

Галина Мельник*

Политический анализ медийного текста

СОДЕРЖАНИЕ

Статья посвящена анализу совокупности различных научных методик, с помощью которых исследуются конкретные медийные тексты, отражающие политическую сферу. Методы анализа политики носят общий характер и универсальный характер и представляют собой набор принципов и подходов, обеспечивающих оценку, прогнозирование и мониторинг последствий политических решений. Автор рассматривает различные типы анализа, в частности, ситуационный, дискурсивный, контент-анализ, интент-анализ, а также определяет функции политического анализа, формулирует проблему политического анализа текста СМИ. Медиа рассматриваются как независимые субъекты политического анализа.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: медиатекст, политическая сфера, политический анализ, методы, дискурс, журналист

Понятие «политический анализ» имеет несколько трактовок:

1) совокупность различных научных методик, с помощью которых исследуются конкретные политические события и ситуации (теоретический *фундаментальный* анализ); измерение политического анализа (ФПА) охватывает базовые концептуальные исследования политической сферы, ее структуры и динамики¹;

2) ориентированное на клиента аналитическое заключение, полезное для общественных решений (прикладной анализ; *инструментально-эмпирический*). Исследователи Д. Веймер и Вайнинг дают более строгое определение политического анализа – по их мнению, это «ориентированный на клиента совет, относящийся к сфере публичных решений и определяемый социальными ценностями»². Именно такой вид анализа характерен для журналистских произведений; он широко представлен в партийной прессе, а также в изданиях, радио и телепередачах общественно-политической направленности. Политическая ангажированность СМИ не всегда очевидна, однако при внимательном рассмотрении в изданиях общего типа всегда можно вычлениить элементы политического анализа.

* prof. dr hab.; Wydział Dziennikarstwa, Sankt-Petersburski Państwowy Uniwersytet, Rosja.

¹ Истон Д., *Анализ политической структуры*, Москва, 1990; Даль Р., *Современный политический анализ*. Москва, 2003.

² Weimer D., *Fining A. Policy Analysis: Concepts and Practice*. Englewood Cliffs, 1992. P. 4.

3) *практически-прикладной анализ*. «Прикладник» строит рабочую модель уникальной в своем роде проблемной ситуации, заимствуя для этого концептуальные знания у первого и фактическую информацию у второго³.

Методы политического анализа имеют общий и универсальный характер и представляют собой совокупность подходов и принципов, обеспечивающих оценку, прогнозирование и мониторинг последствий принимаемых политических решений.

Различают дескриптивный и перспективный политический анализ. *Дескриптивный* анализ определяет возможные результаты альтернативных политических решений; при этом он разделяется на *ретроспективный* (исследования уже осуществленных решений) и *оценочный* (оценка текущих решений по мере их реализации). Перспективный анализ предполагает оценку возможных последствий политических альтернатив и может быть разделен на *прогностический* (возможные результаты принятия политических решений в будущем) и *рекомендательный* (рекомендация принять то или иное решение)⁴.

Субъектами политического анализа выступают в первую очередь эксперты, специалисты, обладающие знаниями из сферы политики и «способные применять их для решения конкретных задач». Такие эксперты есть в аналитических подразделениях органов власти всех уровней, научно-исследовательских структурах, независимых центрах (Центр политической конъюнктуры России; The Seven Revolutions Project – Проект «Семь Революций» определяет и анализирует проблемы, с которыми столкнутся лидеры в 2025 г.; «Международные советники» (International Councillors и многие другие зарубежные центры), группа лидеров международного бизнеса (председатель Генри Киссинджер) собирается раз в полгода, чтобы обсудить значение изменений в экономическом и стратегическом пространстве; The Cato Institution – либеральный мозговой центр; центр Карнеги плодотворно сочетает в своей работе научный потенциал московских исследователей с профессиональным опытом и знаниями сотрудников Российско-Евразийской программы Фонда Карнеги в Вашингтоне и др.

