural Meanings // New Trends in Lexicography: Ways of Registrating and Describing Lexis. — Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 2010. — P. 23–34.
- Levi-Strauss C.* Structuralism and Ecology. — Barnard Allumnae, Spring, 1972.
- Lin A., Loftis K.* Mixing Qualitative and Quantitative Methods in Political Science: A Primer. Paper presented at the annual meeting of the American Political Science Association. — Marriott Wardman Park, Omni Shoreham, Washington Hilton, Washington, DC, Sep 01, 2005. [Электронный ресурс]. URL: http://www.allacademic.com/meta/p41971_index.html (дата обращения: 15.04.2010).
- Lofland J. and Lofland L. H.* Analyzing Social Settings. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company, 1984.
- Lugovskaya L.* Lending to Medium and Small-Sized Enterprises: a Study of the Role of Institutions and Tools for Assessing the Default Risk. Doctoral dissertation. — University of Cambridge, 2009a.
- Lugovskaya L.* Research Methods: Mixed // Encyclopedia of Business in Today's World. — SAGE Publications, 2009b. — P. 1362 – 1363.
- Lugovskaya L.* Research Methods: Qualitative // Encyclopedia of Business in Today's World. — SAGE Publications, 2009c. — P. 1363–1365.
- Lugovskaya L.* Research Methods: Quantitative. — Encyclopedia of Business in Today's World. — SAGE Publications, 2009d. — P. 1363–1365.
- Mann C., Stewart F.* Internet Communication and Qualitative Research: A Handbook for Researching Online. — London: Sage, 2000.
- Markowsky R.* Studienhalber in Deutschland: interkulturelles Orientierungstraining für amerikanische Studenten, Schüler und Praktikanten / Markowsky, R., Thomas, A. (Hrsg.). — Heidelberg, 1995.
- Martin P., Bateson P.* Measuring Behaviour: An Introductory Guide. — Cambridge: Cambridge University Press, 1986.
- Mason J.* Qualitative Interviewing: Asking, Listening, Interpreting // Qualitative Research in Action / Ed. T. May. — London: Sage, 2002.
- Maykut P., Morehouse R.* Beginning Qualitative Research: A Philosophical and Practical Guide. — London: Falmer Press, 1994.
- McCormack T.* Content Analysis: the Social History of a Method // Culture, Code and Content Analysis / Ed. T. McCormack. — Vol. 2, JAI Press Inc., 1982. — P. 143–178.
- Mead M.* An Anthropologist at Work: Writings of Ruth Benedict. — Boston: Houghton Mufflin, 1959.

- Mead M. Coming of Age in Samoa. — New York: New American Library, Mentor Books, 1949.
- Merton R., Lowenthal M. F., Kendall P. L. The Focused Interview: a Manual of Problems and Procedures. 2nd ed. — New York: Collier Macmillan, 1990.
- Mingers J., Brockelsby J. Multimethodology: Towards a Framework of Mixing Methodologies // Omega, Int. Mgmt. Sci. — 1997. Vol. 25, No. 5. — P. 489–509.
- Moser C., G. Kalton. Survey Methods in Social Investigation. 2nd ed. — London: Dartmouth, 1993.
- Neuendorf K. A. Content Analysis Guidebook. — London: Sage Publications, Inc., 2002.
- Onwuegbuzie A., Leech N. On Becoming a Pragmatic Researcher: the Importance of Combining Quantitative and Qualitative Research Methodologies // International Journal of Social Research Methodologies //
- Pearce B. W. A Brief Introduction to «The Coordinated Management of Meaning» («CMM») // «Introduccion a la teoria del Manejo Coordinado del Significado,» Sistemas Familiares, 2001. 17: 5–16. [Электронный ресурс]. URL: http://www.russcomm.ru/eng/rca_biblio/p/pearce.shtml (дата обращения: 18.11.2009).
- Pearce B.W. Communication and the Human Condition. — Southern Illinois University, 1989.
- Pearce B.W. Doing Research from the Perspective of the Coordinated Management of Meaning (CMM), 2006. [Электронный ресурс]. URL: http://www.pearceassociates.com/essays/research_menu.htm (дата обращения: 20.04.2010).
- Pearce B.W., Kearney J., eds. Coordinated Management of Meaning: Extensions and Applications // Human Systems: The Journal of Systemic Consultation and Management, 2004, 15, numbers 1–3. P. 1–207.
- Peirce C.S. Collected papers: Volume V. Pragmatism and Pragmaticism. — Cambridge, MA, USA: Harvard University Press, 1934.
- Philips N., Hardy C. Discourse Analysis: Investigating Processes of Social Construction. — London: Sage, 2002.
- The Mixed Methods Reader /Eds. Plano Clark, V., Creswell, J. — Sage Publications, 2008.
- Pomerantz A. M. Agreeing and Disagreeing with Assessment: Some Features of Preferred/Dispreferred Turn Shapes // Structure of Social Action: Studies in Conversation Analysis /Eds. Atkinson J.M., Heritage J. — Cambridge: Cambridge University Press, 1984.
- Potter J., Wetherell M. Discourse and Social Psychology: Beyond Attitudes and Behavior. — London: Sage, 1987.
- Potter J. Discourse Analysis // The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods. — SAGE Publications, 2008. [Электронный ресурс]. URL: http://www.sage-ereference.com/research/Article_n113.html (дата обращения: 05.04.2010).
- Pradl G. Narratology: The Study of Story Structure. ERIC Digest. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ericdigests.org/pre-921/story.htm> (дата обращения: 22.10.2010).

- Psathas G.* Conversation Analysis. — Thousand Oaks: Sage Silverman. London: Sage, 1997.
- Rabinowitz P.* Before Reading: Narrative Conventions and the Politics of Interpretation. — Ithaca: Cornell, 1987.
- Radcliffe-Brown A. R.* Structure and Function in Primitive Society. — London: Oxford University Press, 1952.
- Rhetoric and Composition / Rhetorical Analysis. A Guide for the College Writer. Wikimedia Foundation Inc., 2003 — 2010. [Электронный ресурс]. URL: http://en.wikibooks.org/wiki/Rhetoric_and_Composition/Rhetorical_Analysis. (дата обращения: 11.03.2010).
- Ricoeur P.* Time and Narrative. Trans. Kathleen McLaughlin & David Pellauer. — Chicago: University of Chicago Press, 1988.
- Riessman C. K.* Narrative Analysis // The Sage Encyclopedia of Social Science Research Methods /Eds. W. S. Levis-Beck, A. Bryman and T. F. Liao. — Thousand Oaks, Calif.: Sage, 2004.
- Rorty R.* Philosophy and the Mirror of Nature. — Princeton: Princeton University Press, 1979.
- Roth J.* Comments on Secret Observation. In William J. Filstead (ed.) *Qualitative Methodology: Firsthand Involvement with the Social World*. Chicago: Markham Publishing Company, pp. 278—280.
- Ryan M.-L.* The Text as World Versus the Text as Game: Possible Worlds Semantics and Postmodern Theory // *Journal of Literary Semantics*, 1998, 27.3. P. 137—163.
- Ryan M.-L.* Narrative // *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory* / Ed. Herman D., Jahn M., Ryan M.-L. — London; New York: Routledge, 2005a.
- Ryan M.-L.* On the Theoretical Foundations of Transmedial Narratology // *Narrative Beyond Literary Criticism* /Ed. Meister J. C. with Kindt T., Schermus W. and Stein M. — Berlin: De Gruyter, 2005b. — P. 1—23.
- Sacks H., Schegloff E. A., Jefferson G.* A Simplest Systematics for the Organization of Turn-Taking for Conversation // *Language*, 1974. 50. — P. 696—735.
- Sacks H.* Lectures on Conversation. Blackwell Publishing, 1995.
- Sanday P. R.* The Ethnographic Paradigm(s) // *Administrative Science Quarterly*. December 1979, Vol. 24. — P. 527—538.
- Saussure F.* A Course in General Linguistics. — N. Y.: McGraw Hill, 1966 (1915).
- Schegloff E. A.* Sequence Organization in Interaction: A Primer in Conversation Analysis. — Volume 1. — Cambridge: Cambridge University Press, 2007.
- Schegloff E. A., Sacks H.* Opening Up Closings // *Semiotica* 8 (4). 1973. — P. 289 — 327.
- Scholz R.W., Tietje, O.* Embedded Case Study Methods. Integrating Quantitative and Qualitative Knowledge. — Thousand Oaks: Sage Publications, 2002.
- Schultze U.* Confessional Ethnography and Knowledge Work // *MIS Quarterly*. — Vol 24, No. 1, March 2000.
- Searle J. R.* Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language. — Cambridge, 1969.
- Simpson P.* Language, Ideology and Point of View. — London: Routledge, 1993.

- Slembrouck S.* What is Meant by «Discourse Analysis»? 2006. [Электронный ресурс]. URL: <http://bank.rug.ac.be/da/da.htm> (дата обращения: 08.08.2009).
- Stake R. E.* The Art of Case Study Research. – Thousand Oaks: Sage, 1995.
- Stemler S.* An Overview of Content Analysis // Practical Assessment, Research & Evaluation. 2001, 7(17). [Электронный ресурс]. URL: <http://PAREonline.net/getvn.asp?v=7&n=17> (дата обращения: 18.07.2010).
- Stewart D. W., Shamdasani P.N.* Focus Groups: Theory and Practice. – Newbury Park, Calif.: Sage, 1990.
- Stubbs M.* Discourse Analysis: The Sociolinguistic Analysis of Natural Language. – Oxford: Blackwell, 1983.
- Sturtevant W. C.* Studies in Ethnoscience // Language, Culture and Society: a Book of Readings. – Cambridge, Massachusetts: Winthrop Publishers, 1974. – P. 153–176.
- Tamir N.* Personal Narrative and its Linguistic Foundation // A Journal for Descriptive Poetics and Theory of Literature. – 1976, 1. – P. 403–429.
- Tashakkori A., Teddlie C., eds.* Handbook of Mixed Methods in Social and Behavioral Research. – Sage Publications, 2003.
- Tashakkori A., Creswell J.* Editorial: The New Era of Mixed Methods // Journal of Mixed Methods Research, 2007, 1. P. 3–7.
- ten Have, P.* Methodological Issues in Conversation Analysis. [Электронный ресурс]. URL: <http://www2.fmg.uva.nl/emca/mica.htm> (дата обращения: 17.03.2010).
- The Sage Encyclopedia of Social Science Research Methods* (3 vols.). – Thousand Oaks, Calif.: Sage, 2004.
- Thomas S.* Artifactual Study in the Analysis of Culture – a Defense of Content Analysis in a Postmodern Age // Communication Research, 1994, 21 (6). – P. 683 – 697.
- Ting-Toomey S.* Communicating Across Cultures. – Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2007.
- Todorov T.* Grammaire du Décameron. – Mouton: The Hague, 1969.
- Toolan M. J.* Narrative: A Critical Linguistic Introduction. – London: Routledge, 1988.
- Tuchman, G.* Qualitative Methods in the Study of News // A Handbook of Qualitative Methodology for Mass Communication Research /Eds. K. B. Jensen and N. W. Jankowski. – London: Routledge, 1991.
- Van Dijk T. A.* Discourse Studies and Education // *Applied Linguistics*, 2, 1981. P. 1–26.
- Van Dijk T. A.* Some Aspects of Text Grammars. – The Hague: Mouton, 1972.
- Van Dijk T. A.* The Study of Discourse: An Introduction // Discourse Studies. / Ed. T. A. van Dijk. – London: Sage, 2007. – Vol. 2. P. xix–xli.
- Vries de R.E., Bakker-Pieper A., Siberg R.A., van Gameraen K., Vlug M.* The Content and Dimensionality of Communication Styles // Communication Research, 2009. – Vol. 36, No. 2. – P. 178–206.
- Wallace A. F. C.* Paradigmatic Processes in Culture Change // American Anthropologist, 1972, 74. P. 467–478.

