


Narrative Strategies of Modern Media Text



<p>Nina Zrazhevskya, <i>Professor, Doctor of Science in Social Communications, Professor of the Department of Journalism and New Media, E-mail: n.zrazhevskya@kubg.edu.ua, https://orcid.org/0000-0003-3382-8368, Borys Grinchenko Kyiv University, Bulvarno-Kudriavska St, 18/2, Kyiv, Ukraine, 04053.</i></p>	<p><i>Citation:</i> Zrazhevskya, N. (2022). Narrative Strategies of Modern Media Text. <i>Social Communications: Theory and Practice</i>, Vol. 14(1), 53–70.</p> <p>DOI: 10.51423/2524-0471-2022-14-1-10 © Zrazhevskya, N. (2022).</p>  Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)
--	---

Annotation

The aim of the study is to identify the main conceptual narrative concepts of media discourse and illustrate how narrative analysis reveals narrative strategies of media text, which in turn provides a basis for identifying hidden meanings, ideologies, myths, even in the structure of so-called non-narrative media - news journalism. **Research methods and techniques.** According to the theory of narrative, in our study we based the narrative analysis of the media on two leading approaches: 1) syntagmatic (based on the works of W. Propp (1928) – the sequence of narrative plot with emphasis on the chain of actions and events, themes in motives; 2) paradigmatic (ideas of K. Levi-Strauss (1963) – the choice of stylistic means that formalize the narrative and pragmatic features of the social and cultural context. **Results and discussion.** In the study, we consider the median narrative as a coherent narrative phenomenon associated with important influential ideas of the world. Allegations that the facts in the hard media are presented neutrally are refuted by narrative analysis and reconstruction of the media text. This approach to the media text actualizes the «hermeneutics of suspicion», which expresses distrust in the «reality» of the facts and in reality itself. We argue that the texts of mass communication and journalistic materials in particular are complex texts that seek not only to inform, teach and entertain, but also to change the perception of reality and identity in a particular cultural and historical discourse. **Conclusions.** The use of narrative analysis of media messages allows to reveal the narrative strategies of the proposed media texts in different media (news, TV series), and to explain how narrative levels of media represent different power discourses, how they represent the ideological plane and myths in modern sociocultural discourse.

Key words: narrative, narrative strategies, focalization, media text, narrative turn, news genres, hermeneutics of suspicion.

Оповідні стратегії сучасного медіатексту**Ніна Зражевська,***професорка, доктор наук із соціальних комунікацій,**професорка кафедри журналістики**та нових медіа Київського університету імені Бориса Грінченка,**(м. Київ, Україна).***Вступ**

Сучасне використання наративного аналізу медіатекстів пов'язане з «наративним поворотом» у соціогуманітарних науках, головною тезою якого стало те, що функціонування різних форм знання можна зрозуміти тільки через дослідження їх наративної природи. У результаті «наративного повороту» термін «наратив» стає категорією філософії, антропології, культурології, психології, соціології, політики, історії, права, медицини й (що особливо важливо для нашого дослідження) сучасного медіатексту.

Актуальність дослідження медіанаративу полягає у виявленні оповідних стратегій у медіаповідомленнях, що дозволяє розкрити внутрішні процеси «медіатизації» як зростання впливу медіа на культуру й суспільство. Ставимо метою свого дослідження виявлення головних концептуальних наративних концепцій медіадискурсу й ілюстрацію того, як наративний аналіз розкриває оповідні стратегії медіатексту, що дає ґрунт для виявлення прихованих змістів, ідеологій, міфів навіть у структурі так званих ненаративних медіа – новинної журналістики.

У статті актуалізовано різні наративні концепції в контексті сучасних медіа, що дозволяє розглянути медіанаратив як феномен, який конструює ідентичність, ідеологічно заангажований та є своєрідним способом переживання часу й простору. Оскільки значення ідентичності сконструйовано саме засобами наративів, сучасні медіа можна вважати ключовими наративними інструментами її формування. Медіанаратив розглянуто як когерентний оповідний феномен, пов'язаний із вагомими впливовими ідеями світу. Твердження про те, що факти в жорстких медіа представлені нейтрально, спростовуються наративним аналізом та реконструкцією медіатексту. Такий підхід до медіатексту актуалізує «герменевтику підозри» П. Рікера (Ricoeur, 2012), що виражає недовіру до «реальності» фактів і реальності. Ми доводимо, що тексти масової комунікації, у тому числі й журналістські матеріали, є складними текстами, які прагнуть не тільки інформувати, навчати й розважати, а й змінювати сприйняття дійсності й ідентичність у певному культурно-історичному дискурсі.

Методи й методики дослідження

Наративні концепції тісно переплетені з різноманітними науковими теоріями, що беруть початок із таких літературознавчих напрямів, як формалізм та структуралізм початку ХХ ст., а також із постструктуралістськими, феноменологічними, постмодерністськими та психологічними концепціями наративу. У працях Ф. де Соссюра (Соссюр, 1977), К. Леві-Стросса (Levi-Strauss, 1963), Ж. Ліотара (Lyotard, 1979), Р. Барта (Barthes, 1964), У. Еко (Еко, 2004), Ю. Лотмана (Лотман, 1970), Ф. Анкерсмита (Ankersmit, 1983), Г. Уайта (White, 1973) та інших закладені основні принципи наративного аналізу. У роботах П. Рікера (Ricoeur, 2012), М. Фуко (Фуко, 2003), Ж. Лакана (Лакан, 1977) досліджено епістемологічні складники формування наративу, що розміщує наратив у просторі дискурсу. Герменевтичні й

феноменологічні теорії представлені розробками «герменевтики підозри» П. Рікера, (Ricoeur, 2012), «критики свідомості» Ж. Пуле (Poulet, 1977) та інших. Серед дослідників феномена наративу можна виділити також праці І. Богачевської (Богачевська, 2006), О. Мішалової (Мішалова, 2009), Г. Дьяковської (Дьяковська, 2017), В. Єфименко (Єфименко, 2012), І. Папуши (Папуша, 2002).

Для розуміння специфіки нарративного аналізу медіа важливими, на наш погляд, є праці зарубіжних дослідників. Ідеться про Н. Бернінг (Berning, 2011), К. Рісман (Riesman, 1993), Дж. Брюнера (Bruner, 2022), Х. Фултон (Fulton, 2005), Р. Х'юсман (Huisman, 2005), С. Аллена (Allen, 1999), Н. Шульман (Schulman, 1990), Дж. Турова (Turow, 2003) та ін.

Міждисциплінарний підхід покликаний показати, що медіатексти можна описувати й досліджувати за допомогою категорій, що беруть свій початок у структуралізмі, герменевтиці, феноменології, теорії рецепції тощо.

Наратологія звертається до проблеми дискурсу, оскільки саме дискурс є простором нарації: фабула – це нарративний рівень, сюжет або плот – це дискурсивний рівень, саме в сюжеті нарратив є комунікативним полем, де є нарративні одиниці, доступні для аналізу.

Медіадискурс є ситуативним: він залежить від конкретного часу, новизни, актуальності, політичної домінанти, ідеологічних арок.

Д. Хартлі вважає, що в новинах є дилема, яка полягає в тому, що репортаж, наприклад, має можливість переключитися з фокусу на подію, фокус голосів навколо події, а це вже є упередженістю, що має потенціал вплинути на передачу жорстких даних та новин (Hartley, 1982). Попередні дослідження з теорії нарративу також виявили, що мовленнєві моделі в медіа відображають домінантну владу в суспільстві через голосові проєкції, наприклад, ігнорування або специфічні оповідні стратегії репрезентації маргіналів чи певних тем про коронавірус.