СМИ также могут также выступать как самостоятельные субъекты политического анализа, поставщики и производители аналитических политических текстов⁵. В зависимости от объекта анализа выделяют общий и фрагментарный ситуационный анализ. Общий анализ предполагает комплексную оценку состояния всей политической системы. При этом

³ Дегтярев А.А., *Политический анализ как прикладная дисциплина: предметное поле и направления разработки* // http://www.politanaliz.ru/articles_153.html.

⁴ Морозова В.Н., *Методы политического анализа: учеб. пособие*. Воронеж, ВогУ, 2007. С.4.

⁵ *Проблематика периодической печати: учеб. пособие* / под ред. Г.С. Вычуба и Т.И. Фроловой. Москва.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2008. 112 с.

используют два подхода. Вертикальный, или институциональный, подход предполагает разделение политической системы на отдельные институты, выявление текущего состояния каждого из них, а затем и системы их взаимодействий. Горизонтальный подход заключается в выделении из политической системы неинституционализированных объединений, которые выступают в политическом процессе как единые акторы. В этом случае объектом анализа являются сплоченные политические группировки, состоящие из лиц, входящих в различные институты власти.

Помимо общего проводится фрагментарный анализ, то есть анализ какой-либо части политической ситуации. Как и общий анализ, он может быть вертикальным (в качестве объекта выступает какой-либо политический институт) и горизонтальным (необходим для решения конкретной, локальной задачи)⁶.

В аналитических центрах аккумулируются следующие виды информации:

- текущая справочная информация по всем внутренним и внешним субъектам и объектам сферы интересов (хронология, даты и сроки; экономика, финансы, экология, социальная сфера, организации и персоналии, транспорт, связь, расписания, цены, тарифы и т.п.);

- фундаментальная справочная информация в сфере внутренних и внешних интересов (структурная, технологическая, организационная, географическая, экономическая, демографическая, историческая, культурологическая, политическая, правовая, о средствах массовой информации, о влиятельных персонах, о ключевых проблемах, о предпочтениях населения, о конфликтных фоне и потенциале и др.);

- оценочная информация о состоянии и развитии государства и его административно-территориальных образований с учетом внешней среды (обобщенная и по сферам деятельности, по территориям, кадровому составу и функциям, по технологии и финансам, по нормативным и директивным документам, текущая и прогнозная, по организациям и влиятельным политическим фигурам и т.д.);

- многовариантная информация о легальных и недобросовестных схемах ведения бизнеса; управления финансовыми ресурсами и обязательствами; адаптации к таможенным и фискальным нормам, правилам и действиям; варианты действий по защите национальных интересов в сфере бизнеса;

- оперативные доклады ведомств, подразделений, служб и должностных лиц о состоянии объектов управления, событиях и процессах в соответствии с разделением компетенции;

- доклады о контроле хода и результатах выполнения программ, планов, решений, распоряжений и т.п.;

⁶ Морозова В. Н. Указ. соч. С. 21.

- доклады о выявленных опасностях, угрозах, негативных процессах, тенденциях и проблемных ситуациях;
- доклады о симптомах неявных (предполагаемых) проблемных ситуаций;
- картографическая информация с различными слоями (земля, демография, населенные пункты, предприятия, дороги, коммуникации, технические сети и т.д.).

Основное назначение аналитических центров – обеспечение эффективной консолидации, целенаправленного использования и развития организационных возможностей государства, общества и личности на основе широкого применения новейших информационно-аналитических методов и технологий как для оперативного и стратегического управления крупными географическими объектами (страна, регион, область), так и для их организационного строительства и развития, включая как внешнюю и внутреннюю организационные среду.

