В.М. Хруль, кандидат филологических наук, старший научный сотрудник факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; amen@mail.ru

СОЗНАНИЕ АУДИТОРИИ СМИ КАК ПРЕДМЕТ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ: ВОЗРОЖДЕНИЕ «ГРУШИНСКОГО ПРОЕКТА»

Рассматривая методологические и методические аспекты изучения сознания аудитории СМИ, автор обращает внимание на необходимость междисциплинарного и проблемного подхода к его исследованию. Возрождение «Грушинского проекта», связанного с анализом текстов массового сознания, представляется автору своевременным и эвристически богатым примером междисциплинарного подхода к изучению сознания аудитории массмедиа.

Ключевые слова: *сознание аудитории СМИ, тексты самовыражения массы, междисциплинарный подход, Грушин.*

Author analyzes methodological aspects of media audience consciousness research and draws attention to interdisciplinary approach in this field, known as "Grushin project". The proposed method of the audience research by analyzing self-expression texts has been already proved in several surveys and brought valid results.

Key words: *audience consciousness, self-expression texts, interdisciplinary approach, Grushin.*

Процессы, происходящие внутри социальных общностей, которые в моделях однонаправленной коммуникации прежде были известны как «аудитория СМИ» [см. Rosen, 2006], привлекают все бóльший интерес исследователей. Помимо, собственно, любопытства ученых к повышенной динамике объекта, у этого интереса есть еще и видимый прагматический (если не сказать «коммерческий») заказ со стороны топ-менеджеров самих СМИ, которые, даже вооружившись данными медиаметрии, далеко не всегда в состоянии понять, что же происходит с их аудиторией.

Уже описанные в литературе фрагментация аудитории [Реснянская, Фомичева, 1999], смещение акцентов в борьбе за ресурсы аудитории со стороны СМИ [Вартанова, 2009], сдвиг в предпочтениях читателей, слушателей и зрителей в связи с изменениями структуры медиасистемы [Anikina, 2008, 2009], возможности участия в деятельности СМИ в различных формах [Фомичева, 2002], а также психологические и семантические сдвиги в восприятии текстов говорят о многообразии и сложности аудитории.

Среди исследователей все чаще встречается мнение о том, что только разные дисциплинарные перспективы анализа сознания

аудитории СМИ — причем согласованные стратегически и тактически — могут «ловить» и освещать его, как прожекторы «ловят» в перекрестье лучей аэроплан в ночном небе.

Междисциплинарный, полидисциплинарный, трансдисциплинарный, постдисциплинарный?

Если сосредоточиться на сути дела — максимально возможной многоаспектности и разносторонности рассмотрения, то терминологический вопрос о том, как именно называть такие исследования — комплексными, междисциплинарными, полидисциплинарными, трансдисциплинарными, системными или еще как-то иначе — не представляется принципиально важным.

С нашей точки зрения, в динамическом научном поле, осваивающем быстро меняющуюся реальность, вполне пригодны обычные термины и определения, если только они позволяют адекватно и понятно для сообщества описать проблему и объяснить ее.

И тем не менее вопроса о первой части слова «*х*-дисциплинарный» придется коснуться, поскольку он позволяет нам поговорить о вещах, принципиально важных для различения канонической дисциплинарности и проблемного подхода, который, собственно, и ломает перегородки дисциплин, порождает кентавры вроде «биохимии» или «социолингвистики», которые впоследствии структурируются, обозначают и охватывают свою предметно-объектную область и уже претендуют на то, чтобы застыть в виде полновесной новой канонической дисциплины.

Указанные выше понятия, по нашим наблюдениям, чаще всего употребляются в литературе синонимически или с небольшими и несущественными различениями. Авторы сходятся в том, что «ограниченные возможности монодисциплинарного описания и изучения заставляют ученых обращаться к методологическим и методическим принципам, позволяющим схватывать структурную сложность и многомерность»[1]. К сожалению, широкая распространенность терминов «междисциплинарность», «полидисциплинарность», «комплексность» пока не привела к единству в их понимании и интерпретации.

Предполагая соединение возможностей различных научных дисциплин в рамках одного исследовательского процесса, полидисциплинарность и междисциплинарность разнятся тем, что полидисциплинарность означает параллельное сосуществование дисциплин, когда объект, целостный по своей природе, разделяется

[1] *Иванова А. А., Калуцков В. Н.* Концепция культурного ландшафта в исследовании и репрезентации фольклора. Режим доступа: http://folk.pomorsu.ru/index.php?page=opensource/34

на отдельные подсистемы или элементы, каждый из которых описывается и интерпретируется с позиции определенной науки. К примеру, аудиторию СМИ изучают статистика, социология, психология, филология, политология и др. Сумма полученных сведений об объекте в силу разности несопряженных методологических и методических установок может привести к искаженному представлению об объекте и, соответственно, искаженным интерпретациям.