Дослідниця медіанаративу Н. Шульман (Schulman, 1990) зазначає, що є більше ста формальних парадигм нарративного процесу, але робіт, що застосовують нарративну теорію до журналістських форм, недостатньо. Деякі професіонали в галузі новин вважають, що факти в жорстких новинах представлені нейтрально, тому нарративна теорія може бути застосована лише до м'яких новин. Журналістський нарратив – це спроба суттєво впорядкувати феноменологічну різноманітність смислового сприйняття. Це зміщує оптику в напрямку дослідження медіанаративу через систему інтертекстуальних переміщень, іноді через упуцнення або невиконання певних умов. У цьому контексті актуальною стає теорія рецепції й деконструкція, що може допомогти виявити напруженість і протиріччя, які намагаються придушити ідеологічні нарративи, репрезентовані в медіа.

«В епоху професійного комунікатора нарративна теорія змушує визнати, що структуруюча рука та формуюча чутливість ховаються під поверхнею того, що може здатися просто прозорим описом фактів дня» (Schulman, 1990: 3). «У сучасній соціологічній літературі не існує однозначного трактування нарратива: одні автори воліють широке визначення нарратива як метафори різноманітних форм життєпису, що не передбачає систематичних методів аналізу та детальний запис; інші дають жорстке визначення нарративу як історії про специфічне минулій події ...» (Троцук, 2004: 50).

Наприклад, у теорії рецепції нарратив – це не тільки оповідь, а і її інтерпретація: І. Троцук пише: «Я говорю, що для мене світ – це сукупність референцій, що відкриваються різноманітними видами дескриптивних або поетичних текстів, які я прочитав, зрозумів і полюбив. Розуміти ці тексти – означає інтерпретувати життєву ситуацію, усі значення якої з простої життєвої обставини складає світ» (Троцук, 2004: 261). Аналіз нарративу з точки зору П. Рікера (Ricoeur, 2012) ураховує розуміння оповіді: значить, роль читача є важливою в

наратологічному аналізі, адже в прочитанні приховані оповіді про себе, переживання себе в певному соціально-культурному просторі, в епістемологічному полі або дискурсі.

Наратив ідеологічно сконструйований через судження, хто герой, а хто злодій. Це відбувається тому, що наративи є не тільки в тексті – їм потрібне прочитання. Оскільки наратив є в часі й просторі, читач, використовуючи казуально-ефективну структуру, залучений у подвійні форми передбачення, щоб зрозуміти сенс тексту (Nick, 2000: 103).

Аналіз наративу показує, що завдяки останньому люди здатні усвідомити, ким вони є, оскільки це міститься в наративних описах себе. Він також є методом дискурсу, за його допомогою відбувається організація переживання соціального, біографічного часу, де одиничні події переходять у дещо ціле (Брокмейер, 2000: 39–40).

І. Брокмейер та Р. Харре зазначають, що «наратив виступає не стільки описом певної онтологічно артикуляторної реальності, скільки інструкцією для конституювання цієї реальності» (Брокмейер, 2000: 37). Це означає, що людина здатна творчо інтерпретувати соціальну дійсність, оскільки остання ніколи не є цілком закритою: вона вміщує в себе все нові й нові інтерпретації. П. Бергер і Т. Луман підтверджують, що «соціальні структури самі є продуктами людської діяльності: суб'єктивні значення, що надаються індивідами своєму світові, піддаються інституціоналізації й тим самим перетворюються на об'єктивні соціальні структури, які, у свою чергу, стають джерелом системи значень. Аналіз тим самим перемикається на практиці соціальних агентів, протягом яких, зрештою, і створюються якісно нові соціальні структури» (Бергер, Луман, 1995: 258).

Американський літературознавець Ф. Джеймсон (Jameson, 1981: 35) писав про наративи як про особливу епістемологічну форму, що організує специфічні способи нашого емпіричного сприйняття. Суть цієї концепції полягає в тому, що все, що ми сприймаємо, може бути освоєно людською свідомістю тільки за допомогою оповідної фікції, вимислу; іншими словами, світ доступний людині лише у вигляді історій, оповідань про нього.

Якщо спиратися на теорію наративу, то виділяють два провідних підходи до аналізу, які ми кладемо в основу наративного аналізу медіа:

1) синтагматичний (заснований на роботах В. Проппа (Пропп, 1928)) – послідовність розвитку наративного сюжету, з акцентом на ланцюжок дій і подій, теми й мотиви;

2) парадигматичний (ідеї К. Леві-Стросса (Levi-Strauss, 1963)) – вибір стилістичних засобів, що оформляють наратив і прагматичні риси соціального й культурного контексту.

В. Пропп вважав, що історія повинна слідувати часовій структурі, у той час як дискурс може крутитися навколо цієї структури. Фундаментальна функція наратива – це впорядкування досвіду. Це стосується змісту історій, які наратив пропонує як зразки (моделі) для мислення.

У 60-х роках ХХ ст. нратологія почала розглядати наратив (розповідь як єдність фабульно-сюжетної події) як власне комунікативний акт, як породжений мовною діяльністю текст, що є моментом дискурсу (усієї комунікативної дії), що здійснює передачу інформації про певну подію. Наратив, на відміну від тексту, ураховує роль читача й «герменевтику підозри» П. Рікера (Ricoeur, 2012), тому роль медіа як посередника між дійсністю й читачем є специфічно організованою.

Найбільш авторитетний сучасний нратолог Франц Штанцель (Stanzel, 1979) пропонує типологію наративного аналізу, де як оповідну ситуацію пропонує три опозиції:

1) опозиція особистості: «ідентичність» – «неідентичність» сфера існування наратора й персонажа;

2) опозиція перспективи: «внутрішня» – «зовнішня» точка зору;

3) опозиція модусу: «наратор» – «рефлектор».

Також він розглядає такі розповідні позиції:

1) оповідна ситуація від першої особи: перевага ідентичності сфер існування наратора й персонажа;

2) аукторіальна оповідна ситуація: перевага зовнішньої точки зору;

3) персональна оповідна ситуація: переважання модусу рефлексора (Stanzel, 1979).

Катрін Рісман (Riessman, 1993) пропонує дещо ширший підхід: тематичний аналіз – увага до того, про що говориться, а не того, як говориться; структурний аналіз – увага до того, як ведеться розповідь, механізм наративу; інтеракційний аналіз – розгляд діалогу між оповідачем і слухачем і спільне творення смислів; перформативний аналіз – дослідження наративу як дії й процесу; розглядаються комунікативні засоби (слова, жести, знаки тощо) для донесення змісту історії.

Наративний аналіз медіа відрізняється залежно від жанрів: наприклад, оповідні стратегії репортажу й новини, замітки й нарису будуть проаналізовані, виходячи з різних наративних стратегій. Із позицій різних наративних теорій Р. Барта (Barthes, 1964), В. Проппа (Пропп, 1928), Ц. Тодорова (Todorov, 1978), А.Ж. Греймаса (Греймас, 1983), П. Лаббока (Lubbock, 1957) та інших такий аналіз дає можливість зануритися в структуру оповіді більш детально.

Наприклад, П. Лаббок «розділив» оповідь від третьої особи й оповідь від першої особи, створивши опозицію двох «модусів» оповіді: «картинний» та «драматичний»: перший випадок, коли «автор говорить своїм власним голосом», другий – коли «він говорить вустами одного з персонажів» (цит. за: Ильин, 2001: 151). У журналістському творі власний голос журналіста вступає в конфлікт з об'єктивністю подачі матеріалу, коли інші голоси й арки накладаються на оповідь, оскільки політична новина є частиною одного великого політичного наративу.