Аналитические центры различаются по своим общим задачам, производимой продукции, источникам финансирования, составу и квалификации сотрудников. Основой для типологии аналитических центров может стать их профильная направленность, тематика их деятельности. Аналитические центры можно классифицировать:

1. *по видам деятельности (функциям):*
 - проводящие анализ, исследования
 - обучающие, организующие обсуждение проблем (проводят семинары, конференции, круглые столы, др.)
 - выполняющие медиаторские функции, защищающие общественные интересы и другие (многопрофильные);
2. *по сферам (направлениям) деятельности:*
 - занимающиеся политическими проблемами;
 - занимающиеся экономическими проблемами;
 - занимающиеся экологическими проблемами;
 - занимающиеся социальными проблемами;
 - занимающиеся правовыми проблемами;
 - другие (многопрофильные);
3. *по правовому статусу:*
 - общественные организации
 - непартийные, неправительственные, некоммерческие общественные организации (НКО);
 - общественные организации, учредителями которых являются властные структуры;
 - общественные организации, учредителями которых являются партийные структуры;
 - общественные организации, учредителями которых являются бизнес-структуры;

- образовательные учреждения;
- департаменты властных структур;
- коммерческие организации
- консалтинговые фирмы
- центры избирательных технологий.

4. *по степени независимости:*

- работающие на органы власти (федеральные, региональные, местные);
- работающие на политические партии;
- работающие на бизнес-структуры;
- независимые (их результатами могут пользоваться власти, бизнес, политические партии, НКО и др.)⁷.

На основе материалов СМИ человек может принимать решения о вступлении в политическую организацию, об участии в политической акции и т.д. Анализ СМИ используют и серьезные политические деятели, представители властных структур и т.д.

Главные задачи политического анализа в СМИ состоят в следующем:

Во-первых, автор публикации выясняет причины политических явлений, выносит им оценку, определяет возможные следствия, прогнозирует их развитие.

Во-вторых, устанавливает требования к различным политическим и социальным силам, действия которых должны быть направлены на изменение или поддержание исследуемой политической линии.

В-третьих, он указывает на обоснованные практические решения (программы, варианты, меры, шаги), которые могут укрепить ситуацию или изменить ее в лучшую сторону.

В-четвертых, автор публикации выясняет, что и кто может гарантировать выполнение эти решений.

В-пятых, он взвешивает все «за» и «против» будущих изменений, определяет, какую выгоду, пользу или вред они могут принести всему обществу⁸.

Используя методiku ситуационного анализа, журналист обрабатывает материал в три этапа:

- разработка сценария ситуации. Здесь выделяются ключевые проблемы, выявляются связи между ними, определяется круг вопросов для обсуждения экспертам, а также состав участников экспертного совещания;
- получение разнообразных мнений. Эксперты должны аргументировано ответить на персонально предложенный каждому из них вопрос.
- подготовка итогового текста.

⁷ Филиппов В.А., *Аналитические центры – стратегический интеллектуальный ресурс*. Москва.: ЛЕНАНД, 2007. 104 с.

⁸ Тертычный А.А., *Политический анализ в СМИ // Журналист*. 2007. ноябрь. С. 75.

Анализ политического текста является объективным способом получения разнообразной информации, например, об авторе. Автор – Текст – Адресат. Медiateкст рассматривается как продукт деятельности автора и объект деятельности читателя. «Автор сосредотачивает и запечатлевает в тексте свой жизненный опыт, идеи, которые он хочет выразить, сталкивает их с жизненным опытом реципиента. Смысл произведения рождается в акте рецепции, то есть восприятии, он исторически изменчив, зависит от эпохи, социокультурной обстановки общества и индивидуальности воспринимающего»⁹.

Наибольшей **информативностью** обладают психолингвистические подходы (семантические, синтаксические, морфологические и фонетические характеристики высказывания). Ни один индикатор **нельзя рассматривать в отрыве** от личности автора текста. Лингвистические параметры текста дают опосредованную информацию.

Изучение структуры публичного политического дискурса включает компоненты: 1) мотивацию создания политического сообщения; 2) психологию адресанта и адресата текста; 3) особенность канала доставки информации; 4) специфику устной/письменной формы речи; 5) психология наполнения политического текста фактами и аргументами; 6) этапы порождения и реализации текста; 7) этапы и психологию восприятия информации аудиторией; 8) результативность сообщения; 9) дискурсивный политический резонанс текста¹⁰.