- Warnke G. Gadamer: Hermeneutics, Tradition and Reason. — Cambridge: Polity, 1987.
- Webb E.J., Campbell D.T., Schwartz R.D., and Sechrest L. Unobtrusive Measures: Nonreactive Research in the Social Sciences. — Chicago: Rand McNally, 1966.
- Weber M. The Theory of Social and Economic Organization. — New York: Free Press, 1947.
- Whiting B., ed. Six Cultures. — New York: Wiley, 1963.
- Wilks T. Social Work and Narrative Ethics // Br J Soc Work. — 2005, 35. — P. 1249 — 1264.
- Wodak R., Meyer M., eds. Methods of Critical Discourse Analysis. — London: Sage, 2001.
- Wolcott H. Criteria for an Ethnographic Approach to Research in Schools // Human Organization. — 1975, 34. P. 111—138.
- Wollen P. Godard and Counter Cinema: Vent d'Est // Movies and Methods /Ed. B. Nichols. — Berkley, Calif.: University of California Press, 1985. Vol. 2. — P. 500—508.
- Woffitt R. Conversation Analysis and Discourse Analysis. A Comparative and Critical Introduction. — London: Sage Publications, 2005.
- Woolgar S. Science: The Very Idea. — Chichester: Ellis Horwood, 1988.
- Wunderlich D. Methodological Remarks on Speech Act Theory // Speech Act Theory and Pragmatics. — Dordrecht; Boston, 1976. — P. 291 — 312.
- Yin R. K. Case Study Research. Design and Methods. Third Edition. Applied Social Research Method Series. — Vol. 5. — California: Sage Publications, 2002.

Лексикографические источники

- Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990 (ЛЭС).
- Культ карго / Википедия. Электронный ресурс]. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Культ_карго (дата обращения: 06.08.2010).
- Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь /Лит. ред. М. Д. Литвинова. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Рус. яз., 1984 (АРФС).
- Леонтович О. А., Шейгал Е. И. Жизнь и культура США: Лингвострановедческий словарь. — 2-е изд. — Волгоград: Станица-2, 2000. (Жизнь и культура США).
- Муравлева Н. В., Муравлева Е. Н. Австрия: Лингвострановедческий словарь. — М.: ООО «Русский язык — Медиа», 2003 (Австрия).
- Национальный корпус русского языка <http://ruscorpora.ru/>
- Ожегов С. И. Словарь русского языка. Издание 16-е, исправленное. — М.: Русский язык, 1984 (Ожегов).
- Философский энциклопедический словарь. — М.: Сов. энцикл., 1983. (ФЭС).
- Фразеологический словарь русского языка / под ред. А. И. Молоткова. — Изд. 4-е, стереотипное. — М.: Рус. яз., 1986 (ФСРЯ).

- ABBYY Linguo 11 Шесть языков. Электронный словарь. 2005 ABBYY Software (ABBYY Linguo).
Case study / Wikipedia. Web. 10 Feb. 2010. http://en.wikipedia.org/wiki/Case_study
Longman Dictionary of English Language and Culture. — Longman Group UK Limited 1992 (Longman).
Moss N. British/American Language Dictionary. Lincolnwood, Illinois: Passport Books, 1991 (Moss).
Oxford Advanced Learner's Dictionary. — 7th edition. — Oxford University Press, 2005 (Oxford).
Webster's New World College Dictionary. Fourth Edition. Macmillan USA. 1997 (Webster).

Цитируемая художественная литература

- Дойл, Артур Конан. Собрание сочинений в 14 томах. Том 14. Повести и рассказы разных лет. — М.: Терра. 1998.
Bourjaily, Vance. The Amish Farmer. *American Short Story Masterpieces*. Ed. by Raymond Carver and Tom Jenks. New York: Dell Publishing, 1989. 56–70.
Bryson B. Notes from a Big Country. London: Black Swan, 1999.
Evans D. The Divide. New York: A Signet Book. 2005.
Hailey, A. The Final Diagnosis. — СПб.: Антология, 2004.

Фильмография

- Onegin (1999). Director: Martha Fiennes.

ПРИМЕР КОЛИЧЕСТВЕННОГО АНАЛИЗА СТИЛЯ

(Reinout E. de Vries, Angelique Bakker-Pieper, Robert Alting Siberg, Kim van Gameren, Martijn Vlug. The Content and Dimensionality of Communication Styles. *Communication Research*, 2009. Vol. 36, No. 2: 178 – 206. Summary)

A multiphase lexical study was conducted to uncover the key dimensions of communication styles. In the first two phases, adjectives and verbs were selected on the basis of their ability to describe communication styles. In the third phase, a study was conducted using 441 respondents who provided self-ratings on 744 adjectives and 837 verbs. Adjectives and verbs were submitted to principal components analysis, followed by orthogonal Procrustes rotation to establish within-sample replicability, which provided evidence of four to seven main communication style dimensions. The seven communication style dimensions form the acronym PRESENT, for preciseness, reflectiveness, expressiveness, supportiveness, emotionality, niceness, and threateningness. As expected, scales based on the seven dimensions were meaningfully related to the interpersonal but not the intrapersonal scales from the Communication Style Scale. The results are discussed in light of existing communication style scales, the interpersonal circumplex, and personality structure.

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ: РУКОВОДСТВО К КОДИРОВАНИЮ

(Kolt, Jeremy. Relationship Initiation Strategies: Interpersonal Communication in Personal advertisements. Unpublished Master's Thesis. Cleveland State University, Cleveland, OH, 1997. <http://academic.csuohio.edu/kneuen-dorf/content/hcoding/koltcb.html>. Перевод мой. Сокращено и переработано. — О. Л.)

Это руководство объясняет, каким образом кодировать объявления о знакомствах. Каждая переменная определяется в соответствии с тем, как она используется в исследовании.

Работа нацелена на анализ характеристик, применяемых для общения в объявлениях о знакомствах. Ваша задача — прочитать объявление и идентифицировать соответствующие слова или фразы. Затем надо произвести их цифровое кодирование в регистрационной карточке, в которую надо также внести некоторые формальные и демографические переменные.

Базовые инструкции

1. Внимательно прочитайте каждое объявление.
2. Прочитайте объявление еще раз, обращая внимание на переменные из списка. Будьте внимательны, переменные могут содержаться в словах, фразах и даже сокращениях. Обнаружив переменные, внесите их в регистрационную карточку, относящуюся к данному объявлению (нумеруйте регистрационные карточки, начиная с номера 1). Переменные отмечаются в карточке цифрами в зависимости от порядка их появления в объявлении. Если первая встреченная Вами переменная — РОСТ, поставьте против нее цифру 1 и т. д. Кроме того, Вы должны решить, является ли данная переменная «предлагаемой» (то есть характеризует автора объявления) или «запрашиваемой» (характеристикой потенциального партнера), и поставить цифру в соответствующей колонке.

Список переменных с определениями:

1. **Альтруизм:** готовность помогать и жертвовать собой. Выражается такими словами как *бескорыстный, доброжелательный* и т. д.
2. **Властолюбие:** стремление руководить во всех ситуациях. Выражается такими словами как *доминировать, брать на себя ответственность* и т. д.
3. **Равноправие:** стремление к социальному равенству независимо от черт характера. Выражается такими словами как *равенство, открытость* и т. д.

(далее приводятся еще 23 характеристики с их дефинициями).

27. **Фотография:** автор объявления запрашивает фото потенциального партнера и/или обещает прислать свое.

28. **Телефонный номер:** автор объявления запрашивает номер телефона потенциального партнера и/или обещает прислать свой.

29. **Профессиональный статус:** автор объявления сообщает о своей профессии и/или интересуется профессией потенциального партнера.

30. **Образовательный уровень:** автор объявления сообщает о своем образовании и/или интересуется образованием потенциального партнера.
31. **Физиологические характеристики:** автор объявления ищет партнера с определенными физиологическими чертами, такими как цвет глаз, волос, полная или стройная фигура и т. д. и/или сообщает о своих характеристиках.
32. **«Расовая открытость»:** автор объявления готов встречаться с партнером любой расы и/или ищет такого же отношения к себе.
33. **«Расовая закрытость»:** автор объявления ищет партнера только определенной расы и/или проявляет предвзятость в других формах.
34. **Рост:** автор объявления сообщает о своем росте и/или ищет партнера определенного роста.
35. **Вес:** автор объявления сообщает о своем весе и/или накладывает ограничения на вес потенциального партнера.
36. **Досуг:** автор объявления выражает интерес к определенным видам деятельности в свободное время, таким как спорт, посещение кино, путешествия и т. д. и/или ищет партнера со сходными интересами.
37. **Пол:** мужской (*Male* — обозначается буквой M) или женский (*Female* — обозначается буквой F).
38. **Курящий/некурящий:** если эта информация содержится в объявлении, она обозначается буквами S (*Smoker*) или N (*Non-smoker*).
39. **Пьющий/непьющий:** если эта информация содержится в объявлении, она обозначается буквами D (*Drinker*) или N (*Non-drinker*).
40. **Семейное положение:** кодируется с помощью букв: S (*Single* — не женат/не замужем), D (*Divorced* — разведен/а), W (*Widowed* — вдова/вдовец).
41. **Сексуальная ориентация:** кодируется с помощью букв H (*Heterosexual* — гетеросексуал), G (*Gay* — гомосексуалист или лесбиянка), B (*Bisexual* — бисексуал).
42. **Возраст:** если в объявлении упоминается возраст автора или потенциального партнера, его следует указать.
43. **Раса:** кодируется буквами W (*Caucasian or White* — белый), B (*African-American or Black* — афроамериканец), I (*American Indian* — индеец), A (*Asian* — азиат), H (*Hispanic* — испанец или латиноамериканец), Z (другой).
44. **Религия:** C (*Christian* — христианин), J (*Jew* — иудей), M (*Moslem* — мусульманин), Z (другой).
45. **Количество слов в объявлении:** определяется простым подсчетом. Каждое сокращение считается словом.
46. **Другое:** таким образом кодируются слова и фразы, которые не попадают ни в одну из перечисленных выше категорий. Используется только в крайнем случае.