Результати й обговорення

Специфічні наративи є інструментом створення політичних, історичних, соціопсихологічних, інструментальних, теологічних оповідей, які вводять у масову свідомість ту чи іншу картину світу. Наративи є потужною зброєю в пропаганді, використовуючи специфічну лексику, медіаісторії, наративну журналістику, кіно й рекламу, новини. Згадаємо, що військових, що виступають за псевдореспубліки ДНР–ЛНР на Сході України, українські мас-медіа називають «сепаратисти», «терористи» («ДНР» та «ЛНР»: терористи, сепаратисти чи окупанти? Проблема правової кваліфікації, 2018, квітень 5), а російські медіа – «ополченцы» (Як місцевий паблік окупованої Макіївки, 2022, серпень 1).

Російська пропаганда називає війну проти України «спеціальною військовою операцією» (Місюра, 2022, травень 27). Назвати війною війну російська пропаганда не може, оскільки це спричинить когнітивний дисонанс у росіян, яких привчили до того, що вони лише захищають свою країну й не можуть бути агресорами.

В оповідних структурах сучасного медіатексту знаходимо різні мовностилістичні практики, представлені як наративні. У медіапросторі оповідь стає комунікативною технікою, одним зі способів передачі інформації. Нові медіа додають наративу відповідні властивості: гіпертекстуальність, мультимедійність, інтерактивність, що не тільки створює пов'язані нові можливості, але й пропонує читачеві розширені засоби завантаження в історію (Berning, 2011).

Проблема зв'язку між наративом і життям – це проблема виявлення специфічних наративних способів осмислення світу. Базова ідея наратології в тому, що всі історії мають одну й ту ж фундаментальну структуру, важливою є також ідея, що особистий наратив відрізняється від того наративу, який використовують у новинах, кіно, радіо тощо.

Наратологія представляє акт комунікації як процес, що відбувається одночасно на різних наративних рівнях. Можна впевнено стверджувати, що наратив – це міф та ідеологія, що можуть бути розкриті шляхом наративного аналізу, оскільки наратологія обґрунтовує множинність оповідних інстанцій, які в медіа набувають форм мультимедіа, гіпертексту, інтертексту тощо.

У книзі «Наратив і медіа» Хелен Фултон (Fulton, 2005) зробила спробу застосувати оповідну теорію до медіатекстів, у тому числі фільмів, телебачення, радіо, реклами та друкованої журналістики. Дослідниця, спираючись на дослідження в галузі структурної та постструктуралістичної теорії, а також функціональної граматики й аналізу зображень, пояснює наративні техніки, що формують медіатексти, та пропонує інструменти інтерпретації для аналізу значень та ідеології медіадискурсу. Вона розглядає певні медіаформи й показує, як такі елементи, як хронологія, характер і фокусування, реалізуються в конкретних текстах. Оскільки межі між розвагами, комерцією й інформацією в медіа продовжують стиратися, а сприйняття тексту стає важливою проблемою у зв'язку з маніпуляцією й пропагандою, розуміння того, як способи репрезентації переносяться з одних медіа на інші, а також ідеологічні наслідки цієї стратегії стають важливим аспектом медіадослідження.

Наративний аналіз медіа враховує постійне втручання поля журналістики в інші поля. Ідеться про науку, мистецтво, релігію, економіку, політику тощо. Журналісти намагаються диктувати вченим форму, зміст суджень, виступаючи від імені «широких мас», демократії, однак демократію здебільшого розуміють як споживацький рейтинг і пошук нових ринків збуту продукції.

Політики використовують наративи, символи, фрейми, меми для долучення до метаоповідей (згадаємо, що М. Добкін із георгієвською стрічкою виступав на ТБ). Демонструючи цю символіку, він начебто об'єднується із жителями Сходу України в їх розумінні світу як єдиного з «руським миром». Наприклад, російські медіа, характеризуючи дії українського уряду й українських військових, використовують такі поняття, як «радикали», «українські силовики», «націоналісти», «хунта» (Фейки і наративи, 2022, серпень 2). Щодо діяльності представників псевдореспубліки ДНР – «Луганська народна республіка», « мешканців Донбасу зрадила Україна», «укро-більшовистська мразь» тощо (Стеблина, 2022, серпень 2).

Новини й факти в журналістиці пропущені крізь наратив, тобто вони творять одну дійсність, замість іншої. Часто ці наративи є кодуванням, монтуванням, селекцією, фільмуванням. Навіть у тому, у якій послідовності розташовані речення, бачимо змістовні відмінності наративу. Крім цього, журналісти нерідко використовують «критерії вартості новинних продуктів» (Fulton, 2005: 221), як-от: порядок денний, людський інтерес, своєчасність, повнота, негативність тощо, а для різних медіа вони часто тенденційні. До цих складників можна додати ще елементи драматизму, розважальності, новизни повідомлень, а також можливості (gatekeeper) вартівника на воротах, що творять новини відповідно «до своїх об'єктивістських поглядів» (Fulton, 2005: 221).

Здебільшого дослідники журналістики (Allen, 1999; Jasey, 2000) до наративної журналістики включають лише близькі до літературних жанри репортажу, коментаря й нарису тощо (Fulton, 2005; Jasey, 2000; Huisman, 2005), вважають, що новинний жанр також є наративом, оскільки в ньому є оповідна інстанція. У новинній журналістиці є автор, часовий і просторовий континуум, тематика, тональність, «арки» (Fulton, 2005: 232) тощо. Наприклад, замітка має обов'язкові елементи. Зокрема, *Headline* – заголовки новин. *Lead* – це вступний абзац, який дає аудиторії найважливішу інформацію про новини в короткій та зрозумілій формі. *Slug line* резюмує тему статті, яка використовується для ідентифікації

історії шляхом проходження через редакційний процес. Dateline повідомляє читачеві, звідки взято основну інформацію для історії. Dateline повідомляє читачеві, хто написав оповідання. У коротких оповіданнях без підпису (звичайні промови, історії ігор, оголошення тощо) Dateline, як правило, має відбивати місце дії оповідання. Background – звіт або інший письмовий документ, призначений для надання контекстуальної й історичної інформації, яка допоможе людям зрозуміти конкретну тему чи ситуацію.

Можна вважати, що аналіз дискурсу медіа передбачає зміщення акценту зі структури, як це було в структуралістських дослідженнях, на дискурс у тому вигляді, у якому він реалізується в соціальній взаємодії.

Дослідник сучасних проблем медіакомунікації Г. Почепцов у книзі «Від Facebook'у і Гламуру до WikiLeaks» (Почепцов, 2012) зазначав, що в журналістиці наратив – це віртуальний продукт, який при передачі стає продуктом інформаційним. Він спрямований на стимулювання конкретних фізичних дій.

Наратив у медіа задає системне уявлення про світ шляхом введення в масову свідомість тієї чи іншої картини світу й створює напругу, яка допомагає перейти до дій. Так, зокрема, наратив влади розповідає про її успіхи в піклуванні про народ. Наратив опозиції, навпаки, робить народ жертвою, яку треба врятувати від кривдника – влади. У журналістиці використовуються різні наративи:

- політичний наратив підкреслює кривди, які має конкретна група населення;
- історичні наративи дають політичному вимірові історичну легітимність;
- соціально-психологічний наратив підсилює маргінальні сили проти основних, у випадку тероризму він піднімає акти терору у віртуальному просторі;
- інструментальний наратив просуває ефективність насильницьких методів для досягнення соціально-політичних цілей;
- теологічний наратив акцентує релігійні дії й реакції на політичні кривди.