Новым для изучения текстов СМИ является дискурсивный анализ массмедиа, позволяющий исследователям описывать и понимать процессы создания, обмена и дифференциации смыслов в пространстве политической коммуникации (например, что изображается в СМИ как нормальное, допустимое, приемлемое в политических отношениях, а что – нет, и какими контекстуальными связями это обусловлено), иерархизации репрезентаций (например, как и почему маркируются те или иные политические образы как более или менее привлекательные или как и в связи с чем определяется важность события) легитимации определенного опыта и политических практик (какие действия одобряются и как это осуществляется дискурсивно)¹¹.

⁹ Кожанова В.Ю., *Проблема рецепции медiateкста как фактор взаимодействия автора и читателя* // Гуманитарные исследования: Материалы Междунар. Интернет-конф. «Актуальные проблемы журналистиковедения, литературоведения, книговедения и смежных областей знания». Краснодар, 2010 / Краснодар: КСЭИ, Парабеллум, 2010. С. 64.

¹⁰ Клюев Ю.В., *Гипотезы публичного политического дискурса* // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. 9. 2010. Вып. 2. С. 196-203.

¹¹ Кожемякин В., *Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования* // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. №2 (73). 2010. Вып.11. С.13-2. URL.: //http://www.discourseanalysis.org/st20.html.

Новым направлением теории журналистики является изучение политического Интернет-текста, его гибридных форм, созданных с помощью интегрированных технологий; эффективности конкретных массовых сообщений¹². Продуцируемые новыми медиа медиатексты моделируют и интегрируют в едином смысловом пространстве различные разнородные компоненты: вербальные, визуальные, аудиовизуальные и другие¹³.

Политический медиатекст сочетает медийный и вербальный текст, в нем соединяются сложная природа языка (материала творчества), личностные языковые вкусы и пристрастия творца, интересы и возможности печатного издания, телевизионного канала, радиостанции¹⁴. Изучение политических медиатекстов – основа для формирования представления о том, как политическая реальность конструируется и репрезентируется в средствах массовой информации. С конца 1950-х гг. в политологии активно используется **контент-анализ** – метод числовой обработки, оценки и интерпретации формы и содержания информационного источника, метод исследования документальных источников, заключающийся в переводе текстовой информации в количественные показатели с ее последовательной статистической обработкой. Так, Г. Лассуэл систематически проводил контент-анализ зарубежной прессы для определения направленности пропаганды союзников и противников США, а также для анализа пропагандистских кампаний. В журналистике контент-анализ текстов используется для решения прикладных задач. Так, в исследовании Т. Г. Рябовой «Массмедиа мегаполиса в информационном взаимодействии с органами власти и горожанами (на примере Санкт-Петербурга)¹⁵ метод контент-анализа применялся при изучении общественно-политических изданий Санкт-Петербурга. Выбор материала осуществлялся методом сплошной выборки. В еженедельной газете рассматривались все публикации по теме. Для ежедневной газеты был выбран шаг – изучалась каждая третья газета.

Количественному описанию подверглись следующие показатели: а) наличие и отсутствие упоминаний конкретных органов исполнительной власти; б) наличие и отсутствие упоминаний конкретных чиновников,

¹² Пастухов А.Г., *Медиатекст в гипертекстовом представлении (о некоторых способах выражения отношения к действительности)* // Гипертекст как объект лингвистического исследования. – Самара: ПГСГА, 2010. С. 95-102.

¹³ Freedman D., *Internet transformations: old media resilience in the new media revolution* // Media and Cultural theory / J. Curran & D. Morley (Eds.). London: Routledge, 2006.

¹⁴ Лисицкая Л.Г., *Медиатекст в языковом и функциональном аспектах* // Вестн. ун-та Российской Академии образования. 2008. №3. С.22-25.

¹⁵ Рябова Т.Г., *Массмедиа мегаполиса в информационном взаимодействии с органами власти и горожанами* (на примере Санкт-Петербурга Автореф. дис. канд. полит. наук. Санкт-Петербург. 2010.

возглавляющих комитеты и районные администрации; в) наличие/отсутствие определенных тем, связанных с освещением деятельности органов власти на страницах изданий; г) основные темы; д) количество ньюсмекеров; е) количество журналистов, освещающих указанные темы; ж) объем публикаций, их количественные и жанровые показатели; з) отношение к явлениям и объектам описания; и) источник информации; к) общая тональность выступлений.