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ: РЕГИСТРАЦИОННАЯ КАРТОЧКА

(Kolt, Jeremy. Relationship Initiation Strategies: Interpersonal Communication in Personal advertisements. Unpublished Master's Thesis. Cleveland State University, Cleveland, OH, 1997.

<http://academic.csuohio.edu/kneuendorf/content/hcoding/kol tcb.html>

Перевод мой. — О. Л.)

Номер объявления _____

Характеристика №		предлагаемая	запрашиваемая
1	Альтруизм	—	—
2	Властолюбие	—	—
3	Равноправие	—	—
4	Легкость характера	—	—
5	Уступчивость	—	—
6	Коммуникабельность	—	—
7	Динамизм	—	—
8	Побуждение партнера к самораскрытию	—	—
9	Стремление к удовольствиям	—	—
10	Забота о душевном комфорте партнера	—	—
11	Контактность	—	—
12	Умение слушать	—	—
13	Невербальная близость	—	—
14	Открытость	—	—
15	Оптимизм	—	—
16	Независимость	—	—
17	Физическая привлекательность	—	—
18	Интересная личность	—	—
19	Стремление к вознаграждению	—	—
20	Самоутверждение	—	—

МЕТОДЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

21	Забота о собственном душевном комфорте	_____	_____
22	Чувствительность	_____	_____
23	Поиск сходства	_____	_____
24	Поддержка партнера	_____	_____
25	Надежность	_____	_____
26	Сексуальность	_____	_____
27	Фотография	_____	_____
28	Телефонный номер	_____	_____
29	Профессиональный статус	_____	_____
30	Образовательный уровень	_____	_____
31	Физиологические характеристики	_____	_____
32	Расовая открытость	_____	_____
33	Расовая закрытость	_____	_____
34	Рост	_____	_____
35	Вес	_____	_____
36	Досуг	_____	_____
37	Пол	_____	_____
38	Курящий/некурящий	_____	_____
39	Пьющий/непьющий	_____	_____
40	Семейное положение	_____	_____
41	Сексуальная ориентация	_____	_____
42	Возраст	_____	_____
43	Раса	_____	_____
44	Религия	_____	_____
45	Количество слов	_____	_____
46	Другое	_____	_____

НЕКОТОРЫЕ УСЛОВНЫЕ ЗНАКИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ТРАНСКРИБИРОВАНИИ

(составлено на основе работ: Bryman A., Bell, E. Business Research Methods. — Oxford University Press, 2007, p. 533; Deacon D., Pickering, M., Golding, P., Murdock, G. Researching Communications: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis. — London: Arnold, 1999, p. 317, etc.)

: двоеточие — продление звука (well); количество двоеточий показывает относительную длительность;

= соединение двух частей высказывания или двух высказываний разных коммуникантов друг с другом;

word, word — курсив или подчеркивание показывают эмфатическое выделение слова;

WORD — заглавные буквы используются для особого эмфатического выделения слова;

знаки препинания (например, восклицательный знак) обозначают различные оттенки эмоций;

- дефис обозначает незаконченное слово при перебивании;

[...] квадратные скобки в речи обозначают моменты, когда говорят два и более человек и происходит накладка голосов друг на друга;

.hh (точка с hh) — вдох;

hh — выдох;

heh — усмешка;

(0.3) цифра в скобках, обычно в десятых долях секунды, используется для обозначения длительности паузы;

(.) — короткая пауза;

() — пустые скобки обозначают невнятно произнесенные слова; текст в скобках фиксирует догадку о том, что было произнесено;

{...} — вербальное описание невербального поведения либо дополнительные комментарии исследователя, например, об изменении акцента.

Для передачи невербальных компонентов могут быть введены дополнительные знаки.

СИСТЕМА «ТРУД»: ТРАНСКРИПЦИЯ УСТНОГО ДИСКУРСА
(Макаров М. Л. Основы теории дискурса. — М.: Гнозис, 2003, с. 117)

Категория	Символ
Идентификация говорящего и реплики (<i>turn</i>)	A1:
Идентификация слова (<i>word</i>)	пробел
Идентификация фразы (<i>intonation unit</i>)	строка
Обрыв слова (<i>truncated word</i>)	-
Обрыв фразы (<i>truncated intonation unit</i>)	—
Продолжение без паузы, подхват (<i>latching</i>)	=
Наложение речи 2 и более человек (<i>overlay</i>)	[]
Одновременное начало реплик (<i>turn-initial overlay</i>)	{ {
Параллельные обмены (<i>parallel exchanges</i>)	слева
Просодия завершенности (<i>final</i>)	.
Просодия продолжения (<i>continuing</i>)	,
Просодия апеллятивная (<i>appeal</i>)	?
Эмоциональный тон (<i>animated; booster</i>)	!
Интонация нисходящая (<i>fall</i>)	\
Интонация ровная (<i>level</i>)	—
Интонация восходящая (<i>rise</i>)	/
Интонация восходяще-нисходящая (<i>rise-fall</i>)	Λ
Интонация нисходяще-восходящая (<i>fall-rise</i>)	V
Ударение слабое и сильное (<i>accent</i>)	<u>underline</u>
Выделение слабое и сильное (<i>emphasis</i>)	ALL CAPS
Удлинение слабое и сильное (<i>lengthening</i>)	I: know::
Сокращение (<i>shortening</i>)	^{super} script
Невокализованная пауза < 0,5 с. (<i>short pause</i>)	..
Невокализованная пауза > 0,5 с. (<i>long pause</i>)	...

ПРИЛОЖЕНИЯ

Категория	Символ
Пауза с указанием длительности (<i>measured pause</i>)	(0.8)
Вокализованная короткая пауза (<i>short pause filler</i>)	uh, um, uhm
Вокализованная долгая пауза (<i>long pause filler</i>)	eh, er, erm
Громко, до крика (<i>in a loud voice, nearly shouting</i>)	bold
Тихо, до шепота (<i>in a soft voice, nearly whispering</i>)	<i>italics</i>
Убыстрение темпа (<i>tempo acceleration</i>)	>>>
Замедление темпа (<i>tempo deceleration</i>)	<<<
Параязыковые явления, сопровождающие речь	# sobbing #
Параязыковые явления, прерывающие речь	{laughter}
Экстралингвистический комментарий	@ phone @

ТРАНСКРИПЦИЯ АНГЛИЙСКОЙ РЕЧИ

(Paul ten Have. Methodological Issues in Conversation Analysis. <http://www2.fmg.uva.nl/emca/mica.htm>; в сокращении)

- 1 Doctor: Come'n sit down, (.) Missiz Sampson,=
- 2 Patient: =Yes
- 3 Dr: Ah
- 4 (0.3)
- 5 Dr: ~ hhhh |^I |vdon't think we've |^met before |^h'v we
- 6 (1.0)
- 7 Pt: Well I've had this: u-sore throat on'n off, for weeks no:w.=
- 8 Dr: =|^Oo dear.
- 9 Pt: En I've got a cough- writs- it's- I've been you know choking
- 10 you know'n I'm coughing- I'm getting no relief from=
- 11 Dr: [Mm|^hm,]
- 12 Pt: coughing it's just taw- choking that=
- 13 Dr: [~ h h h h h h]
- 14 Pt: =my()
- 15 Dr: [Do you bring any |vphlegm up when you |vcough.
- 16 (0.7)
- 17 Pt: Well- (0.2) e-yesterday I managed to be sick'n I di:d you know,?
but normally: i|t-
- 18 Dr: [But you: vomited then,
- 19 Pt: Yes u|h huh
- 20 Dr: [Mm.

ПРИМЕНЕНИЕ ДИСКУРС-АНАЛИЗА К ИССЛЕДОВАНИЮ КОММУНИКАТИВНОЙ ИНИЦИАТИВЫ

(Дубинина И. И. Способы выражения иерархических отношений в организационной коммуникации: дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2007. С. 154 – 159)

<...> исходя из субъектно-субъектной модели коммуникации, мы полагаем, что коммуникативное неравноправие партнеров по общению, обусловленное социальной ролью и статусом, не находится в прямо пропорциональных отношениях с коммуникативной инициативой. Анализ проводится на материале эпизода из романа А. Хейли «Окончательный диагноз»:

«Dr. Pearson! Dr. Pearson!»

As she caught up with him the hospital's elderly staff pathologist paused. He moved the big cigar he was smoking over to the corner of his mouth. Then he said irritably, «What is it? What is it?»

She summoned up her courage. «These autopsy protocols have to be signed, Dr. Pearson. The Health Board has asked for extra copies.»

«Some other time. I'm in a hurry.» Joe Pearson was at his imperious worst.

Miss Mildred stood her ground. «Please, Doctor. It'll only take a moment. I've been trying to get you for three days.»

Grudgingly Pearson gave in. Taking the forms and the ballpoint pen Miss Mildred offered him, he moved over to a desk, grumbling as he scribbled signatures. «I don't know what I'm signing. What is it?»

«It's the Howden case, Dr. Pearson.»

Pearson was fretting still. «There are so many cases. I don't remember.»

Patiently Miss Mildred reminded him. «It's the workman who was killed when he fell from a high catwalk. If you remember, the employers said the fall must have been caused by a heart attack because otherwise their safety precautions would have prevented it.»

Pearson grunted. «Yeah.»

As he went on signing Miss Mildred continued her summation. When she started something she liked to finish it and leave it tidy. «The autopsy, however, showed that the man had a healthy heart and no other physical condition which might have caused him to fall.»

«I know all that.» Pearson cut her short.

«I'm sorry, Doctor. I thought...»

«It was an accident. They will have to give the widow a pension.» Pearson tossed out the observation, then adjusted his cigar and scribbled another signature, half shredding the paper.

Joe Pearson signed the last paper and thrust the batch, almost savagely, at little Miss Mildred. «Maybe I can get on with some real work now, eh?»

«*Thank you, Doctor. Thank you very much*» (A. Hailey. The Final Diagnosis). Речевые акты подчиненного в данном диалоге представляют собой имплицитные директивы; в целях усиления воздействия на адресата используются различные виды мотивации; высказывания осуществляются в форме убеждения и просьбы, которые, по мнению, адресанта, могут способствовать росту директивной иллюкутивной силы высказывания.

Жанр разговора — официальное общение лицом к лицу, межличностный диалог в диаде; отношения ассиметричны из-за разницы в должности и уровне компетенции собеседников; направленность коммуникативных действий в разговоре — директивная, побудительная; тема разговора фиксирована и включена в практическую деятельность.

С одной стороны, следствием асимметрии становится явное коммуникативное неравноправие. Рассмотрим его проявления.