Наратив медіа обумовлений культурою й комунікаційними технологіями, це культурний продукт вироблений навмисно з метою продажу. Саме тому нарація в медіа пов'язана здебільшого з екстраординарними подіями. Порушення звичного ходу речей і є медіанаративом, який потребує логіки врегулювання кризи. Отже, економічна структура медіаіндустрії обумовлена тим, що оповідь треба обгорнути в привабливу обгортку, тому, як правило, жанр медійної наратології використовує специфічний патерн, що пов'язаний з очікуванням аудиторії й має практичну функцію – створення ринку й аудиторії.

«Звісно, між медіа існує відмінність у специфіці репрезентації історії. ...Медійно-незалежний наратив – це ніщо інше, як безплідна гіпостазована абстракція. Як альтернативу автор пропонує тлумачити наратив як такий, що закорінений у засобі репрезентації. Звідси впливає, що наратологія – це збірний термін на позначення серії спеціалізованих наратологій, а не самодостатня метанаука. А тому існує наратологія для вивчення словесної розповіді, кіно, пантоміми і так далі» (Папуша, 2002: 29–46.).

Якщо аналізувати наративний рівень новин як жанру журналістики, насамперед слід звернути увагу на його базові характеристики: однозначність, знайомість, передбачуваність, несподіваність, негативність, елітність (Fulton, 2005). Це одразу відсилає нас до принципу відбору новин відповідно до різних пріоритетів, тобто в медіа ми бачимо лише те, як представлено реальність, а не саму реальність. Новини – це певні шаблони, які і є основою дискурсу новин. Сюди також включені gate-keeping, agenda-setting, economic determinants, (контроль, установа порядку денного, економічні детермінанти), створення інформаційних приводів, політична реклама тощо. Особливим концептом у новинних медіа є об'єктивність, але проблема полягає в тому, що об'єктивність новин – це категорія умовна,

новини не можуть бути цілком об'єктивними. Для обґрунтування вищезазначеного твердження пропонуємо декілька аргументів.

1. Жоден опис реальності не є повним або правильним: ми всі маємо різні враження, інтерпретації та досвід. Фактуальність завжди суб'єктивна відповідно до того, чим є факт, що він значить.

2. Усі події знаходяться в контексті, вони фреймовані, що нав'язує оціночну функцію значення повідомлення.

3. Новини створені системами внутрішніх і зовнішніх детермінант: економічними, організаційними, технічними, професійними, що комодифікують новини історії.

Інституційні практики: news-getting, gatekeeping, selection, agenda-setting (конструювання новин, ефект охоронця, відбір, установа порядку денного) – нецілеспрямовано залучають суб'єктивні судження та оцінки.

Упущення й виключення, як селекція та включення, конструюють ціннісні судження про соціальну реальність, загальні цінності й загальні сенси. Також об'єктивність новин є сумнівною, тому що суспільна домінанта «здорового глузду» (Chomsky, Herman, 1995) упроваджує версію реальності, що натуралізує систему влади. Оскільки в новинах майже відсутня система критики, вони пропонують правдивість, яка здається беззаперечною, тому ідеологія в них представлена як факт. Н. Хомський маркував це як «ідеологічний конструкт плюралізму» (Chomsky, Herman, 1995).

Об'єктивність повідомлень ставить журналістів у залежність від того, яку відповідальність вони беруть за те, що повідомляють, до заохочення їх фокусуватися на високопрестижних ресурсах. Зв'язок між об'єктивністю та фактами працює на перевагу об'єктивного репортажу над іншими видами новин. Зокрема, ідеться про людський інтерес, у яких є інформація про характер людей, стосунки з ними тощо, та соціально-відповідальну журналістику, де відбувається фільтрація матеріалів, які можуть бути не менш цінними джерелами інформації. Отже, об'єктивність так званих hard news насправді вписана в стиль або в лінгвістичні практики.

Деякі перетини в інформаційних і нарративних моделях новин (концептах жорстких і м'яких медіа), що охоплюють журналістські ідеали об'єктивності. Наприклад, жорсткі новини завжди є пріоритетними, друкуються на перших шпальтах і вважаються більш професійно значущими за м'які новини. З іншого боку, м'які новини не прив'язані здебільшого до сьогоденних подій, вони більш зважені й покликані заповнити так звані новинні дірки – обсяг місця в медіа, який залишається після розміщення реклами або кількості контенту, яку постачальнику новин необхідно створити в кожному циклі публікації. Такі новини структуровані як наративи. Це означає, що наративні медіа «упаковані» в стандартні формати, які також треба розглядати через ідеологічну функцію мови.

У новинних медіа, які ми маркуємо як «hard» news, їх маркують як «найбільш об'єктивні новини» (Fulton, 2005: 232), оповідь переважно ведеться від третьої особи, що передбачає виключення нарративного голосу, замість того, є багато емпіричної інформації: дати, місця, час тощо. У такого роду медіа є небажаними модальність, метафори, метонімії тощо, але якщо ми їх бачимо, то це значить, що журналіст має певне ставлення до інформації, тобто має ідеологічну позицію.

«Soft» news – м'які новини, як правило, побудовані як такі, у яких наратор залучений у подію, може включати персональний досвід, емоції, орієнтацію на певного читача.

«Hard» news та «Soft» news – це різні формати однієї й тієї ж події, що реалізовані через певного типу нарації. Саме тому, вважає Хелен Фултон «усі новини є наративними» (Fulton, 2005: 228). Дослідниця називає певні «нاراتивні стратегії, що є типовими для новинного

дискурсу: кут подачі, завершеність, індивідуалізація, фокалізація, хронологія» (Fulton, 2005: 232).

Наприклад, кут подачі – це певні шаблони, які можна порівняти із сюжетами в наративних жанрах: заголовок, лід, принцип перевернутої піраміди встановлюють кут зору й підкреслюють сюжет, показуючи нам особливий тип наративу. Це можуть бути негативні або позитивні наративні позиції: наприклад, паніка, страшні історії, політичні проблеми, ексцентричні історії, виробничі проблеми, мистецькі події тощо.

Завершеність переважно має форму ліду. Це те, що читач повинен знати в першу чергу. У звичайних наративах читач дізнається про все наприкінці тексту, такими можуть бути м'які новини.

Індивідуалізація – подія, що асоціюється зі специфічними акторами. У кожній новині є так званий «герой» або «характер» навіть тоді, коли речі представлені в нейтральному ракурсі. Новини не стільки акцентують увагу на історії, скільки активізують подію через індивідуалізацію більше, ніж через інституалізацію (Fulton, 2005). Стратегія індивідуалізації має особливі ідеологічні наслідки, які встановлюють точку зору, що соціальний порядок активно включений і детермінований індивідами більшою мірою, ніж соціальними структурами. Стратегія індивідуалізації є маркером новинного дискурсу, особливо в м'яких новинах й історіях із людським інтересом *human interests stories* (у журналістиці історія, що представляє людський інтерес, здебільшого має форму нарису, у якому емоційно обговорюються люди або тварини. Проблеми людини представлені таким чином, щоб викликати співчуття, інтерес, викликати мотивацію в читача або глядача). Також варто підкреслити, що «індивідуалізація як стратегія працює на утвердження ідеології особистості як самовизначеного суб'єкта, відповідального за проблеми та їх розв'язання» (Fulton, 2005: 238).