Учитывая тематическую универсальность общественно-политических изданий Санкт-Петербурга, все рассматриваемые публикации были разделены на четыре основные сферы – *политика, экономика, социальная сфера, культура*. «Внутри» каждого аспекта выделялись приоритетные для газет темы и выявлялась степень их соответствия тенденциям общественного развития и запросам горожан. Контент-анализ позволил выявить, насколько журналисты способны осмыслить факты, события, явления политической жизни, выразить свою точку зрения, интерпретировать факты, предлагать конструктивные решения, а также позволил выявить популярные комитеты Администрации и основных ньюсмейкеров, приоритетные темы, выделить закрытые структуры власти.

Смысловые (качественные) единицы и единицы счета. За смысловую единицу взята социально значимая тема, связанная с деятельностью органов исполнительной власти. Единицами счета были: текст, рубрики, полосы в газете. Выявленные в результате исследования качественные признаки объектов могут быть представлены в виде таблиц и диаграмм.

Теоретиком в области журналистики И.М. Дзялошинским предложена схема контент-анализа приемов политической манипуляции при создании имиджей.

Параметры для сравнения (по И.М. Дзялошинскому)

Категории контент-анализа	Единицы контент-анализа	Единицы счета
Классы приемов политической манипуляции:	Приемы политической манипуляции:	Статья
Мифологическое манипулирование (использование образов)	<ul style="list-style-type: none"> • Покровитель • Кумир • Хозяин или Господин • Авторитет • Виртуоз или Ловкач • Дьявол 	

Манипулятивные психотехнологии	<ul style="list-style-type: none"> • Использование пугающих тем и сообщений • Использование контраста • Упрощение проблемы • Осмеяние • Концентрация на нескольких чертах или особенностях • Трюизмы • Допущения • Использование противопоставлений • Выбор без выбора 	Статья
Манипуляция посредством управления информационными потоками или информационной средой	<ul style="list-style-type: none"> • Односторонний негативный вентиль • Односторонний позитивный вентиль • Временной селектор • Колесо • Замена • Спиндоктор • Выборочный подбор информации • Метод отвлечения, или Копченая селедка • Опережающее использование затруднительного вопроса или проблемы • Использование слухов • Утечки секретной информации 	Статья
Ценностно-эмоциональное манипулирование	<ul style="list-style-type: none"> • Использование слов, относящихся к основным ценностям общества • Наклеивание ярлыков • Метод забрасывания грязью • Неопределенные выражения (положительные) • Неопределенные выражения и намеки, несущие негативную окраску • Использование эвфемизмов • Перенос положительного образа • Перенос негативного образа • Метод исторических аналогий 	Статья

Использование механизмов социального контроля	<ul style="list-style-type: none"> • Использование авторитетов (групп влияния) • Такой же, как все, как мы • Дополнительное свидетельство 	Статья
Логические уловки. Использование особенностей мышления человека. Манипулирование рациональными, убеждающими аргументами	<ul style="list-style-type: none"> • Псевдологические выводы • Утвердительные заявления • Наименьшее зло • Сопоставление мнений экспертов • Результаты опросов общественного мнения • Экспертный комментарий опросов общественного мнения • Публикация мнений рядовых участников конфликта 	Статья

Для анализа политических текстов сегодня используется метод **интент-анализа** (содержательный метод анализа политического дискурса), разработанный под руководством Т. Н. Ушаковой и Н. Д. Павловой Центром психологии и психолингвистики Института психологии Российской Академии наук. Ими используются понятия интенции и интенциональности¹⁶.

Интенция – субъектная направленность на некий объект активности сознания субъекта (намерение). Коммуникативная интенция – главенствующая в выстраивании взаимодействия с партнером, это намерение к достижению цели. Речевое поведение определяется интенциональностью, фактором осознанности речепорождения в профессиональной сфере. Журналист (политик) сообщает о событии, о ситуации, о действующем лице. Для того чтобы определить скрытые интенции, необходимы дополнительные усилия, применение тонкого инструментария, понимания контекста (применяется экстралингвистический анализ, технологический, творческий).