Междисциплинарность же предполагает исследование объекта целостным и нерасчлененным при системном взаимодействии дисциплин на уровне объекта и предмета исследования, методологии и научного языка.

Дабы не углубляться в дальнейший разбор взглядов на различение полидисциплинарного, междисциплинарного, трансдисциплинарного подходов (а к ним еще можно было бы добавить весьма распространенные в русскоязычной гуманитарной традиции комплексный и системный подходы), для целей данной статьи представляется возможным во избежание неопределенности разделить позицию Е. Н. Князевой: «“Междисциплинарность” означает, прежде всего, кооперацию различных научных областей, циркуляцию общих понятий для понимания некоторого явления. “Полидисциплинарность” является характеристикой такого исследования, когда какой-либо феномен или объект (планета Земля, человек и т.д.) изучается одновременно и с разных сторон несколькими научными дисциплинами. “Трансдисциплинарность” характеризует такие исследования, которые проходят “через”, “сквозь” дисциплинарные границы, выходят “за пределы” конкретных дисциплин... Разводя эти понятия, целесообразнее говорить о полидисциплинарных исследовательских полях, междисциплинарных исследованиях и трансдисциплинарных стратегиях исследования»[2].

В последнее время бурно развиваются междисциплинарные исследования в области медиасоциологии, медиакритики, медиаэкологии и др. Пример медиаэкологии весьма показателен с точки зрения попытки описания проблем медиасреды с помощью экологического понятийного аппарата [см. подробнее Dobrosklonskaya, 2004].

В этом контексте особенно важно отметить необходимость стремления к синтезу познавательных средств, заимствованных из разных дисциплин, для которого необходимы определенные условия.

Одним из важнейших условий, на наш взгляд, является проблемный подход, который принципиально противостоит подходу дисциплинарному. Рассмотрим конспективно (и неизбежно упрощенно) некоторые наиболее важные точки их противостояния.

---

[2] *Князева Е.Н.* Научись учиться // Мост. 2001. № 45. С. 38.

Во-первых, *исходная исследовательская посылка*.

В рамках дисциплинарного подхода довольно много работ создается с позиций «сторожевой башни», когда исследователь, крепко стоя на фундаменте своей дисциплины, исследует все, что попадает в поле его зрения, на основе своей аксиоматики и методологической базы. В этом смысле «примат дисциплины» приводит к игнорированию ряда проблемных задач, решение которых невозможно в условиях монодисциплинарного подхода. Эту позицию можно описать старой английской пословицей «мой дом — моя крепость».

Проблемный подход, напротив, изначально предполагает открытость к любому объекту изучения и привлекает «дисциплинарность» по необходимости и в той мере, в какой этого требует предмет анализа или его вычленение из объекта. Исходная посылка — «дайте мне проблему, и я буду ее решать, невзирая на дисциплинарные рамки».

Во-вторых, *методологическая стратегия*.

Дисциплинарный подход подразумевает использование устоявшихся, многократно апробированных и подтвердивших свою надежность методов и проявляет консерватизм к методологическим инновациям, особенно если они носят пограничный характер или импортированы из другой дисциплины.

Проблемный подход открыт для использования эффективного методологического аппарата из арсенала любой дисциплины, стремясь при этом по возможности не только к рядоположенному поочередному применению методов, но и к синтезу нового метода на основе предыдущих (ниже мы постараемся это показать на примере «Грушинского проекта»).

В-третьих, *научное планирование*.

В рамках дисциплинарного подхода задачи маркируются как «наши» и «не наши», причем последние заведомо отбраковываются при создании планов научной деятельности. С одной стороны, это приводит к соблюдению ролей и функций в сложившемся разделении научного труда, а с другой — «цементирует» границы и препятствует междисциплинарному взаимодействию.

Проблемный подход, напротив, побуждает исследователей максимально широко «закидывать сети» в предметно-объектную область (понимаемую обычно в расширительном смысле) в поисках наиболее актуальных точек интеллектуальной напряженности (которые в последнее время все чаще называют «вызовами» науке) и строить планы на будущее, закладывая изначально гибкую возможность перестроиться «на лету» и, в зависимости от динамики задачи, пересмотреть профиль и удельный вес разных дисциплин для ее решения.