1. Доктор Персон в разговоре ни разу не обратился к адресату (мисс Милдред) по имени и не назвал ее должность, в то время как она заканчивает каждый репликовый шаг, называя имя и титул (*Doctor*) собеседника. Обращение играет важную социально-дейктическую роль, символически обозначая степень социальной дистанции между говорящим и адресатом. Но коррекция данных норм доктором, а именно безличностное обращение, выражает несогласие с ходом коммуникации и является формальным признаком инициативы со стороны Доктора Персона.

2. Будучи вышестоящим лицом, доктор, в ответ на имплицитное директивное речевое действие «*These autopsy protocols have to be signed, Dr. Pearson. The Health Board has asked for extra copies*», отказывается выполнить те действия, которых от него ожидают, ссылаясь на спешку: «*Some other time. I'm in a hurry*». Маловероятно, что подчиненный может отказать начальнику, используя такой же аргумент.

3. В разговоре с подчиненным доктор проявляет негативные эмоции по отношению к теме разговора, которые в измененной форме переносятся на субъект общения, причем интенсивность их выражения увеличивается в процессе взаимодействия. Сначала возникает раздражение: «*Then he said irritably, 'What is it? What is it?'*», которое реализуется на просодическом уровне, т. е. интонационно. В качестве усилителя выражения эмоционального состояния говорящего также выступает такое стилистическое средство как повтор. Далее раздражение переходит в недовольство: «*Taking the forms and the ballpoint pen Miss Mildred offered him, he moved over to a desk, grumbling as he scribbled signatures. 'I don't know what I'm signing. What is it?'*» Затем новая волна раздражения: «*Pearson was fretting still*», вслед за которой доктор использует имплицитный директив, в данном случае представляющий собой эксплицитный простой недиректив-информатив «*There are so many cases. I don't remember*» (подразумевается: «Напомните, о каком конкретном описании идет речь»). И в конце эпизода — злость, если не сказать ярость: «*Joe Pearson signed the last paper and thrust the batch, almost savagely, at little Miss Mildred. 'Maybe I can get on with some real work now, eh?'*» Сарказм доктора, воплощенный в псевдопросьбу, и вынесение им подписания документов за рамки «настоящей работы» еще больше подчеркивают коммуникативное

неравноправие; имплицитно доктор указывает на то, что оставляет за собой право решать, что важно и первостепенно по своей значимости.

4. Нарушаются нормы вежливого общения. Доктор Персон обрывает свою собеседницу на полуслове: «*I know all that*», *Pearson cut her short*. Он берет роль говорящего силой, не заботясь о коммуникативном комфорте собеседницы, и существенно ограничивает ее свободу действий по достижению целей общения. Перебивание является показателем коммуникативной инициативы, перехватить которую так стремится Персон. Поступая так, он демонстрирует, что считает возможным нарушать нормы согласования коммуникативных ходов. М. Л. Макаров пишет, что «нарушение устоявшихся норм общения, как правило, сопряжено с приписыванием нарушителю более высокого мнимого или реального статуса» [Макаров, 2003, с. 219].

Кроме того, доктор Персон завершает коммуникативный ход своей собеседницы: «*It was an accident. They will have to give the widow a pension*». Подхват в данном случае выступает как маркер коммуникативной инициативы: чужой коммуникативный ход как бы присваивается новым говорящим. Однако в данном случае описанный коммуникативный ход не влияет на развитие диалога в целом, не предписывает следующего хода и тему разговора.

С другой стороны, возникает вопрос: кому реально принадлежит коммуникативная инициатива в этом диалоге? К признакам ее проявления относятся преобладание предписывающих ходов, мена коммуникативных ролей, следование нормам общения либо их нарушение.

Мисс Милдред первой обращается к доктору Персону, и это первый инициативный ход, занимающий начальную позицию в структуре обмена, цель которого — привлечь внимание доктора: «*Dr. Pearson! Dr. Pearson!*». Данный коммуникативный ход открывает общение и предполагает ответную реакцию — разрешение. Мисс Милдред устанавливает тональность общения и на протяжении всего диалога пытается сохранить социально-психологическую дистанцию с помощью такого элемента социального дейксиса, как обращение. Разрешение, хоть и косвенное, последовало в виде хода: «*What is it? What is it?*» в вопросительной форме, выражающей, во-первых, нетерпение (во многом благодаря редупликации), а во-вторых, запрашивающей тему предполагаемого общения.

Следующий предписывающий ход также за мисс Милдред: «*These autopsy protocols have to be signed, Dr. Pearson. The Health Board has asked for extra copies*». Косвенное воздействие на адресата осуществляется под видом информирования, эксплицированного в виде неагентивной конструкции — пассива, который является характеристикой подготовленного дискурса [см. Макаров, 2003, с. 212 — 214] и указывает на степень важности темы, вводимой мисс Милдред. Таким образом, мисс Милдред данным коммуникативным ходом вводит тему, которая представляет для нее особый интерес (*But records, forms, files were her life*) и открывает обмен, требуя ответного комментария.

Очередной коммуникативный ход мисс Милдред — вербальное действие, продвигающее общение к достижению поставленной цели, — эксплицирован последовательностью следующих коммуникативных актов:

просьба — «*Please, Doctor.*», аргумент первый — «*It'll only take a moment.*», аргумент второй — «*I've been trying to get you for three days.*». В результате доктор сдается и просматривает формы: *Grudgingly Pearson gave in. Taking the forms and the ballpoint pen Miss Mildred offered him, he moved over to a desk, grumbling as he scribbled signatures. «I don't know what I'm signing. What is it?»* Его вопрос не является инициативным коммуникативным ходом, так как он обусловлен предшествующим развитием коммуникативного взаимодействия.

Поэтому и следующая реплика мисс Милдред приближает ее к поставленной цели — получению подписи доктора: «*It's the Howden case, Dr. Pearson.*». На эксплицитном уровне коммуникативная инициатива передана доктору, он задает вопрос, побуждая мисс Милдред давать пояснения. На имплицитном уровне реальный контроль за развитием диалога в определенном направлении осуществляет мисс Милдред, так как обсуждается введенная ею и важная для нее тема. Защита и сохранение своей темы, сопряженные с отказом принять ее, являются признаками владения коммуникативной инициативой.

Далее со стороны мисс Милдред следует отказ от взятия шага, который в данном контексте также является проявлением коммуникативной инициативы. Возможно, молчание выступает здесь как знак отказа от смены темы, от неприемлемого стиля общения, его тональности или соответствующего распределения ролей. М. Л. Макаров пишет, что «молчание в подобных случаях символизирует отказ подчиниться «чужой» стратегии» [Макаров, 2003, с. 220].

С самого начала мисс Милдред повела себя инициативно, она сделала больше предписывающих ходов в данном коммуникативном эпизоде. То, что между коммуникативным неравноправием, обусловленным разным положением в социуме, и коммуникативной инициативой не существует прямой зависимости, подтверждают и исследования М. Л. Макарова, который считает, что коммуникативная инициатива «как дискурсивно-психологический фокус воплощает во взаимодействии людей актуализацию разнообразных аспектов их коммуникативной и социальной компетенции, разных типов языковых личностей и их коммуникабельности, но не совпадает с проигрыванием ими в диалоге соответствующих ролей» [Там же. С. 217].

Проведенный анализ доказывает, что коммуникативное неравноправие партнеров по общению, обусловленное социальной ролью и статусом, не находится в прямо пропорциональных отношениях с коммуникативной инициативой. Результаты количественного анализа также подтвердили данное положение: согласно проанализированному нами материалу, коммуникативная инициатива в 60% эпизодов принадлежала начальнику и в 40% — подчиненному.

ОПИСАНИЕ МЕТОДОВ АНАЛИЗА МЕЖКУЛЬТУРНОЙ СЕМЕЙНОЙ КОММУНИКАЦИИ

(Бондаренко Е. В. Межкультурная семейная коммуникация как особый тип общения: дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград. 2010. С. 31–40).

Междисциплинарный характер нашей работы обусловил использование разнообразных методов научного исследования, среди которых приоритетными являются:

- 1) методы анкетирования и полуструктурированного интервью;
- 2) метод нарративного анализа;
- 3) биографический метод;
- 4) метод семиотического анализа;
- 5) метод интроспекции.

1. На начальном этапе исследования были использованы анкетирование⁸ и полуструктурированное лингвистическое интервью. В очном и заочном опросе приняли участие 82 интернациональные супружеские пары (174 человека, включая представителей разведенных пар и вдовцов), проживающие в России, Германии, США и Австралии. Анкеты предлагались непосредственно исследователем или через лицо-посредника в распечатанном или электронном виде с просьбой о самостоятельном (электронном или рукописном) заполнении супругом и супругой. Анкетирование проводилось с целью получить от непосредственных агентов межкультурной семейной коммуникации как можно более подробные мнения об их семейной жизни, проблемах и традициях. Эти мнения косвенно позволили нам выявить культурно обусловленные конфликтогенные факторы, приводящие к коммуникативным сбоям в семье, относительно беспроблемные зоны общения, степень проявляемой культурной идентичности каждого из супругов. После заполнения анкеты супружескими парами, проживающими на территории России, с ними проводилось очное интервьюирование, имеющее целью уточнить и расширить полученную информацию, а также задать вопросы более личного характера. 24 анкеты были заполнены выходцами из разных культур, не имеющими языковых препятствий в общении, т. е. в равной степени владеющими одним из представленных в семье языков (например, русским и/или армянским). На этом этапе исследования мы не проводили целенаправленную классификацию межкультурных семей по типу культуры.

Основными недостатками данного метода оказались недостаточно подробное заполнение анкет и так называемые «семейные» ответы, когда вместо того, чтобы заполнить анкету каждому по отдельности, супруги заполняли ее вместе или за обоих писал один из супругов, что не соответствовало целям анкетирования. Также необходимо оговориться, что в силу личного

⁸ Текст анкеты приводится в приложении к диссертации.

характера вопросов мы не рассчитывали на полную объективность и правдивость предоставленной информации.

2. Далее мы обратились к методу нарративного анализа в расчете на то, что большое количество доступного устного и письменного текстового материала, посвященного особенностям общения в межкультурных семьях, позволит набрать достаточно примеров, иллюстрирующих теоретические положения исследования. Преимуществом нарративного анализа в данном случае является осознанное предоставление персональной информации агентами коммуникации. Объем, содержание, стиль, композиция повествования определяются членом межкультурной семьи, психологически настроенным на подробный и искренний рассказ.

Нарративный анализ был использован при рассмотрении следующих типов текста:

- устное повествование, письменно зафиксированное исследователем в ходе неформальной беседы;

- письменные высказывания на Интернет-форумах, посвященных проблемам межкультурных браков, со специализированных сайтов, общим объемом 500 Мбайт;

- развернутые цитаты, приведенные авторами тематических статей в публицистических изданиях или авторами научно-популярной литературы, посвященной проблемам межкультурного семейного общения (203 статьи);

- художественная и автобиографическая литература (55 произведений);
- кинофильмы (14 видеофильмов).