Фокалізація, або настрій, фокусування (*mood*), – це наративний концепт, який відсилає до точки зору, через який описані новини або показані аудиторії. Ж. Женетт (Genette, 1966–1972) виділяє нульове фокусування (*zero focalization*), внутрішнє фокусування (*internal focalization*) та зовнішнє фокусування (*external focalization*). Це основні функціональні наративи, що відсилають до різних перспектив. Зокрема, оповідь від першої чи третьої особи, що представляє інтернальні чи екстернальні стратегії повідомлення. Наприклад, у жорстких новинах оповідь переважно ведеться від екстернальної третьої особи наратора, який не претендує на ексклюзивні знання про те, як відбувалися події, що мотивувало учасників або що могли думати чи відчувати різні персонажі. Екстернальна фокалізація створює ефект правдивості з одного боку, з іншого – наративний голос, що представляє *common sense* позицію, неминуче представляє домінуючі ідеології та мейнстрим або домінуючі інтереси в соціумі. «Екстернальна фокалізація по відношенню до одного персонажа інколи може бути з таким самим успіхом визначена як внутрішня фокалізація по відношенню до іншого» (Ильин, 2001: 318).

Хронологія як наративний принцип побудови оповіді – це часова рамка, яка вбудована в сюжет, де подія, як правило, розгортається в різних часових просторах залежно від фокалізації й типу події. Медіапповідомлення відредаговані таким чином, щоб дати читачеві картину миттєвого шматка життя, соціотемпоральний зріз дійсності, де часові дискурси працюють на розв'язання сьогоденних проблем.

Нарація в медіа відрізняється від звичайної оповіді тим, що вона має *re-mediation* якості. Наприклад, наративні якості кіноіндустрії репрезентують комплексні компоненти: технічні, естетичні, музичні, політичні тощо. Медіанарації, як і традиційні (романи, драми, опери), установлюють різні трансмедійні конвенції, щоб зробити сторітелінг багатостороннім. Більшість цих конвенцій стосується унікального мистецтва редагування: у

кіно це з'єднання різних кадрів для створення єдиної картини або повного наративу. Інші компоненти – це способи компоновання образів у кадрі.

Традиційно в кіно, а тепер і в соціальних мережах TikTok, YouTube є два виразних компоненти: монтаж і мізансцена. Сюди також відносять звуки, які створюють значення й настрій, камеру, що створює фрейми, композицію, рухи предметів і людей. Важливим є редагування, наприклад, редактор визначає, як одні кліпи поєднати з іншими. Мізансцена – це все, що ми бачимо в кадрі: студія, пленер, образи, костюми, мейкап, декорації тощо. Наративні конвенції у візуальних медіа засновані на реалістичному кадрі більше, ніж в інших медіа. На ранній стадії розвитку відеонаративу саме кадр був головним компонентом: згадаємо фільм братів Льюїс «Прибуття потягу на вокзал Ла Сьота». Тут ще немає сюжету, але вже втілений аристотелівський принцип місця, часу й дії.

Один із показових прикладів використання нарративного аналізу у вивченні журналістських творів дає Нора Бернінг (Berning, 2011), де вона систематизує структурні елементи розповіді й виділяє п'ять категорій аналізу, кожна з яких складається з під категорій. Ця модель здається нам одним із найуспішніших прийомів застосування нарративного аналізу в дослідженні журналістських творів традиційного формату.

Голос (Voice):

- оповідач-учасник (Homodiegetic narration);
- оповідач-спостерігач, не учасник (Heterodiegetic narration).

Настрій, фокалізація (Ж. Женетт (Genette G. (1966–1972) (фокусування) (Mood):

- нульове фокусування (Zero focalization);
- внутрішнє фокусування (Internal focalization);
- зовнішнє фокусування (External focalization).

Часовий порядок (Temporal order):

- хронологічний (Chronological order);
- нохронічний, із порушенням хронології (Achronological order).

Наративний простір (Narrative space):

- рамковий (фонове) (Frame space);
- тематичний (Thematized space).

Характеристика (Characterization):

- оповідна (Narratorial characterization);
- фігуральна – образна (Figural characterization).

Якщо проаналізувати категорію настрою, або фокалізації, спрямовану на певне фокусування, то через це можна виявити владні експансії тексту. Настрій, або фокалізація (Ж. Женетт (Genette, 1966–1972)), (фокусування) (Mood), поділяється на нульове фокусування (Zero focalization), тобто всезнаючого автора, внутрішнє фокусування (Internal focalization) говорить лише про те, що знає, і зовнішнє фокусування (External focalization) менше, ніж знає окремий персонаж, обмежується лише описом поведінки.

Проаналізуємо новину про відправлення британських військовослужбовців в Україну від 05–06.02.2022 у різних медіа:

– британському The Mirror (Warburton, 2022, лютий 5): Over 100 British elite troops sent to Ukraine amid fears of imminent Russian invasion;

– російському «РИА Новости» (Британія отправила на Украину более ста спецназовцев (2022, февраль 6));

– українському «УНІАН» (Воробей, О. «Неминуче вторгнення»: Британія відправила в Україну елітний спецназ – The Mirror, 2022, лютий 6).

В усіх трьох публікаціях оповідачі представлені як гетеродієгетичні спостерігачі. (Єфименко, 2012).

В українських і російських новинах бачимо посилання на першоджерело – британську газету *The Mirror* від 5 лютого 2022: *«Понад 100 британських елітних військовослужбовців відправлено в Україну через побоювання неминучого російського вторгнення»* (Warburton, 2022, лютий 5), де новина представлена як внутрішнє фокусування. Наратор використовує інформацію, яку знає: *«Вважається, що вони допомагають навчати український спецназ тактики боротьби з повстанцями, снайперської стрільби та диверсій... Тим часом Росія почала обладнати десятки військових польових шпиталів неподалік свого кордону з Україною, підживлюючи побоювання неминучого вторгнення»* (Warburton, 2022, лютий 5).

В українському джерелі «УНІАН» від 6 лютого 2022 *«Неминуче вторгнення»*: Британія відправила в Україну елітний спецназ. *«За даними видання, погрози з боку Росії викликають у країн НАТО серйозні побоювання. Через «неминучість» вторгнення Кремля на територію України прем'єр-міністр Борис Джонсон і президент Франції Еммануель Макрон обговорили ситуацію»* (Воробей, О. *«Неминуче вторгнення»*: Британія відправила в Україну елітний спецназ – *The Mirror*, 2022, лютий 6).

Українське джерело дає найбільш нейтральний наратив, який ми можемо класифікувати як зовнішнє фокусування.

У російському джерелі «РИА Новости» у новині спостерігаємо нульове фокусування, тобто автор виступає в ролі всезнаючого наратора. *«У Москві нагадують, що Київ не дотримується Мінських угод: українська влада зосередила біля лінії зіткнення половину особового складу армії та обстрілює ополченців із забороненої зброї... У Кремлі та МЗС неодноразово зазначали, що мета вкидання «про агресію» – наростити іноземне угруповання біля російських кордонів. Там також пояснювали, що основною причиною ескалації є дії США та НАТО, які накачують Україну озброєннями, тим самим підштовхуючи її до військових авантур»* (Чи бути війні в Україні: до чого готують росіян, 2022, червень 21). Когерентність у медіатексті задається так званими «арками» – сигналами різних наративних технік. Наприклад, арка «Шок і трепет» передувала в медіа США перед вторгненням США в 2003 році в Ірак. Ця арка працювала в контексті виправдання вторгнення. Це сила наративу, його театральність і драматизм. У цьому є й слабка сторона наративного аналізу, оскільки багато в такому наративі відбувається між рядками, але сильна сторона в тому, що ми бачимо, як відбувається пропаганда ідей при тому, що вони не озвучені. Наприклад, арки: «Україна – це Європа», «Росія – спонсор тероризму» – виконують ідеологічну роль, охоплюють певні сфери й тематику медіапростору.