Представляется, что вышеизложенное дает основания предположить, что противостояние «*дисциплинарность*» *vs* «*проблемность*»

гораздо важнее оппозиции «*дисциплинарность*» *vs* «*меж*(*поли-, транс-*) *дисциплинарность*».

Проблемный подход кажется нам наиболее продуктивным в тех случаях, когда предмет исследования, очевидно, расположен на пограничье разных дисциплин и его понимание невозможно путем простого сложения дисциплинарных «пониманий». Вне зависимости от того, удастся это или нет, проблемный подход стремится к методологическому синтезу. Иными словами — это «“совместное предприятие”, основанное прежде всего на альянсе теоретических капиталов и включающее “контур методологической и метатеоретической рефлексии”» [Фурс, 2000, с. 128].

Если рассматривать процесс стадиально, то методологический синтез проблемного подхода свидетельствует о возможности перехода в «постдисциплинарную» стадию развития науки, при том, что сплошь и рядом мы имеем возможность наблюдать случаи твердой и незыблемой «дисциплинарности».

Существенная черта «постдисциплинарности» — стремление к целостному, холистическому восприятию предмета. «Именно холистическая тенденция определяет характер науки будущего, где, судя по всему, будет усиливаться интеграция научных дисциплин», — отмечает Е.Н. Князева[3].

Проблему сознания аудитории СМИ, используя выражение известного психолога Л.С. Выготского, можно назвать «актуальным будущим полем» теории и социологии коммуникации [Выготский, 1984, с. 48]. Кажется очевидным, что ее решение невозможно без междисциплинарного подхода и стремления к методологическому синтезу.

Сознание аудитории: дисциплины, проблемы и методы

Представляется уместным кратко описать современный научный «ландшафт» добычи знания об аудитории СМИ.

Предварительно отметим, что, помимо исследователей, эти знания нужны: а) самим СМИ (для анализа собственной аудитории, сравнения с другими, в том числе — с конкурентами, построения стратегий будущего развития), б) рекламным агентствам и рекламодателям для решения маркетинговых задач и в) властным структурам для принятия адекватных решений, что позволяет предположить, что и властная потребность, и социальный запрос, и коммерческая заинтересованность в подобных исследованиях могут быть разумным образом сбалансированы.

[3] *Князева Е.Н.* Научись учиться // Мост. 2001. № 44. С. 52.

Статистика, не занимаясь сознанием аудитории впрямую, дает обширнейший материал для других наук, фиксируя и анализируя факты, связанные с составом, демографическими характеристиками, количественными показателями аудитории. Она представляет собой необходимую базу для оценки репрезентативности социологических исследований и позволяет социологам, социальным психологам, политологам, антропологам, философам и представителям других дисциплин соотносить факты с мнениями и установками, обнаруживая при этом необходимые для описания и объяснения корреляции.

Медиаметрия, методический арсенал которой расположен на стыке статистики и социологии, занята фиксацией и анализом действительных и потенциальных актов контакта аудитории с информационной продукцией, применяя при этом вероятностные методы [подробнее см.: Фомичева, 2004].

Социология и социальная психология занимаются сознанием аудитории как социальной общности, при этом, условно говоря, по-разному расставляя акценты: социологи — на характеристиках общности, психологи — на характеристиках массового сознания в его соотношении с групповым и индивидуальным [Жаворонков, 2006; Андреева, 2010].

Кроме того, этим же предметом в той или иной степени интересуются философия, этика, политология, футурология и другие науки — но уже не как сознанием аудитории СМИ, а, скорее, как совокупным сознанием некоторой общности, взаимодействие которой со СМИ остается вторичным.

Исследовательская парадигма, связанная с традиционными исследованиями с использованием преимущественно количественных методов массовых опросов, не является единственно возможной при изучении массового сознания и отдельных его сегментов, или «полей».

Отдавая должное традиционным, испытанным и доминирующим способам получения знания об аудитории, профессор Б.А. Грушин в середине и конце 1980-х гг. во время работы семинара на факультете журналистики МГУ искал «мягкие» методы исследования, прежде всего, методы анализа текстов, которые производит масса (так называемые «автотексты» массы). Он, в частности, писал: «Анализ текстов позволит ответить на вопрос о массовом сознании гораздо более полным и надежным образом, нежели это удается сделать с помощью традиционных опросов общественного мнения» [Открывая Грушина, 2010, с. 75].