Ученые выделяют два типа интенциональных процессов, различая их по уровням. Так, интенции первого уровня непосредственно связаны с особенностями функционирования нервной системы человека. Интенции второго уровня – социальные по своему происхождению. Это – коммуникативные интенции. Для них характерны двусоставная структура: выражение интенции предполагает обозначение объекта и отношения к нему высказавшегося субъекта (например, призывает, осуждает, одобряет, советует, требует).

В интент-анализе различают *мотив* и *коммуникативное намерение*. Мотив – это побуждающее начало речевого действия, тогда как

¹⁶ Слово в действии: интент-анализ политического дискурса / под ред. Т.Н. Ушаковой, Н.Д. Павловой. Санкт-Петербург. 2000. С. 316.

коммуникативное намерение выражает то, какую коммуникативную цель преследует говорящий, планируя ту или иную форму воздействия на слушающего. Иными словами коммуникативное намерение является регулятором вербального поведения партнеров. Таким образом, имеется тесная связь и взаимообусловленность мотива как опредмеченной потребности и коммуникативного намерения.

Основная цель **интент-анализа**, по замыслу авторов метода, – реконструирование интенций (замысла, намерений) политика по его речи, т.е. выявление направленных вовне внутренних импульсов, намерений говорящего. Результат – диаграмма «встречаемости» различных тем и интенций, характеризующая дискурс того или иного политика или политического движения в его индивидуальном своеобразии.

Как правило, выделяют 4 категории интенций, выраженных при обсуждении происходящих событий: «МЫ» (направлены при обсуждении автором себя и своих сторонников), «ОНИ» (относятся к оппонентам, противникам), «ТРЕТЬЯ СТОРОНА» (адресуется аудитории), «СИТУАЦИЯ».

По классификации психолога Т. В. Анисимовой выделяют 3 группы интенций: 1) информация; 2) оценка; 3) побуждения.

Методика помогает:

1) выявить индивидуальные особенности интенциональных политических установок авторов рассматриваемых текстов;

2) сравнить выраженность интенций, прослеживаемых в текстах конкретных политиков;

3) графически изобразить индивидуальные варианты потенциальных паттернов.

Методика может быть использована и при разработке базовых идей политического текста, когда следует принимать в расчет интенциональные характеристики текста.

Такую методику уместно применять и в случае необходимости определения характера интенциональной направленности СМИ.

Прежде всего, определяется **порядок работы**.

1. Выбрать политический текст для изучения. Подготовить список подлежащих выявлению интенций с кратким определением каждой из них, т. к. примеривание готовой терминологии к анализируемому материалу оказывается более простой работой, чем поиск характеристики интенции лишь на основе своего чувства языка.

2. Определить единицу анализа политического текста (абзац или предложение, границы которого определить намного проще).

Политический текст, представленный в печати, как правило, наглядно отражает авторскую логику организации его частей. Он уже разделен на абзацы, поэтому единицу анализа обычно принимают за абзац.

Пояснения. При транскрибировании устных записей теле- или радиовыступлений, бывает сложно воссоздать изначальную структуру, уловить, в каком случае текст пишется с красной строки. Поэтому в качестве единицы анализа выступает предложение.

Если единицей анализа служит предложение, то неотъемлемым условием учета интенции является ее обязательное разделение другими интенциями. Это значит, что если интенция, представленная в предыдущем предложении, повторяется в последующем, то она фиксируется лишь один раз. Если она разделяется какой-либо другой интенцией, то при итоговом подсчете она также учитывается.

Если единицей анализа является абзац, то в случае повторения интенции в одном и том же абзаце, второй раз она не фиксируется. При **обработке данных**:

1. Подсчитывается общее количество появления каждой интенции в исследуемом тексте.

2. Переводится абсолютный показатель в относительный. Для этого вычисляется отношение количества подсчитанных случаев к общему объему текста, воспользовавшись формулой $x = \frac{n1}{N}$ разделить на N и умножить на 100 %

Где $x1$ – относительный показатель представленности конкретной интенции в исследуемом тексте, $n1$ – общее количество представленности всех интенций в тексте.