За единицу анализа мы принимали одно авторское повествование, описывающее одну межкультурную семью.

В исследовании семейной сферы общения нарративный анализ представляет собой едва ли не единственную возможность для исследователя получить сугубо личную информацию «из первых уст», например, сведения об условиях и обстоятельствах создания семьи и внутренних семейных традиций, распределении ролей и чувствах участников коммуникации, сопровождающих те или иные внешние события. Этот метод помог нам реконструировать микроистории конкретной социальной группы или нескольких поколений.

Мы условно делим использованные нами в исследовании тексты на принадлежащие естественному нарративу (созданные непосредственно участниками описываемых событий или близкими им людьми рассказы, изложенные в устной беседе или в письменных Интернет-диалогах и блогах) и искусственному нарративу (статьи, фильмы, художественные произведения, созданные профессиональными авторами — писателями, журналистами, сценаристами и режиссерами).

Данные, полученные из нарративов, были подвергнуты как качественному, так и количественному анализу, например, для выявления числа семей, в которых жена стремится привить детям свой родной язык или отказывается от собственного вероисповедания ради веры мужа. Затем по совокупности примеров мы смогли вывести общую тенденцию возникновения и решения данных проблем в межкультурных семьях. Личная заинтересо-

ванность опрошенных, дополнительное использование методов количественных подсчетов и интроспекции, рассмотрение исследуемого феномена с различных точек зрения позволяют с большой долей уверенности строить на базе полученной практической информации обоснованные теоретические выводы.

3. В работе также был использован биографический анализ — разновидность нарративного анализа, основанная на гипотезе о том, что возможно восстанавливать и изучать социальную действительность (факты, оценки, отзывы и мнения) через анализ биографических материалов. Мы рассматривали краткие автобиографии, дневники, письма и воспоминания.

Главное возражение против биографического метода — то, что рассказы собственной автобиографии передают только индивидуально модифицированную картину. Однако в нашем случае это соответствует целям исследования, так как, во-первых, мы заинтересованы в личностных оценках семейной коммуникации непосредственными ее участниками, а во-вторых, этот метод, в числе прочего, применялся нами при исследовании всемирно известных межкультурных браков, данные о которых можно получить от их современников, затем сравнить различные мнения об одном и том же союзе, сопоставить фактический материал и приведенные доказательства, на основе чего сделать выводы. С помощью данного метода мы анализируем особенности поведения индивидов; выявляем скрытые от прямого наблюдения смыслы; рассматриваем восприятие повседневности через язык участников общения; исследуем понимание символов общения неотрывно от контекста реальности, в рамках которого они существуют.

Целью исследования биографий в общем виде является установление и анализ связей между личной жизнью индивида или семьи с жизнью общества в целом. В нашем случае это выявление параллелей между конкретными примерами межкультурных союзов и общими чертами таких браков, появляющихся и качественно трансформирующихся на протяжении многих веков. В нашей работе мы также использовали информацию из книг L. Visson *Wedded Strangers* (2001) и D. Romano *Intercultural Marriage: Promises and Pitfalls* (2001), проиллюстрированную примерами из биографий многочисленных межнациональных семей XX века. Помимо этого, мы проанализировали книги, автобиографии и документы, повествующие о создании и развитии известных межкультурных браков, например, союзов английской королевы Виктории и немецкого принца Альберта, князя Монако Ренье III и американской актрисы Г. Келли, а также других монархических браков; союза американки А. Дункан и русского С. Есенина, француза О. Бальзака и польки Э. Ганской, испанца П. Пикассо и русской О. Хохловой, испанца С. Дали и русской Галлы, русского В. Высоцкого и француженки М. Влади и т. д.

При проведении анализа мы руководствовались следующей процедурой [Журавлёв, 1993, с. 24]:

1) формальный анализ заключается в удалении из первоначального текста биографии всех ненарративных фрагментов и разбивке «очищенного» текста на формально последовательные части; под таковыми подра-

зумеваются отрывки цельного рассказа, в которых говорится о событиях, имевших начало, длившихся некоторое время и завершившихся;

2) содержательное структурное описание самостоятельных, не пересекающихся во времени этапов жизненного пути: выделяются высшие точки ситуаций, коллизий, драматические поворотные пункты или постепенные изменения; результатом структурного описания являются суждения по поводу отдельных биографических этапов;

3) «аналитическая абстракция»: результаты структурного описания (суждения по поводу отдельных этапов жизненного пути) отделяются от специфики и конкретики этапов, и на основании сравнения таких суждений вырабатывается общая для отдельной биографии «формула», в которой выражена доминирующая структура биографических процессов и жизненного опыта;

4) «анализ знаний», к которому привлекаются прежде отсеченные ненарративные фрагменты, эксплицируются и систематически анализируются выполняемые ими функции: ориентации, оправдания, вытеснения и т. д.;

5) сравнительный анализ с использованием стратегий «минимального» и «максимального» контраста: согласно первой, у разных индивидов прежде всего выделяются совпадения, сходства и соответствие структур биографических процессов; основное внимание направлено на структуру создания, развития межкультурной семьи и выстраивание коммуникации; стратегия максимального контраста, в свою очередь, нацелена на поиск тех общих характеристик, которые объединяют на абстрактном и чисто формальном уровне различные по содержанию биографические эпизоды;

6) построение теоретических выводов — полученные данные дают ответ на основные вопросы исследования, например, о том, каковы наиболее типичные причины коммуникативных сбоев и конфликтов в межкультурных семьях, какова степень влияния культурных различий на взаимопонимание в семье.

4. Метод семиотического анализа позволил рассмотреть семейную коммуникацию как своего рода семиосферу, в составе которой фигурируют знаки из различных семиотических систем. На сегодняшний день учеными не разработано единой схемы этого анализа, тем более — относительно коммуникативной организации малой группы; поэтому, изучив имеющиеся практические примеры применения этого метода, мы разработали процедуру семиотического анализа, оптимальную для нашего исследования. При изучении семиотической картины общения в отдельно взятой межкультурной семье мы придерживались нескольких этапов:

а) рассмотрение общения как сложной знаковой системы; выделение исходных систем (например, вербальная и невербальная коммуникация) и подсистем (естественный язык, религиозное общение, артефакты, знаковая функция одежды, поведения, цвета и т. д.);

б) выделение исходных элементов каждой системы и подсистемы; рассмотрение их взаимодействия и динамики в процессе ежедневного общения членов семьи между собой и с окружающими;

в) классификация используемых семиотических кодов с учетом их социокультурной дифференциации.

В результате мы получаем семиотическую картину межкультурного семейного общения, которая позволяет провести анализ с новой позиции и выявить наиболее сложные с коммуникативной точки зрения аспекты семейного взаимодействия.

В нашей диссертации мы также использовали метод интроспекции, который, на наш взгляд, чрезвычайно полезен именно для изучения проблем коммуникативистики, когда исследователь может «заглянуть в себя», почувствовать себя агентом коммуникации и на собственном опыте понять мотивы и переживания, наличие которых у испытуемых он до этого только предполагал. Встать на место участников межкультурного семейного общения нам позволили: работа с брачными агентствами города, регистрация на сайтах знакомств, а также работа в роли переводчика при встречах русских женщин с потенциальными женихами-иностранцами.

АНАЛИЗ КУЛЬТУРНЫХ ЗНАЧЕНИЙ И СМЫСЛОВ

(Леонтович О. А. Функционирование культурных смыслов в художественном тексте // Письменная коммуникация: межкультурный аспект: Межвузовский сборник научных трудов (по материалам Международной конференции «Письменная коммуникация: межкультурный аспект». Курск, 21–23 сентября 2007 г. — Курск: Изд-во РОСИ, 2007. Часть 2, с. 14–20)

Рассмотрим некоторые средства передачи культурных смыслов, закономерности их взаимодействия друг с другом и пути их интерпретации на материале романа Н. Иванза (N. Evans) *The Divide* [2005]. Выбор произведения обусловлен тем, что это современный, «очень американский» роман (несмотря на то, что автор его живет в Великобритании), насыщенный культурно маркированной информацией и интересный для анализа.

Наша цель — показать, что формирование культурных смыслов — сложный процесс, результат взаимодействия множественных факторов, которые условно можно было бы охарактеризовать по нескольким параметрам:

- 1) формирование «микросмыслов» на основе культурно-специфических значений;
- 2) их комбинирование, в результате чего образуются сложные культурные смыслы;
- 3) логика смыслообразования, формирующая «макросмысл» всего текста романа.

Учет всех этих факторов является необходимым условием успешной интерпретации смысла произведения.

Сюжет романа. В горах Монтаны лыжники находят тело молодой женщины, застывшее во льду. В результате расследования выясняется, что это Эбби Купер, разыскиваемая ФБР за экотерроризм. Полиция связывается с ее родителями, которые развелись несколько лет назад. Фактически книга посвящена истории семьи, в которой росла Эбби, столкновению многих нравственных проблем и мотивов, приведших к трагедии.

Рассмотрим единицы языка, которые выступают в качестве культурных маркеров в анализируемом нами тексте. Покажем также, что в формировании смыслов участвует выводная информация, которая находится за рамками языковых значений, и что между отдельными смыслами устанавливается сложная система взаимосвязей.

Важная культурная информация закреплена за антропонимами. Имена героев романа (*Benjamin/Ben Cooper, Sarah, Abbie, Josh* и т. д.) сразу свидетельствуют о том, что действие происходит в англоговорящей стране. Внимательное внимание к деталям позволяет понять, что речь идет о США. Например, в сочетании *Mrs. Cooper* точка соответствует американским нормам орфографии.

Впечатление усиливается благодаря использованию других антропонимов — имен знаменитостей, в частности, для того, чтобы описать идентичность героев романа:

Not only was he sweet and sensitive and looked like Brad Pitt (well, okay, at a distance, a little)....

...on a stationary horse he looked like Clint Eastwood, but morphed, as soon as it moved, into Kermit the Frog.

...dad came home looking like he'd fallen foul of Mike Tyson...

Интерес представляет также аллюзивное использование антропонимов, например:

an old Cary Grant movie; Frank Lloyd Wright (как обобщенный образ архитектора); *...Martin Luther King, Jr., telling the world about his dream* (имя политического деятеля в совокупности с созданным им прецедентным текстом).

Существенную роль в создании культурных смыслов также играют топонимы. Во-первых, они сразу очерчивают географическое пространство, которое составляет локальный контекст коммуникации. В анализируемой нами книге география очень широка, она охватывает многие штаты (*New York, Florida, Montana, Wyoming, New Mexico, Kansas, Oregon, California, Colorado, Nevada*) и города (*New York City, Miami, Santa Fe, Provincetown, Boston, Denver, San Francisco, Oakland* и др.). В разных частях книги действие происходит на полуострове *Cape Cod*, острове *Long Island*, возле гор (*the Bighorn, the Rosebud, Adirondacks*), у водопада *Great Falls* и у реки Гудзон (*the Hudson*).