Путь к построению этой гипотезы был непростым. Сначала участники семинара пытались зафиксировать и понять специфику

массовой информации как особого типа социальной информации, исследуя ее язык, функции и способы моделирования действительности. Обратившись к эмпирически фиксируемым модусам существования массового сознания (прежде всего — текстам), участники семинара под руководством Грушина опробовали разработанные им процедуры и техники анализа текстов, что привело к созданию метода МАТЕМС — многомерного анализа текстов массового сознания [подробнее см.: Хруль, 2010]. Это как раз был плод междисциплинарного (или, точнее, проблемного) подхода к изучению сознания аудитории СМИ.

После тщательного изучения традиционных методов анализа текстов (контент-анализа, семантического анализа, структуралистских методов, связанных с именами Леви-Стросса, Проппа, Лотмана и др.) было произведено частичное заимствование некоторых приемов, однако все более очевидной становилась необходимость конструирования собственного метода, используя элементы традиционных.

Б.А. Грушин со всей строгостью предостерегал от опасности излишней экстраполяции результатов. Вот что сохранилось в семинарских конспектах: «Существует опасность принять то или иное свойство (феномен, который обладает характеристиками, присутствующими во всех типах сознания) за свойство массового сознания, хотя в действительности оно может быть свойством и массового и группового и попасть в массу в результате пересечения групповых проблем, или вообще характеристикой, общей для человеческого сознания. И даже если нам удастся найти специфические свойства, все равно, мы не сможем сказать, новые ли они, т.е. возникли ли они в сфере МС или представляют собой какие-либо модусы иных форм существования сознания».

После решения отбросить функциональный анализ как преимущественно экстратекстовый, МАТЕМС был построен на основе феноменологического, морфологического, семантического и синтаксического методов, причем с фокусировкой на содержательных, формальных и структурно-логических свойствах массового сознания. Метод предполагает соблюдение трех требований: а) поэтапность применения (несколько последовательных прогонов); б) дифференцированность по отношению к разным текстам и в) комплексность [подробнее об этом: Хруль, 2011].

Наиболее соблазнительными для исследования массового сознания при прочих равных условиях представляются, на наш взгляд, автотексты массы, поскольку они, как правило, являются ее спонтанным «самовыражением» и поэтому несут в себе не подвергшиеся внешнему воздействию содержательные и иные характеристики, анализ которых может быть наиболее плодотворным.

Результаты из прошлого и настоящего

МАТЕМС как метод, синтезированный на основании методов разных дисциплин, уже более 20 лет назад позволил сделать ряд интересных выводов по поводу массового сознания. Далее мы будем цитировать дипломные сочинения участников семинара, которые, к сожалению, до сих пор еще не опубликованы.

В частности, на основе анализа текстов Д.В. Варламов в дипломной работе «О деятельностном подходе в анализе потребностей и интересов масс» (1987) пришел к выводу о том, что в моделировании действительности массовым сознанием процессы обнаружения и выявления причинно-следственных связей гораздо менее заметны, чем процессы их называния, декларирования: «Обнаружение связей, возможное только в процессе целесообразной деятельности, подменяется декларированием таких связей, и этого оказывается достаточным. Связи установлены, следовательно, действительность освоена». Исходя из полученных результатов автор полагает, что «антропоморфизм массового сознания является высшим проявлением эффекта установления связей по аналогии с выявленными, со связями, которыми индивид уже владеет».

Д.В. Варламов пишет также о прагматичности массового сознания, его тяготении к программам целесообразной деятельности при минимизации усилий. «Массовое сознание в освоении действительности пользуется приемом “креации”, т.е. наполнением любых форм собственным содержанием, исходя именно из цели своей деятельности. Говоря иначе — в зависимости от того, какой результат оно ожидает получить в итоге этой деятельности. Понимание текста, таким образом, зависит от тех целей, которые индивид преследует, этот текст дешифруя», — отмечает автор диплома.

Работа Т.А. Самусевой «Проблемы изучения сознания аудитории СМИП (Опыт морфологического анализа текстов)» (1986) интересна выводами о том, что массовое сознание «весьма редко прибегает к аргументации» и склонно к «логическим предписаниям», которые представлены в виде постановки целей деятельности, призывов к осуществлению деятельности, сформулированных правил деятельности и норм.

Автор настаивает на том, что для текстов массового сознания «характерны описательные конструкции», в то время как аналитические конструкции встречаются крайне редко.

Исследованию феномена «акаузальности» сознания аудитории СМИ посвятил свою дипломную работу «Загадки как форма существования массового сознания» А.А. Орлов (1986). В качестве характеристик акаузальности автор называет «расслоение причин и следствий» и «чувственное основание большинства используемых субъектом ассоциаций». «Опыт нашего семантического анализа

показал, что акаузальное моделирование не является, например, характерным для группового сознания, так как последнее зиждется, как на «платформе», на групповых нормах, в свою очередь пронизанных каузальностью. Эти нормы и предотвращают акаузальный сбой», — пишет А.А. Орлов.

