

темы с точки зрения их форматных признаков показывает, что разговор о районной инфраструктуре чаще происходит в связи с публикацией новостей, а темы природы, вопросы ЖКХ и уборки присутствуют не только в формате новостных публикаций, но и в форме обсуждений. Исследование указывает на недостаточную аргументированность суждений (отсутствие четких ссылок при обсуждении различных тем), ориентированность их авторов на взаимодействие в условиях медиатизации социального пространства (чаще других в качестве аргумента авторы постов используют ссылки на опыт другого человека, собственный опыт и ссылки на массмедиа). Небольшая доля ссылок на историю, традиции и документы может быть объяснена тематическим своеобразием контента сообществ столичных районов.

Основываясь на имеющихся материалах, можно сформулировать предположение об определенной преемственности форматов коммуникации и сделать вывод о новом этапе существования локальных информационных ресурсов и коммуникативных практик.

Е. В. Баранова

Белорусский университет

ЖУРНАЛИСТСКИЙ КОНТЕКСТ В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ

Авторская гипотеза состоит в возможности объективации медийного образа как отраженной реальности. Применительно к журналистскому ресурсу в социологическом исследовании здесь усматривается «репрезентация объективно существующих явлений и вещей через особенности их восприятия участниками информационного взаимодействия» (Винер). По оценкам П. Бурдье, кибернетическое видение превращает коммуникативные отношения в «отношения смыслов». Это позволяет установить взаимосвязь между двумя аспектами коммуникационно-познавательной деятельности, а именно: а) репрезентация реалий в медийном образе (текстовом сообщении) адекватна им в той мере, в которой отражает их смысловое содержание; б) через понимание смыслов текстового сообщения (медийного образа) достигается адекватность восприятия адресатом коммуникативных намерений автора. Интерпретация образа реальности активизируется

в контексте. В трактовке схемы коммуникационного акта по Шеннону, предложенной Р. Якобсоном, именно контекст указывает на связь сообщения с реальной ситуацией. Наличие вербального контекста напрямую влияет на понимание любых сообщений. Ситуативный контекст – это ситуация коммуникации, способствующая пониманию значения высказывания. На базе изложенного сформулированы авторские методики использования медиакоммуникативного ресурса в социологическом исследовании.

При проведении контент-анализа за единицу анализа текста нами принимается вербальный контекст сообщения, прочтение которого способствует осмыслению медийного образа. Так, осуществленный по данной методике контент-анализ публикаций белорусского журнала «Проблемы управления» выявил социальные смыслы технико-экономических преобразований, происходящих в стране.

В ходе социологического опроса актуализируется ситуативный *контекст*, обеспеченный характером социологической анкеты. Внимание исследователя к детали (как инструменту создания медийного образа) одновременно активизирует заинтересованную реакцию со стороны респондентов. Их интерактивное взаимодействие расширяет смысловое содержание исследования. Например, проведенное по данной методике социологическое анкетирование на базе администрации Первомайского района г. Минска позволило идентифицировать феномен социального участия как фактор оптимизации местного управления и самоуправления.

То есть можно говорить о том, что внедрение журналистских методик в форматы социологических исследований расширяет познание картины реальности.

А. В. Жаворонков

Институт социологии РАН

ПЕРСПЕКТИВЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ НЕКОТОРЫХ ФОРМ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ В СВЕТЕ ПРОЦЕДУР ПРОЕКТА «ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ»

Задачи десяти исследований двух тем проекта «Общественное мнение», касающихся влияния, во-первых, установок и, во-вторых, семиотической подготовки аудитории и информативности текста на уровень