Каждое из названий имеет ценность не только с точки зрения сообщаемой им фактуальной информации — оно культурно значимо и, как правило, требует знания взаимного расположения различных географических пунктов между собой, их отдаленности друг от друга, а также дополнительной информации о них, закрепленной в сознании носителей лингвокультуры на уровне пресуппозиций и фоновых знаний. Нередко востребованной оказывается только малая часть информации, которая может быть сообщена об этом месте лингвострановедческим словарем, но именно эта часть наиболее значима для понимания культурного смысла, вложенного в соответствующее наименование автором. Таким образом, встает задача верного вычлечения именно этой (а иногда и остающейся за пределами словарей) информации.

Кроме того, топонимы могут нести символическое значение, ассоциироваться с иной, нетопонимической, информацией, например: *Long Island* — очень дорогое и престижное место для проживания, сразу определяющее статус героев.

То, что вместо Гарварда (*Harvard*) юная Эбби хочет ехать на Запад (*somewhere in the West — Montana, Colorado, Oregon*) в провинциальный университет изучать науки об окружающей среде, показывает, что это своего рода протест против заранее определенной для нее судьбы, желание выбрать собственную дорогу в жизни. Отношение окружающих к ее выбору проявляется в резком неприятии ее решения со стороны членов семьи: бабушки из состоятельной семьи с аристократическими корнями (*New England stock*) и богатого деда, для которых Монтана — это дыра (*someplace out the back of beyond*), «хуже Монголии».

Названия улиц также участвуют в создании локального контекста интеракции. Для адекватного восприятия этого контекста (например, Манхэттена) необходимо знание соотношения улиц между собой, маршрутов, того, что находится на этих улицах и т. д. Нередко наименования улиц передают дополнительные ассоциации: социальный статус, уровень престижности, репутацию района города с точки зрения безопасности и т. д. Следующие цитаты показывают, как на протяжении книги герои поднимаются по социальной лестнице

... *a two-room shoe box on Ninety-Third and Amsterdam.*

... *their tiny rented apartment on the edge of Greenwich Village was frugal but happy.*

They were now living on the Upper West Side, in another rented apartment, more comfortable and spacious than their old Amsterdam love nest.

Топонимы, наименования улиц, описания пейзажей и т. д. создают совокупность смыслов, которые, будучи пропущены через сознание героев произведения, описывают картину мира носителей американской лингвокультуры, полную национальной специфики. Как утверждает Н. Н. Королева, «картина мира личности представляет собой сложную, многоуровневую субъективную модель жизненного мира как совокупности значимых для личности объектов и явлений; базисными образующими картины мира личности являются инвариантные смысловые образования как устойчивые системы личностных смыслов, содержательные модификации которых обусловлены особенностями индивидуального опыта личности» [Цит. по: Леонтьев, 2003, с. 146–147].

Представляется, что одна из важнейших задумок автора — показать, что драматические события происходят в наши дни, среди столь знакомого читателю мира, и ему удастся сделать свои описания почти осязаемыми — именно благодаря деталям сегодняшней повседневной жизни. Читатель как бы погружается в самую гущу американской жизни — то, чем пестрят американские городские улицы и загородные пейзажи.

Знание сети магазинов, гостиниц, ресторанов и т. д. (*Holiday Inn; Starbucks; Good Food Store; Wendy's; Radio-Shack*) и то обстоятельство, что сеть построена на основе единообразия, сразу дает возможность представить их класс, степень социальной престижности и приблизительный внешний вид:

Описывая парковку около огромного торгового центра, автор упоминает яркие вывески с названиями крупных магазинов: *Petland, Old Navy; Macy's; JCPenney; Bed, Bath & Beyond*, хорошо знакомых американскому читателю и легко поддающихся мысленной визуализации. Именно по ним ориентируются покупатели, паркуя автомобиль. Парковка поделена на секции, иначе найти свою машину невозможно. Забыв секцию, можно часами бродить вокруг, не находя своего автомобиля.

Для описания загородных пейзажей автор прибегает к наименованиям американских растений: *American elm, maple, red oak, honey locust; cottonwood; arrow-leaved balsamroot, paintbrush, shooting star*. Этих наименований достаточно для того, чтобы вызвать в сознании носителей

лингвокультуры яркие зрительные образы, в то время как для неносителей соответствующая мысленная картинка будет расплывчатой и неясной.

Аналогична ситуация с зоонимами, особенно если контекст требует дополнительного знания об обозначаемых животных: *the hummingbirds were back; I thought there was a pack of sick coyotes out there (о хоровом пении); listening to the yip of coyotes; where the canyons echoed eerily to the bugging of elk.*

Культурно маркированной также может быть информация, связанная с временным контекстом интеракции:

Born in the protest years of the Vietnam War...

It was one of those world-changing events, like Woodstock...

...it's not the nineteen-fifties;

post-pill and pre-AIDS.

Особый интерес в контексте романа приобретает описание событий 9 сентября, которое дано пунктирно, поскольку предполагается, что все, с ним связанное, — это универсальное знание. В частности, упоминается о падении второй башни *World Trade Center*, в то время как разрушение первой остается на уровне пресуппозиции. Для общего смысла романа событие *nine-eleven* имеет немаловажное значение: после нью-йоркской трагедии отношение к террористам в США резко изменилось, и если до этих событий Эбби еще могла рассчитывать на снисхождение суда, то после всякое снисхождение было исключено. Однако в романе это практически не объясняется и существует на уровне выводных смыслов.

Большое значение для формирования культурных смыслов имеют языковые единицы, относящиеся к социальной идентичности и статусу героев, причем нередко ключевая информация существует в виде импликаций и инференций. Например, если мы обратим внимание на названия одежды и обуви, то в результате ряда логических операций сможем сделать интересные выводы. Так, для студента Джоша *a black parka and a red beanie* — это нормальная одежда; когда же подобную одежду надевает его отец, то это уже сигнал о том, что он пытается выглядеть моложе (и понравиться своей новой возлюбленной). Он предпочитает шапочку, которую обычно носят дети и первокурсники в некоторых колледжах (*beanie*) ковбойской шляпе (*Stetson*), когда-то подаренной ему членами семьи на день рождения. В другом контексте (*I'll be the one with the star and the Stetson*) можно наблюдать обыгрывание стереотипа, согласно которому именно так должен выглядеть полицейский из Монтаны. Одежда от фирмы *Ralph Lauren* (*...she looked like she'd stepped out of a Ralph Lauren ad*) ассоциируется с престижностью, элитностью и высоким уровнем благосостояния.

Семиотическая функция еды реализуется в следующих контекстах: *... they insisted on serving an epic supper of cold ham and turkey, coleslaw, and baked potatoes, followed by blueberry pie and ice-cream...* (простая и вкусная еда на ранчо).

Lunch was cold Maine lobster, flown down by special order the previous afternoon. There were also oysters and shrimp and a bewildering array of salads... (изысканный ужин в богатом доме).

В книге достаточно четко показана градация престижности колледжей. Так, например, парни из Гарварда (*Harvard*) приглашают на вечеринку девушек из *Wellesley* (престижного частного гуманитарного колледжа, входящего в ассоциацию «Семь сестер»), которых считают равными себе по статусу. Героиня книги Сара из этого колледжа влюбляется в Бена, который учится в Сиракузском университете (*Syracuse*) — по словам отца Сары, *the University of Nowhere*, а это означает, что Бен Саре не пара.

Культурный контекст романа также создают названия известных книг, фильмов, картин, спектаклей, явлений поп-культуры и т. д.:

When the kids came home, he was slumped asleep in front of Casablanca. The movie was ending, the plane gone. Bogart and Claude Rains were strolling off into the fog.

Во-первых, со стороны читателя предполагается знание наизусть классического фильма «Касабланка» — вплоть до картинки заключительной сцены. Во-вторых, то, что Бен, герой книги, смотрел именно эту мелодраму, значимо с точки зрения сюжета и динамики его образа — она созвучна переживаемому им моменту серьезных решений и новой любви, ради которой он готов оставить семью.

Еще некоторые примеры:

...she liked to think of them as a kind of ecowarrior version of Bonnie and Clyde — though she knew better than to share such romantic nonsense with Rolf (аллюзия к Бонни и Клайду, знаменитой паре преступников, романтизированной американской поп-культурой).

She felt like Al Pacino in The Godfather, on his way to get the gun.

...feeling like Anthony Perkins in Psycho.

Понимание последних двух примеров требует знания соответствующих фильмов («Крестный отец» и «Психоз») и того, как чувствовали себя Аль Пачино и Энтони Перкинс в соответствующих эпизодах. Фильмы в данном случае выступают в роли прецедентных текстов.

Необходимо помнить, что целостный смысл (макросмысл) произведения формируется в результате соединения отдельных смыслов, причем культурно маркированные смыслы занимают в этой конфигурации не последнюю роль, особенно в произведениях с ярко выраженной национальной спецификой, как, например, в анализируемом нами романе.

Одно из ключевых мест в формировании макросмысла романа занимает культурно-специфический жест победы (*V-sign*), который в 60–70-е годы 20 века стал также знаком мира. В семье Куперов — героев книги — этот жест имеет особое значение. Члены семьи называют его *Half Peace*. Причина тому — то, что Джош, младший сын, в раннем детстве потерял фалангу указательного пальца (который ему прищемили дверцей автомобиля). После многих операций и переживаний мальчик научился относиться к этой проблеме с юмором, и жест *Half Peace* (с загнутой вниз фалангой указательного пальца) стал для них семейным. После периода разлада и непонимания между братом и сестрой этот жест символизирует восстановление взаимопонимания. В конце книги Джош оставляет на могиле сестры от-

крытку с надписью *Peace* (игра двух значений: уже не половинчатый, а полный мир/примирение и покой/упокоение)

Хотелось бы особо указать на то, что главный авторский замысел книги, суть ее построена вокруг топонима *Continental Divide/Great Divide/the* тальный водораздел — хребет Скалистых гор, образующий водораздел между североамериканскими реками, текущими на запад и восток. Название это всплывает на протяжении всей книги как реальное географическое местоположение и воспоминание, потому что именно там происходят судьбоносные для героев встречи:

*The Divide was a place that seemed to want to keep itself secret.
She crossed the Continental Divide in the early afternoon...*

Культурные смыслы, построенные вокруг этого топонима, начинают «играть» в тексте всего произведения, перекликаясь и дополняя друг друга. Основная идея произведения заключена в эпиграфе, предпосланном книге:

And after he had made all the other creatures of the earth, only then did the Creator make man and woman. And he fashioned their bodies that they should know each other's flesh but their souls that they should forever be strangers. For only thus divided might they find their true path (C. Sashone. Creative Mythology).

Завершая анализ, подчеркнем, что в данной работе показана лишь малая часть смыслов, реализуемых в произведении. Многие факторы, такие как национальный менталитет, психологическая идентичность героев, их индивидуальные особенности, сформированные в недрах конкретной лингвокультуры, остались за кадром. Надеемся, однако, что приведенные выше размышления в определенной степени отражают сложные процессы извлечения из текста культурных смыслов и их интерпретации.