3. Вычисление отношения количества подсчитанных случаев к общему объему текста важно, так как при необходимости сравнения разных текстов итоговое абсолютное значение прямо зависит от объема анализируемого текста: чем длиннее текст, тем больше в нем интенций. Поэтому, когда решается задача сравнить выраженность интенций в текстах разного объема, необходимо перейти к процентному показателю.

Данные количественной представленности тенденций (относительный показатель) в специальную таблицу.

4. Показатели полученных результатов встраиваются в график, отображающий относительные варианты интенциональных паттернов авторов текстов, общий смысл и содержание которых состоит в том, что они отражают интенциональные установки и темы, реализованные автором текста при его создании. По оси абсцисс обозначаются интенции и категории, а по оси ординат – проценты.

5. Анализируется структура интенциональной направленности политического текста; определяется, с чем может быть связана различная степень выраженности интенций в проанализированном Вами тексте.

Следующий этап анализа – выявление обобщенных интенциональных направленностей (на себя, на противника, на третью сторону, на ситуацию) и конкретизация видов интенций (осуществить самопрезентацию, отвести обвинение, обвинить оппонента, побудить к действию).

Можно выявить «корневую» для каждой из выделенных категорий, которая «эксплуатируется» наиболее часто. Здесь важно помнить, что интенциональная структура не универсальна, а, скорее, специфична для текстов разной направленности. Представленность интенций может быть различной у разных авторов в зависимости от политического контекста, исторической ситуации, индивидуально-психологических особенностей личности автора, особенностей жанра политического текста.

Итогом исследования должны быть сформулированные окончательные выводы о психологическом содержании проанализированного политического текста.

Методология интент-анализа подробно рассмотрена также в ряде публикаций, позволяющих проводить изучение интенциональных характеристик разных видов дискурса, в том числе и политического в работах, В.В. Латыновой, О.В. Поповой, Н.А. Хлопаевой, В.А. Цепцова, и др.

Ряд отечественных исследователей использует **интент-анализ конфликтного дискурса** – совокупность содержащихся в тексте важнейших интенций, относящихся к конфликтной установке в политической сфере. Метод помогает выяснению природы, причин, особенностей и последствий современных мировых конфликтов, динамики их развития, основных механизмов эскалации и деэскалации.

При исследовании политической ситуации используется **ситуационный анализ**. *Под политической ситуацией понимают состояние политической системы и комплекс взаимодействий между ее субъектами в определенный период времени.* Неотъемлемое и необходимое условие любого ситуационного анализа – актуальность, но при проведении детального анализа всей политической ситуации данный фактор приобретает особое значение. Виды анализа – полный и фрагментарный (последний наиболее характерен для журналистских произведений), связан с описанием ситуации, анализ которой необходим для решения какой-либо конкретной, локальной задачи. Анализ деятельности госструктур именно в этой сфере, изучение реакции на нее населения, его предпочтений и пожеланий, программных установок наиболее популярных оппозиционных партий, финансовых возможностей государства. При этом исследование борьбы группировок внутри структур исполнительной власти не будет уже иметь отношения к решаемой задаче¹⁷. В политических исследованиях используют методы прогнозирования, где поисковые и нормативные прогнозы носят сценарный характер. В теории журналистики изучается роль политического журналиста, влияющего на социальные процессы и воздействующего на социальные изменения, может подвергаться анализу с позиций методологического подхода Action

¹⁷ Симонов К.В., *Политический анализ*. Москва, 2002 // http://sbiblio.com/biblio/archive/politihtheskiy_analis/00.aspx.

research, который в настоящее время используется в теории и практике социологических исследований. Action research (AR) определяется как семейство научно-практических методологий, которые на равных основаниях используют методы научного познания (опрос, наблюдение, диагностику, экспертизу и др.) и активного вмешательства (изменения, преобразования, улучшения) в объект изучения¹⁸.