По его мнению, «группа и масса представляют, таким образом, как бы два маточных раствора, которые до известной степени преформируют образование того или иного кристалла (текста с каузальной или акаузальной системой осей)».

Автор работы полагает, что так называемые «логические противоречия» массового сознания следует рассматривать скорее в сфере семантического анализа, нежели логического.

В настоящее время, после возрождения на факультете журналистики МГУ Грушинского семинара, МАТЕМС используется для анализа особенностей самовыражения массового сознания в смысловых полях «блогосферы» и исследования феномена постсоветской «ностальгии» [Аникина, Хруль, 2010, 2011].

После анализа автотекстов массы была предпринята реконструкция сегмента исторической памяти, связанной с эпохой Брежнева, и сделан вывод о сопоставимости результатов МАТЕМС с результатами массовых опросов.

В частности, и в текстах, и в опросах зафиксирован высокий ранг упоминания «положительных чувств, позитивных эмоций» в связи с эпохой Брежнева и «серединная» рейтинговая позиция «отрицательных чувств, негативных эмоций» в отношении 1970—1980 гг. Одинаковая рейтинговая позиция оказалась у «отрицательных чувств и негативных оценок», свойственных исторической памяти, и низкие ранги воспоминаний наших современников о Советском Союзе как «сильной, великой державе», о «сильных колхозах, низких ценах, качественных товарах». Об этих реалиях вспомнили немногие, как в ходе традиционного массового опроса, так и в текстах относительно брежневских времен в сети Интернет.

В главном принципиальных расхождений результатов МАТЕМС с результатами массовых опросов выявлено не было, а значит, обе методики пригодны для изучения особенностей исторической памяти, массового сознания. С определенными оговорками можно делать вывод о сопоставимости результатов исследований с обнаруженными преимуществами каждого из методов для решения определенных задач.

В этом смысле разработанный профессором Б.А. Грушиным метод анализа текстов массового сознания как плод междисциплинарного подхода к изучению сознания аудитории СМИ является вполне современным и эвристически богатым инструментом.

Список литературы

Андреева Г.М. Социальная психология. М., 2010.

Аникина М.Е, Хруль В.М. Воспоминания об «эпохе Брежнева» в опросах общественного мнения и автотекстах массового сознания // Медиаскоп. 2010. № 3.

Аникина М.Е., Хруль В.М. Семейные ценности в сознании участников интернет-коммуникации. Опыт исследования текстов самовыражения массы // Медиаскоп. 2011. № 3.

Вартанова Е.Л. О необходимости развития инновационных подходов в исследованиях массовых коммуникаций // Меди@льманах. 2009. № 1.

Вартанова Е.Л. От человека социального к человеку медийному // От книги до Интернета: десять лет спустя. М., 2009.

Выготский Л.С. Собр. соч.: В 6 т. Т. 6. М.: Педагогика, 1984.

Жаворонков А.В. Российское общество: потребление, коммуникация и принятие решений. М., 2006.

Открывая Грушина / Ред.-сост. М.Е. Аникина, В.М. Хруль. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010.

Реснянская Л.Л., Фомичева И.Д. Газета для всей России. М., 1999.

Фомичева И.Д. СМИ как партиципарные коммуникации. М., 2002.

Фомичева И.Д. Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию. М., 2004.

Фурс В.Н. Глобализация жизненного мира в свете социальной теории (К постановке проблемы) // Общественные науки и современность. 2000. № 6.

Хруль В.М. Религиозное сознание аудитории СМИ: тексты самовыражения массы как объект анализа // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2011. № 1.

Хруль В.М. Религиозный этос как фактор регулирования журналистской деятельности: теоретические предпосылки и практические препятствия // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 5.

Anikina M. Young and Distrustful: Modern Russian Readers // World of Media: Yearbook of Russian Media and Journalism Studies / Vartanova E. (eds.). Moscow, 2009.

Anikina M. Youth audience in Russia: between new and traditional media // Russian media 2007: Convergence and Competition / Vartanova E., Nieminen H. & Salminen M.-M. (eds.). Communication Research Centre, University of Helsinki, Finland, 2008.

Dobrosklonskaya T. Media ecology as an effective means of public regulation of the media content // Shaping tomorrow's media systems / Vartanova E., Zassursky Y. (eds.). Moscow. 2004.

Rosen J. The People Formerly Known as the Audience. PressThink. 2010.

Russian Media and Journalism Studies. Moscow, 2009.

Поступила в редакцию
28.02.2011