ГЛОССАРИЙ

Русский термин	Английский термин	Дефиниция
Анкета для самостоятельного заполнения	self-completion questionnaire	анкета, рассчитанная на то, что респондент будет сам (без помощи интервьюера) письменно отвечать на содержащиеся в ней вопросы.
Верифицируемость	confirmability	опытная подтверждаемость выводов как один из критериев научности.
Вопрос закрытого типа	close / close-ended / pre-coded / fixed choice question	вопрос, требующий от респондента выбора одного из предлагаемых вариантов ответа.
Вопрос открытого типа	open / open-ended question	вопрос, рассчитанный на самостоятельный развернутый ответ со стороны респондента.
Воспроизводимость	replicability	возможность экстраполяции полученных результатов на другие исследования как один из критериев научности
Включенное наблюдение	participant observation	наблюдение, предполагающее личное участие исследователя в изучаемых им коммуникативных процессах.
Вторичный анализ	secondary analysis	повторный анализ данных, полученных другим ученым, для верификации результатов исследования.
Выборка	sampling	данные, отобранные для анализа.

Русский термин	Английский термин	Дефиниция
Дедуктивная теория	deductive theory	теория, основанная на выведении частного из общего; исследовательский подход, при котором выдвигаемая гипотеза должна быть подвергнута эмпирическому анализу.
Дискурс-анализ	discourse analysis	метод, а также область изучения формы, функций, ситуативной и социально-культурной обусловленности коммуникации.
Достоверность	validity	надежность выводов как один из критериев научности.
Доступная выборка	convenience sampling	вид выборки, которая доступна исследователю в силу обстоятельств.
Зависимая переменная	dependent variable	переменная, которая изменяется в результате манипулирования независимыми переменными.
Иллокутивный акт	illocutionary act	единица речевой деятельности, соотносящаяся с коммуникативным намерением говорящего; представляет собой осуществление речевого действия, такого как замечание, предупреждение, извинение, предложение выйти замуж и т. д.
Импликатура	implicature	информация, выраженная в неявной форме, с помощью намеков, аллюзий и других видов косвенных речевых актов.
Индуктивная теория	inductive theory	теория, основанная на методе рассуждения от частного к общему, от отдельного, особенного к всеобщему, закономерному.

Русский термин	Английский термин	Дефиниция
Интервью	interview	форма очного проведения опроса, при котором исследователь находится в непосредственном контакте с респондентом.
Интервью в фокусных группах	focus group interview	беседа, проводимая в группах, специально созданных для исследовательских целей.
Интерпретивизм / интерпретационизм	interpretativism	эпистемологический подход, согласно которому социальные процессы могут быть осмыслены только через интерпретацию того, как люди понимают окружающий мир и выражают свое понимание посредством языка, образности, личностного стиля, общественных ритуалов и т. д.
Интертекстуальность	intertextuality	взаимосвязь между текстами, благодаря которой осуществляется явная или неявная отсылка от одного текста к другому.
Интроспекция	introspection	самонаблюдение, которое может выступать как научный метод.
Инференция	inference	умозаключение на основе посылок, которые представляются коммуниканту правильными.
Качественные методы	qualitative methods	исследовательские методы, в большей степени опирающиеся на описание, нежели на количественные данные, и преследующие цель толкования глубинных смыслов и генерирования теорий.
Квазиэксперимент	quasi-experiment	метод, в котором присутствуют определенные признаки эксперимента, но не соблюдаются все требования валидности, например, если наблюдаются естественные группы с манипулированием социальным контекстом.

Русский термин	Английский термин	Дефиниция
Кейс-метод	case study	метод анализа ситуаций, предполагающий детальное и интенсивное рассмотрение целостных коммуникативных явлений в их естественном окружении.
Когерентность/ системность	coherence	один из критериев научности: согласованность нового знания с теми результатами, которые уже оцениваются как истинные; из двух теорий истинной признается та, которая больше совместима с фундаментальным знанием.
Кодирование	encoding	конвертирование одной сигнальной системы в другую с помощью внутреннего кода («языка мысли») или внешнего (существующего в вербальной и невербальной формах).
Количественные методы	quantitative methods	исследовательские методы, оперирующие количественными данными.
Коммуникативная стратегия	communicative strategy	линия коммуникативного поведения, направленная на достижение поставленной цели.
Коммуникативный акт	communicative act	минимально различимая единица коммуникативного поведения — более широкое понятие, нежели речевой акт, предусматривает не только и не столько действие, сколько взаимодействие.
Коммуникативный ход		вербальное или невербальное действие одного из коммуникантов, развивающее интеракцию.
Компонентный анализ	componental analysis	метод исследования семантики языковых единиц, предусматривающий разложение их значения на минимальные семантические составляющие; нацелен на выявление общих и дифференциальных признаков в семантике языковых единиц, входящих в одну лексико-семантическую группу.

Русский термин	Английский термин	Дефиниция
Конверсационный анализ	conversation analysis	метод, предусматривающий скрупулезный анализ беседы как интеракции в естественных условиях общения.
Конструкционизм / конструктивизм)	constructionism	научный подход, согласно которому социальные явления постоянно создаются и воспроизводятся людьми как участниками социального взаимодействия.
Контент-анализ	content analysis	количественный метод, направленный на категоризацию качественных текстовых данных и их представление в виде тематических или понятийных кластеров.
Концептологический анализ	conceptological analysis	метод, цель которого — описание концепта как ментального образования
Кульг карго	cargo cult	«религия самолетопоклонников», или «культ Даров небесных» — одно из религиозных верований, которые были зафиксированы в Меланезии в конце XIX — начале XX вв. Используется в качестве метафоры для обозначения псевдонаучных исследований.
Культурное значение	cultural meaning	закрепленное за языковыми единицами содержание, маркированное с точки зрения его национальной или этнической принадлежности.
Лабораторный эксперимент	laboratory experiment	эксперимент, осуществляемый в искусственно созданных условиях.
Локутивный акт	locutionary act	единица речевой деятельности, соотносящаяся с говорением как таковым и рассматриваемая независимо от контекста, в котором она реализуется.

Русский термин	Английский термин	Дефиниция
Манипуляция	manipulation	изменение параметров использования независимых переменных в процессе эксперимента для проверки воздействия этого изменения на зависимые переменные.
Мена коммуникативных ролей	turn-taking	момент коммуникации, когда слушатель становится говорящим, осуществляя при этом взятие репликового шага.
Метод (научный)	method	система приемов и практических операций, направленных на получение научного знания.
Методология	methodology	система принципов и способов организации научного исследования.
Наблюдение	observation	количественный или качественный метод, направленный на получение знания об исследуемом объекте через его непосредственное восприятие.
Нарративный анализ	narrative analysis	качественный метод, нацеленный на поиск формальных критериев описания повествования (нарратива); уделяет особое внимание временной последовательности, которую устанавливают люди как рассказчики о своей жизни и окружающих событиях.
Невключенное наблюдение	non-participant observation	метод, предполагающий, что исследователь выступает как сторонний наблюдатель и не вовлекается в ситуацию общения.
Независимая переменная	independent variable	переменная, которую нельзя произвольно изменить.
Неструктурированное интервью	unstructured interview	беседа, основанная на свободных ассоциациях интервьюера, который сам определяет ход беседы.

Русский термин	Английский термин	Дефиниция
Неструктурированное / нестандартное / несистематическое наблюдение	unstructured observation	наблюдение, не предполагающее формулировки четких правил его проведения.
Онтология	ontology	учение о бытии, а также категориях сущего и их взаимоотношениях.
Описательный / дескриптивно-аналитический метод	descriptive method	метод, основанный на интуитивных наблюдениях ученого за изучаемыми явлениями с их последующим описанием.
Опрос	survey	сбор количественных и / или качественных данных с помощью анкет или интервью.
Парадигма	paradigm	модель, включающая совокупность методов и подходов и принятая как образец решения исследовательских задач на данном этапе развития научной дисциплины.
Парадокс наблюдателя / реактивный эффект / «эффект подопытного кролика»	guinea pig effect	искажение результатов наблюдения, вызываемое фактом присутствия исследователя, которое может вызвать у наблюдаемых чувство смущения, застенчивости и т. д. и заставить их модифицировать свое поведение.
Перлокутивный акт	Perlocutionary act	единица речевой деятельности, соотносящаяся с результатом воздействия, достигаемого коммуникантом в результате использования локутивного и иллокутивного актов.

Русский термин	Английский термин	Дефиниция
Позитивизм	positivism	методологическое направление, цель которого — создание социальной теории, свободной от умозрительных метафизических подходов и основанной на методологических принципах, сходных с естественно-научными.
Полевой эксперимент	field experiment	эксперимент, проводимый в реальной жизни.
Полуструктурированное интервью	semi-structured interview	интервью, которое осуществляется в свободной форме, однако при этом ход беседы контролируется интервьюером.
Пресуппозиция	presupposition	информация, относящаяся к предварительным условиям общения, к которой происходит отсылка в процессе высказывания.
Простое наблюдение	simple observation	вид наблюдения, субъект которого не оказывает влияния на изучаемых им людей или ситуацию общения.
Регулируемое наблюдение	contrived observation	вид наблюдения, в процессе которого исследователь активно влияет на ситуацию общения и следит за результатами своего вмешательства.
Референция	reference	отнесенность высказывания и/или его частей к объектам действительности (референтам, или денотатам).
Речевая ситуация	speech situation	набор коммуникативных действий, составляющих единое целое и ассоциируемых с речью (или маркированных ее отсутствием).

Русский термин	Английский термин	Дефиниция
Речевое событие	speech event	единица макроуровня дискурса (урок, деловое совещание, беседа); может состоять из одного или нескольких речевых актов.
Речевой акт	speech act	коммуникативное действие, осуществляемое с помощью речи; промежуточный уровень между грамматическим предложением и речевым событием. См. также <i>иллокутивный акт</i> ; <i>локутивный акт</i> , <i>перлокутивный акт</i> .
Риторический анализ	rhetorical analysis	метод, направленный на выявление риторических приемов и стратегий как средств эффективной коммуникации и убеждения.
Руководство к кодированию	codebook / coding manual	исследовательский инструмент, который содержит краткое объяснение целей исследования и подробные указания в отношении того, каким образом должны кодироваться данные, полученные в результате сбора практического материала.
Семиозис	semiosis	процесс интерпретации знаков, или порождения значения.
Семiotический анализ	semiotic analysis	метод, направленный на исследование системы вербальных и невербальных знаков, оформляющих процесс социального взаимодействия.
Скрипт (сценарий)	script	когнитивная структура, которая используется для представления информации о стереотипных эпизодах и представляет собой заранее заготовленную причинную цепочку, отражающую привычную для носителей данной культуры последовательность действий/событий.