Якщо проаналізувати відмінність відеонаративу, побачимо, що він має особливу темпоральну структуру, зокрема фабульний час, сюжетний час, екранний час, а також frequency – частотність, тобто як часто той чи інший голос чи подія репрезентовані у фільмі або відеоролику. Не важко побачити, як у сучасному кіно змінюється частотність кадрів, на відміну від попередніх стандартів. Відеоролики в соціальних медіа мають тенденцію до скорочення часу й частотності кадрів. Наприклад, у соціальній мережі TikTok алгоритми обмежують час.

Текст наративу запрошує в його світ. Таким чином у ньому формується значення. Наприклад, телепередачі побудовані з урахуванням того, що під час перегляду людина буде «перестрибувати» з одного каналу на інший. За таких умов спосіб формування значення буде іншим, на відміну від ситуації, коли б людина дивилася весь текст безперервно. Який буде вплив і сприйняття аудиторії, якщо, наприклад, опера Вагнера «Смерть богів» перериватиметься рекламою памперсів? Медіанаративи активно використовують класику. Наприклад, «Політ Валькірій» з опери Вагнера «Кільце Нібелунгів» використаний у фільмі

«Апокаліпсис сьогодні». Тут фрагменти класики, вплетені в медіанаратив, підсилюють враження й додають напруги до дії.

Соціальний контекст телебачення побудований не на основі «арки», а на принципі потоку. Це притаманно мильним операм, які зв'язують в одне ціле багато сюжетних ліній у часі й здебільшого не мають кінця навіть для сценаристів: вони пишуть сценарії всього за декілька тижнів до того, як їх побачать глядачі. Це відкрита структура, яка може тягнутися десятиліттями. На думку Р. Аллена, який написав «Мильні опери по всьому світу» (Allen, Robert, 1995), мильні опери входять у життя глядача так само, як проходить їхнє життя. Глядачі стають учасниками колективної історії, яку переживають герої. Цей висновок можна екстраполювати на все телебачення, тому що більша частина продуктів ТБ організовані в незалежні замкнуті епізоди.

У наративному аналізі візуальних медіа, зокрема кіно або серіалів, можна використовувати систему кодів, через які відбувається оповідь.

1. Технічний код (звуки, камера, дизайн, редагування).

2. Вербальний код – специфічні жаргони, синтаксис. Наприклад, у серіалі «Спіймати Кайдаша» герої говорять суржиком, що підкреслює їх соціальний статус, лише Мелашка – чистою літературною мовою. Фразеологізм «спіймати Кайдаша» (Кокора, 2022, червень 26) означає зажуритися чи задуматися над життям (Кокора, 2022, червень 26).

3. Символічний код – знаки й символи. Вищезазначений серіал має символічні коди. Конфлікт двох братів Карпа й Лавріна символізує різні погляди на події в часи Майдану.

4. Структурний код – початок, середина, кінець. Рівновага – порушення рівноваги (розпізнавання, розв'язання проблеми) – нова рівновага. Слід зазначити, що в серіалах спостерігаємо порушення рівноваги саме наприкінці серій, щоб стимулювати глядача дивитися далі.

5. Код характеру. Як відомо, В. Пропп (Пропп, 1928) виділив 8 типів ролей, які можуть з'явитися в історії: 1) антагоніст, шкідник; 2) герой; 3) дарувальник; 4) помічник; 5) царівна; 6) батько царівни; 7) відправник; 8) помилковий герой.

У наративі використовують принцип бінарних опозицій: добро – зло, любов – ненависть, старий – молодий, розумний – дурний тощо. У серіалі «Спіймати Кайдаша» є різні драматичні конфронтації між усіма членами родини, Мелашка добра, тиха, а Мотря зла, галаслива. Карпо – конформіст, Лаврін політично свідомий.

Медіатексти є складними текстами, які репрезентують дійсність через оповідні стратегії в певному культурно-історичному дискурсі. Це означає, що сучасний наративний аналіз ураховує специфіку медіа, роль читача й «герменевтику підозри» П. Рікера (Ricoeur, 2012) у контексті сучасного переосмислення медіа в розумінні їх як багатовимірного феномена, який генерує сенси, є способом переживання часу й інструментом конструювання ідентичності.

Висновки

У статті окреслено основні наративні підходи до аналізу медіатекстів. Було з'ясовано, що наративний аналіз розкриває оповідні стратегії, якими медіа репрезентує дійсність. Закони медіації дозволяють «одягнути» оповідь у різні форми й жанри, включити різні «голоси»: політичний, історичний, інструментальний, теологічний, енігматичний тощо.

Медіанарації, як і традиційні (романи, драми, опери), установлюють різні трансмедійні конвенції, щоб зробити сторітелінг багатостороннім. Більшість цих конвенцій стосується мистецтва редагування: наприклад, у газетах і журналах текст, як правило, редагують, виходячи з лінгвостилістичних, жанрових й ідеологічних позицій, у кіно – це з'єднання різних кадрів для створення єдиної картини або повного наративу. Один із прикладів

використання наративного аналізу у вивченні журналістських творів ми представили в аналізі різних новинних повідомлень на одну тему про відправлення британських військовослужбовців в Україну .

Використовуючи наративний аналіз та реконструкцію медіатексту, спростовуємо ідею про те, що факти в журналістиці представлені нейтрально. Тексти масової комунікації й журналістські матеріали є складними текстами, які прагнуть не тільки інформувати, навчати й розважати, а й змінювати сприйняття дійсності й ідентичність у певному культурно-історичному дискурсі. Використання наративного аналізу медіаповідомлень дозволило нам розкрити оповідні стратегії медіатекстів у різних медіа (новини, телесеріал) і пояснити, яким чином наративні рівні медіа репрезентують різні владні дискурси, як вони репрезентують ідеологічну площину й міфи в сучасному соціокультурному дискурсі.

Література

- Allen, R. (1995). *To Be Continued... Soap Operas Around the World*, London, 408.
- Allen, S. (1999). *News Culture*. Open University Press: Buckingham, 235.
- Ankersmit, F. (1983). *Narrative logic. A semantic analysis of the historian's language*, Den Haag, Nijhoff, 242.
- Barthes, R. (1964). *Essais Critiques*. Paris, 288.
- Berning, N. (2011). Narrative Journalism in the Age of the Internet: New Ways to Create Authenticity in Online Literary Reportages. <http://www.uni-muenster.de/textpraxis/noraberning-narrative-journalism-in-the-age-of-the-internet>
- Bruner, J. (2022, травень 25). The narrative Construction of reality. https://www.sas.upenn.edu/~cavitch/pdf-library/Bruner_Narrative.pdf
- Chomsky, N., Herman, E. (1995). *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*, New York, 257.
- Fulton, H. (2005). *Film narrative and visual cohesion*. Narrative and media. Cambridge, New York, Melbourne, Madrid, Cape Town, Singapore, Sao Paulo.
- Fulton, H. (2005). *Print news as narrative*. Narrative and media. Cambridge, New York, Melbourne, Madrid, Cape Town, Singapore, Sao Paulo.
- Fulton, H. (2005). *Analysing the discourse of news*. Narrative and media. Cambridge, New York, Melbourne, Madrid, Cape Town, Singapore, Sao Paulo.
- Genette, G. (1966–1972). *Figures*. Paris: Seuil.
- Hartley, J. (1982). *Understanding News*. London, 68.
- Huisman, R. (2005). Narrative concepts. *Narrative and media*. Sydney, New South Wales, 153–172.
- Jacey, N. (2000). *Narrative and Genre. Key concepts in media studies*. PALGRAVE, New York, 268.
- Jameson, F. (1981). *The political unconscious: Narrative as a socially symbolic act*. Ithaca, 312.
- Levi-Strauss, C. (1963). *Structural Anthropology*. New York, 440.
- Lubbock, P. (1957). *The craft of fiction*. New York, 274.
- Lyotard, J.-F. (1979). *La Condition postmoderne. Rapport sur le savoir*. Paris, 128.
- Poulet, G. (1977). *Entre moi et moi. Essais sur la conscience de soi*. Paris, 280.
- Ricoeur, P. (2012). *Time and narrative*. University of Chicago Press, Chicago.
- Riessman, C. (1993). *Narrative Analysis*. Sage Publications. Thousand Oaks, United States, 88.
- Schulman, N. (1990). A narrative theory approach to understanding news and journalistic form. *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, Vol. 11, Issue 1, 3–19.
- Stanzel, F. (1979). *Theorie des Erzählens*. Gottingen, 85.