Таким образом, к функциям политического аналитика можно отнести сбор и обработку информации, анализ и обобщение ее с целью подготовки принятия решения; координирование реализации конкретной программы, проведение информационно-разъяснительной работы среди деловых кругов и широкой общественности, связанной с внешнеполитическим, внешнеэкономическим курсом своего государства и/или государства-партнера.

ЛИТЕРАТУРА

- Истон Д., *Анализ политической структуры*, Москва, 1990.
- Даль Р., *Современный политический анализ*, Москва, 2003.
- Weimer D., Fining A., *Policy Analysis: Concepts and Practice*. Englewood Cliffs, 1992. P. 4.
- Дегтярев А.А., *Политический анализ как прикладная дисциплина: предметное поле и направления разработки* // http://www.politanaliz.ru/articles_153.html.
- Морозова В.Н., *Методы политического анализа: учеб. пособие*. Воронеж, ВоГУ, 2007. С.4.
- Проблематика периодической печати: учеб. пособие* / под ред. Г.С. Вычуба и Т.И. Фроловой. Москва.: ИМПЭ им. А.С., Грибоедова, 2008. С. 112.
- Филиппов В.А., *Аналитические центры – стратегический интеллектуальный ресурс*. Москва.: ЛЕНАНД, 2007. С. 104.
- Тертычный А.А., *Политический анализ в СМИ* // Журналист. 2007. Ноябрь. С. 75.
- Кожанова В.Ю., *Проблема рецепции медиатекста как фактор взаимодействия автора и читателя* // Гуманитарные исследования: Материалы Междунар. Интернет-конф. «Актуальные проблемы журналистиковедения, литературоведения, книговедения и смежных областей знания». Краснодар, 2010 / Краснодар: КСЭИ, Парабеллум, 2010. С. 64.
- Клюев Ю.В., *Гипотезы публичного политического дискурса* // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. 9. 2010. Вып. 2. С. 196-203.
- Кожемякин В., *Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования* // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. №2 (73). 2010. Вып.11. С.13-2. URL.: //http://www.discourseanalysis.org/st20.html.

¹⁸ Блохин И.Н., *Этножурналистика в политических процессах: ролевой анализ: автореф. докт. дис.* Санкт-Петербург. 2009.

Пастухов А.Г., *Медиа́текст в гипертекстовом представлении (о некоторых способах выражения отношения к действительности)* // Гипертекст как объект лингвистического исследования. – Самара: ПГСГА, 2010. С. 95-102.

Freedman D., *Internet transformations: old media resilience in the new media revolution* // Media and Cultural theory / J. Curran & D. Morley (Eds.). London: Routledge, 2006.

Лисицкая Л.Г., *Медиа́текст в языковом и функциональном аспектах* // Вестн. ун-та Российской Академии образования. 2008. №3. С.22-25.

Рябова Т.Г., *Массмедиа мегаполиса в информационном взаимодействии с органами власти и горо́джанами* (на примере Санкт-Петербурга Автореф. дис. канд. полит. наук. Санкт-Петербург. 2010.

Слово в действии: интен́т-анализ политического дискурса / под ред. Т.Н. Ушаковой, Н.Д. Павловой. Санкт-Петербург . 2000. С. 316.

Симонов К.В., *Политический анализ*. Москва, 2002 // http://sbiblio.com/biblio/archive/politihtheskiy_analis/00.aspx.

Блохин И.Н., *Этножурналистика в политических процессах: ролевой анализ*: автореф. докт. дис. Санкт-Петербург. 2009.

POLITICAL ANALYSIS OF MEDIA TEXT

SUMMARY

The article analyzes the combination of different scientific methods by which we study the specific media texts, reflecting the political sphere. Methods of policy analysis are general and universal in nature and represent a set of principles and approaches that provide assessment, forecasting and monitoring of the effects of political decisions.

The author considers the different types of analysis, in particular the situational, discursive, content analysis, intent analysis and defines the functions of the of the analyst and formulates the problem of policy analysis of media text. Media are considered as independent subjects of political analysis.

KEY WORDS: media text, political sphere, methods, policy analysis, discourse, journalist