ГЛОССАРИЙ

Русский термин	Английский термин	Дефиниция
Смешанная методика	mixed methods	исследовательская методика, предполагающая использование как количественных, так и качественных методов в рамках одного исследования.
Структурированное интервью	structured interview	устный опрос, предполагающий, что вопросы должны представляться интервьюером в точной формулировке и в определенном порядке.
Структурированное / стандартизованное / систематическое наблюдение	structured observation	метод, предполагающий наличие четко сформулированных правил и формализованных процедур наблюдения и фиксации полученных данных.
Триангуляция	triangulation	«перекрестный анализ», предполагающий, что изучаемое явление должно анализироваться с двух и более различных точек зрения; термин заимствован из геометрии и тригонометрии, а также навигации и геодезии, где он обозначает процесс определения местонахождения точки путем измерения углов, под которыми они расположены, с различных позиций.
Фальсифицируемость		критерий научности, выведенный К. Поппером (Popper): логическая возможность принципиального опровержения теории опытом; не означает ложность теории, а показывает, что если теория ложна, то это может быть доказано наблюдением или экспериментом; если теория построена так, что она в принципе неопровержима, то ее нельзя считать научной.

Русский термин	Английский термин	Дефиниция
Фокусная группа	focus group	группа, специально созданная для проведения исследования.
Эвристичность	heuristics	потенция знания к увеличению как один из критериев научности: из двух теорий более эвристичной считается та, которая обеспечивает прирост знания, а не ограничивается систематизацией уже известного.
Эксперимент	experiment	научный метод, который предполагает наличие искусственно созданной обстановки и возможность контролировать экспериментальные условия.
Экспликатура	explicature	то, что выражено вербально в открытой, явной форме
Эмпирический подход	empiricism	1) общий подход к исследованию действительности, согласно которому приемлемы только знания, полученные как результат опыта; соответственно, считается, что полученные данные должны быть проверены, прежде чем будут считаться знаниями; 2) связанное с этим убеждение, что накопление фактов само по себе может считаться целью исследования (naive empiricism).
Эпистемология	epistemology	теория познания, раздел философии, занимающийся природой и возможностями познания, отношением знания к реальности, условиями его истинности и т. д.
Этнографический метод	ethnographic analysis / ethnography	набор методологических и интерпретативных процедур, предполагающих вовлечение исследователя в социальную жизнь, которую он изучает.

ГЛОССАРИЙ

Русский термин	Английский термин	Дефиниция
Этнометодология	ethnomethodology	описательная дисциплина, нацеленная на изучение методов, используемых в ежедневной жизни, через посредство которых вырабатывается социальный порядок.

АЛФАВИТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ

А

анкетирование 48, 61, 62, 161, 163, 195
ассоциативный эксперимент 57, 90, 91, 155, 158, 166

В

виды коммуникативной деятельности 41, 114
включенное наблюдение 35, 36, 48, 56, 128, 206
вопрос закрытого типа 58, 59, 206
вопрос открытого типа 59, 206
вопрос «полузакрытого» типа 59, 206
выборка 5, 28–32, 37, 55, 58, 74, 159, 206, 207
выборочное наблюдение 36

Д

дефиниционный анализ 88, 138, 156
дискурс-анализ 5, 15, 104–106, 109–112, 116–120, 138, 148, 153, 158, 191, 207
дневник наблюдения 36, 48, 53
доступная выборка 30, 207

И

импликатура 114, 149, 207
интеракционный акт 111
интервью 18, 43, 57, 61–68, 97, 118, 128, 132, 166, 167, 195, 208, 212–215
интервью в фокусных группах 62, 65, 68
интерпретивизм 5, 11–15, 17, 19, 164, 208
интертекстуальность 82, 104, 116, 208
интертекстуальный анализ 158
инференция 49, 75, 114, 203, 208
«исправление ошибок» в коммуникации 120

К

категории дискурс-анализа 111, 112
качественные методы 5, 11, 15, 17–23, 28, 31, 32, 52, 156, 164, 215

квазиэксперимент 54, 55, 208
 квоты выборки 29, 30
 кейс-метод 5, 42-46, 170, 209
 классификатор контент-анализа 69, 73
 кластерная выборка 29
 когезия 112, 115
 когеренция 105, 112, 115, 127
 кодирование 38, 39, 58, 59, 65, 69, 72, 74, 80, 81, 86, 96, 109, 159, 183, 209, 215
 количественные методы 5, 11, 15, 17-23, 28, 33, 69, 70, 164, 209, 210, 212, 215
 коммуникативная инициатива 63, 115-118, 149, 191-194
 коммуникативная стратегия 116, 209
 коммуникативный акт 111, 209
 коммуникативный обмен 115, 129
 коммуникативный ход 111, 193, 194, 210
 коммутационный тест 82
 конверсационный анализ 5, 118-125, 210
 конструкционизм 13-17, 92, 119, 125, 210
 контекст общения 113
 контекстуальный / контекстологический анализ 138, 158
 контент-анализ 5, 18, 19, 25, 65, 68-75, 128, 183, 185, 210
 концептологический анализ 5, 87, 91, 210
 координация 127, 128, 137
 критерии научности 9, 206-209, 216
 критический дискурс-анализ 15, 105
 критический реализм 15
 культ карго 8, 181, 211
 культурное значение 5, 138-144, 146, 155, 200, 211
 культурный скрипт 111

Л

лабораторное / экспериментальное наблюдение 34, 36
 лабораторный эксперимент 54, 55, 210
 логика смыслообразования 146, 147, 200

М

макроконтекст интеракции 109, 148
 мена коммуникативных ролей 105, 111-118, 193, 211
 метод 5, 7-10, 13-24, 28-33, 36, 40-48, 52, 53, 55-58, 62-65, 67-72, 74-78, 87-89, 91-98, 102-106, 117-128, 131-133, 138, 148, 155-160, 164-168, 170, 195-199, 207-217
 методология 7-11, 20-23, 26, 35, 47-49, 72, 79, 119, 125, 170, 211-213, 217

модель 9, 12, 17, 23, 45–48, 65, 67, 79, 90–96, 100, 103, 112, 116, 118, 119, 123, 124, 126, 127–129, 132–136, 145, 156, 158, 191, 202, 212
 модель Клукхона и Стробека 134
 модель Хофстеде 133
 модус общения 114

Н

наблюдение 5, 9, 11, 15, 18, 19, 26, 33–43, 48–52, 55–57, 62, 97, 128, 129, 132, 156, 161, 197, 206, 208, 211–213, 215
 нарратив 14, 44, 48, 87, 92–104, 120, 126, 156, 167–169, 196, 211
 нарративный анализ 5, 44, 92, 94, 96–98, 100–104, 128, 170, 195–197, 211
 невключенное наблюдение 35, 36, 56, 128, 211
 непосредственное наблюдение 34
 неструктурированное наблюдение 36, 212
 неструктурированное интервью 62, 64, 97, 211
 неструктурированный опрос 57
 нотационная система 107, 117

О

описательный / дескриптивно-аналитический метод 156, 212
 опосредованное наблюдение 34
 опрос 5, 18, 25–27, 29, 57–63, 65, 67, 132, 134, 159–162, 166, 169, 171, 195, 208, 215

П

парадигма 9, 10, 17, 21–23, 46, 81, 95, 115, 145, 2120
 парадигматические отношения 81
 парадигматический анализ 81
 параметр 12, 25, 31–36, 44, 53, 56, 58, 65, 70–76, 98, 99, 104, 105, 112, 116, 120, 132–135, 138, 146, 154, 155, 158, 200, 211
 параметрическая модель 132, 133, 136
 параметры дискурс-анализа 112, 116, 158
 параметры Хофстеде 133, 134
 позитивизм 5, 11–15, 17, 164, 167, 213
 полевое наблюдение 36, 50
 полевой эксперимент 54, 213
 полуструктурированное интервью 62–64, 97, 195, 213
 предпочитаемые/непредпочитаемые коммуникативные действия 121
 пресуппозиция 14, 96, 111, 113, 115, 124, 125, 145, 147, 155, 158, 201, 203, 213
 прием 9, 10, 15, 22, 23, 48, 69, 76, 77, 89, 148, 149, 170, 211, 214
 простая случайная выборка 28
 простое наблюдение 57, 213
 протокол контент-анализа 69, 73

Р

- регистр общения 114
- регистрационная карточка 69, 72, 73, 183, 185
- регулируемое наблюдение 33, 213
- реплика 108, 110, 111, 120–123, 152, 188, 192
- репликовый шаг 111, 120, 211
- ретрансляция смыслов 148, 153, 154
- референция 113, 114, 158, 2131
- речевая ситуация 95, 110, 2131
- речевой акт 110, 111, 114, 209, 214
- риторический анализ 5, 76, 78, 214
- риторический канон 76
- руководство к кодированию 69, 72, 159, 183, 214

С

- семиозис 79, 81, 82, 87, 214
- семиотический анализ 5, 78, 79, 83, 86, 87, 214
- символический интеракционизм 13, 125
- синтагматические отношения 81
- синтагматический анализ 82
- систематическая выборка 28
- скрипт / сценарий 115, 214
- скрытое наблюдение 35, 38
- смежные пары 121
- смешанные методы 5, 15, 21–23, 164
- сопоставительный метод 138, 156
- сплошная выборка 28
- сплошное наблюдение 36
- статистическая выборка 28, 30
- стратифицированная выборка 28
- структурированное интервью 18, 62–64, 215
- структурированное наблюдение 18, 36, 56, 2153
- структурированный опрос 57

Т

- тема говорящего 114
- тема дискурса 114
- теоретическая выборка 30, 31
- теория координированного управления смыслами 5, 125, 126, 131
- техника «снежного кома» 27, 30
- типологический анализ культурных значений 139
- точка бифуркации 130
- трансформационный анализ 157
- триангуляция 22, 23, 43, 164, 215

У

участники общения 25, 34, 111, 112

Ф

фальсифицируемость 9, 215

форма коммуникации 25, 93, 113, 114, 130

Ц

целенаправленная выборка 30

Э

эксперимент 5, 8, 9, 18, 33, 42, 53–57, 89–91, 128, 158, 161, 166, 168, 208, 210–216

экспликатура 114, 149, 216

этимологический анализ 88, 156

этнографический метод 5, 46–48, 50, 52, 216

этнометодология 48, 118, 119, 125, 217

этноцентристские подходы в науке 137

Я

явное наблюдение 35, 40

Ольга Аркадьевна Леонтович

МЕТОДЫ КОММУНИКАТИВНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ООО «ИТДГК «Гнозис»»

Бумага офсетная № 1. Формат 70 x 100/16

Гарнитура «Петербург». Печать офсетная. Усл. печ. л. 18,06.

Тираж 1000 экз.

Заказ № 5262

Отпечатано в ОАО «Знак Почета»

«Смоленская областная типография им. В. И. Смирнова»

214000, г. Смоленск, проспект им. Ю. Гагарина, 2

Тел. (84812) 38-46-20.