- Todorov, Tz. (1978). *Les genres de discours*. Paris, 298.
- Turow, J. (2003). *Media Today: An introduction to Mass Communication*, Boston – New York, Houghton Mifflin, 712.
- Warburton, D. (2022, лютий 5). Over 100 British elite troops sent to Ukraine amid fears of an imminent Russian invasion. *The Mirror*. <https://www.mirror.co.uk/news/world-news/over-100-british-elite-troops-26150282>
- White, H. (1973). *Tropics of discourse. Essays in cultural criticism*. Baltimore and London, 283.
- Бергер, П., Луман Т. (1995). *Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания*. Москва, 258.
- Богачевська, І. (2006). Постмодерністські нарративні концепції та сучасна протестантська біблійна герменевтика. *Релігія і церква в історії України*. Полтава, 39–47.
- Британія отправила на Україну більше ста спецназовців (2022, февраль 6). РІА Новості. <https://ria.ru/20220206/ukraina-1771315545.html>
- Брокмейер, І. (2000). Нарратив: проблеми и обещания одной альтернативной парадигмы. *Вопросы философии*, № 3, 29–42.
- Воробей, О. (2022, лютий 22). «Неминуче вторгнення»: Британія відправила в Україну елітний спецназ – *The Mirror*. УНІАН. <https://www.unian.ua/war/neminuche-vtorgnennya-britaniya-vidpravila-v-ukrajinu-elitniy-specnaz-the-mirror-novini-vtorgnennya-rosiji-v-ukrajinu-11695240.html>
- Греймас, А., Курте, Ж. (1983). Семиотика: объяснительный словарь теории языка. *Семиотика*. Москва, 483–550.
- Дьяковська, Г. (2017). Нарратив як складова дискурсивної реальності. *Схід*, №5, 151.
- «ДНР» та «ЛНР»: терористи, сепаратисти чи окупанти? Проблема правової кваліфікації (2018, квітень 5). *Democracyhouse.com*. <http://www.democracyhouse.com.ua/ua/2018/dnr-ta-lnr-teroristi-separatisti/>
- Еко, У. (2004). *Роль читача. Дослідження семиотики текстів*. Львів, 652.
- Єфименко, В. (2012). Фокалізація та медіація в сучасних нарративах. *Наукові записки. Серія «Філологічна»*, Вип. 29. Острог, 67–68.
- Ильин, И. (2001). *Постмодернизм: словарь терминов*. Москва, 384.
- Кокора А.-Л. (2022, червень 26). У наших серіалах не зрозуміло, дія відбувається у Києві чи Москві. У «Спіймати Кайдаша» – в селі Семигори. *Gazeta.ua*. https://gazeta.ua/articles/culture-journal/_u-nashih-serialah-ne-zrozumilo-diya-vidbuvayetsya-u-kiyevi-chi-moskvi-u-spijmati-kajdasha-v-seli-semigori/963201
- Лакан, Ж. (1977). *Инстанция буквы в бессознательном, или судьба разума после Фрейда*. Москва, 184.
- Лотман, Ю. (1970). *Структура художественного текста*. Москва, 384.
- Місюра, С. (2022, травень 27). «Спеціальна військова операція»: кремль не розрахував з таймінгом і сильною позицією Заходу. *Армія Інформ*. <https://armyinform.com.ua/2022/05/27/speczialna-vijskova-operaciya-kreml-ne-rozrahuvav-z-tajmingom-i-sylnoyu-pozycziyeyu-zahodu/>
- Мішалова, О. (2009). Нарратив як предмет і метод міждисциплінарних досліджень в сучасному гуманітарному пізнанні. *Актуальні проблеми духовності*. Дніпропетровськ, 167–181.
- Папуша, І. (2002). Що таке наратологія? (огляд концепцій). *Наратологічна наукова група*. Тернопіль, 29–46.
- Почепцов, Г. (2012). *Від Facebook'у і Гламуру до WikiLeaks*. Київ, 464.
- Пропп, В. (1928). *Морфология сказки*. Ленинград, 152.

- СМІ узнали об отправке более ста британских спецназовцев на Украину (2022, лютий 6). РІА новости. <https://ria.ru/20220206/ukraina-1771315545.html>.
- Соссюр, Ф. (1977). *Труды по языкознанию*. Москва, 696.
- Стеблина, Н. (2022, серпень 2). Чи транслює Meduza нарлативи російської пропаганди? Детектор медіа. <https://detector.media/kritika/article/201487/2022-08-01-chy-translyuie-meduza-naratyvy-rosiyskoi-propagandy/>
- Троцук, І. П. (2004). *Рикёр П. Память, история, забвение*. Москва, 728. Троцук, І. П. (2004). Нарратив как междисциплинарный методологический конструкт в современных социальных науках. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология*. 2004. № 6-7. <https://cyberleninka.ru/article/n/narrativ-kak-mezhdistsiplinarnyy-metodologicheskii-konstruk-t-v-sovremennyh-sotsialnyh-naukah>.
- Фейки і нарлативи (2022, серпень 2). Інститут масової інформації. <https://imi.org.ua/monitorings/fakes-and-narratives>
- Фуко, М. (2003). *Археологія знання*. Київ: Основи, 326.
- Чи бути війні в Україні: до чого готують росіян (2022, червень 21). Правда. Волинь. <https://pravda.volyn.ua/chy-butuy-vijni-v-ukraini-do-choho-hotuiut-rosiiian/>
- Як місцевий паблік окупованої Макіївки (2022, серпень 1). Інститут масової інформації. <https://imi.org.ua/monitorings/yak-mistsevyj-pablik-makiyivky-stav-ruporom-kremlivskoyi-propagandy-i47024>

References

- Allen, R. (1995). *To Be Continued... Soap Operas Around the World*, London, 408.
- Allen, S. (1999). *News Culture*. Open University Press: Buckingham, 235.
- Ankersmit, F. (1983). *Narrative logic. A semantic analysis of the historian's language*, Den Haag, Nijhoff, 242.
- Barthes, R. (1964). *Essais Critiques*. Paris, 288.
- Berning, N. (2011). Narrative Journalism in the Age of the Internet: New Ways to Create Authenticity in Online Literary Reportages. <http://www.uni-muenster.de/textpraxis/nora-berning-narrative-journalism-in-the-age-of-the-internet>
- Bruner, J. (2022, травень 25). The Narrative Construction of Reality. https://www.sas.upenn.edu/~cavitch/pdf-library/Bruner_Narrative.pdf
- Chomsky, N., Herman, E. (1995). *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*, New York, 257.
- Fulton, H. (2005). *Film narrative and visual cohesion*. //Narrative and media. Cambridge, New York, Melbourne, Madrid, Cape Town, Singapore, Sao Paulo.
- Fulton, H. (2005). *Print news as narrative*. //Narrative and media. Cambridge, New York, Melbourne, Madrid, Cape Town, Singapore, Sao Paulo.
- Fulton, H. (2005). *Analysing the discourse of news*. //Narrative and media. Cambridge, New York, Melbourne, Madrid, Cape Town, Singapore, Sao Paulo.
- Genette, G. (1966–1972). *Figures*. Paris: Seuil.
- Hartley, J. (1982). *Understanding News*. London, 68.
- Huisman, R. (2005). Narrative concepts. *Narrative and media*. Sydney, New South Wales, 153–172.
- Jacey, N. (2000). *Narrative and Genre. Key concepts in media studies*. PALGRAVE, New York, 268.
- Jameson, F. (1981). The political unconscious: Narrative as a socially symbolic act. Ithaca, 312.

- Levi-Strauss, C. (1963). *Structural Anthropology*. New York, 440.
- Lubbock, P. (1957). *The craft of fiction*. New York, 274.
- Lyotard, J.-F. (1979). *La Condition postmoderne. Rapport sur le savoir [The Postmodern Condition. Knowledge report]*. Paris, 128 [in French].
- Poulet, G. (1977). *Entre moi et moi. Essais sur la conscience de soi [Between me and me. Essays on self-awareness]*. Paris, 280 [in French].
- Ricoeur, P. (2012). *Time and narrative*. University of Chicago Press, Chicago.
- Riessman, C. (1993). *Narrative Analysis*. Sage Publications. Thousand Oaks, United States, 88.
- Schulman, N. (1990). A narrative theory approach to understanding news and journalistic form. *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, Vol. 11, Issue 1, 3–19.
- Stanzel, F. (1979). *Theorie des Erzählens [Storytelling theory]*. Göttingen, 85 [in German].
- Todorov, Tz. (1978). *Les genres de discours [The kinds of speeches]*. Paris, 298 [in French].
- Turow, J. (2003). *Media Today: An introduction to Mass Communication*, Boston – New York, Houghton Mifflin, 712.
- Warburton, D. (2022, лютий 5). Over 100 British elite troops sent to Ukraine amid fears of imminent Russian invasion. *The Mirror*. <https://www.mirror.co.uk/news/world-news/over-100-british-elite-troops-26150282>
- White, H. (1973). *Tropics of discourse. Essays in cultural criticism*. Baltimore and London, 283.
- Berger, P., Luman T. (1995). *Socialnoe konstruirovaniye realnosti: traktat po sociologii znaniya [Social construction of reality: a treatise on sociology with knowledge]*. Moscow, 258.
- Bohachevska, I. (2006). Postmodernistski naratyvni kontseptsii ta suchasna protestantska bibliina hermenevtika [Postmodern narrative concepts and contemporary Protestant biblical hermeneutics]. *Relihiia i tserkva v istorii Ukrainy [Religion and church in the history of Ukraine]*. Poltava, 39–47.
- Britaniya otpravila na Ukrainu bolee sta specnazovcev [The British sent more than one hundred special forces to Ukraine] (2022, fevral 6). RIA Novosti [RIA News]. <https://ria.ru/20220206/ukraina-1771315545.html>
- Brokmejer, I. (2000). Narrativ: problemy i obeshaniya odnoj alternativnoj paradigmy [Narrativ: problems and association of one alternative paradigm]. *Voprosy filosofii [Questions of philosophy]*, 3, 29–42.
- Chy buty viini v Ukraini: do choho hotuiut rosiian [Whether there will be a war in Ukraine: what are Russians preparing for] (2022, cherven 21). Pravda. Volyn. [Truth. Volyn] <https://pravda.volyn.ua/chy-but-y-vijni-v-ukraini-do-choho-hotuiut-rosiian/>
- Diakovska, H. (2017). Narativ yak skladova dyskursyvnoi realnosti [Narrative as part of discursive reality]. *Skhid [East]*, 5, 151.
- «DNR» ta «LNR»: terorysty, separatysty chy okupanty? Problema pravovoi kvalifikatsii [«DPR» and «LPR»: terrorists, separatists or occupiers? The problem of legal qualifications] (2018, kviten 5). Democracyhouse.com. <http://www.democracyhouse.com.ua/ua/2018/dnr-ta-lnr-teroristi-separatisti/>
- Eko, U. (2004). *Rol chytacha. Doslidzhennia semiotyky tekstiv [The role of the reader. Research of semiotics of texts]*. Lviv, 652.
- Feiky i naratyvy [Fakes and narratives] (2022, serpen 2). Instytut masovoi informatsii [Institute of Mass Information]. <https://imi.org.ua/monitorings/fakes-and-narratives>
- Fuko, M. (2003). *Arkheolohiia znannia [Archaeology of knowledge]*. Kyiv: Osnovy, 326.
- Grejmas, A., Kurte, Zh. (1983). *Semiotika: obyasnitelnyj slovar teorii yazyka. Semiotika [Semiotics: an obscure dictionary of the theory of language. Semiotics]*. Moscow, 483–550.
- Ilin, I. (2001). *Postmodernizm: slovar terminov [Postmodernism: dictionary of termines]*. Moscow, 384.

- Kokora A.-L. (2022, červen 26). U nashykh serialakh ne zrozumilo, diia vidbuvaietsia u Kyievi chy Moskvi. U «Spiimaty Kaidasha» – v seli Semyhory [In our series, it is not clear whether the action takes place in Kiev or Moscow. In «Catch the Kaidash» – in the village of Semigory]. Gazeta.ua. https://gazeta.ua/articles/culture-journal/_u-nashih-serialah-ne-zrozumilo-diya-vidbuvayetsya-u-kiyevi-chi-moskvi-u-spijmati-kajdasha-v-seli-semigori/963201
- Lakan, Zh. (1977). *Instanciya bukvy v bessoznatelnom, ili sudba razuma posle Frejda* [The instance of the letter in the unconscious, or the fate of the mind after Freud]. Moscow, 184.
- Lotman, Yu. (1970). *Struktura hudozhestvennogo teksta* [The structure of the artistic text]. Moscow, 384.
- Mishalova, O. (2009). Narrativ yak predmet i metod mizhdystsyplinarykh doslidzhen v suchasnomu humanitarnomu piznanni [Narrative as a subject and method of interdisciplinary research in modern humanitarian cognition]. *Aktualni problemy dukhovnosti* [Actual problems of spirituality]. Dnipropetrovsk, 167–181.
- Misiura, S. (2022, traven 27). «Spetsialna viiskova operatsiia»: kreml ne rozrakhuvav z taiminhom i sylnoiu pozytsiieiu Zakhodu [«Special military operation»: the Kremlin did not count on the timing and strong position of the West]. *Armiia Inform* [Army Inform]. <https://armyinform.com.ua/2022/05/27/speczialna-vijskova-operaciya-kreml-ne-rozrahuvav-z-tajmingom-i-sylnoyu-pozycziyeyu-zahodu/>
- Papusha, I. (2002). *Shcho take naratolohiia? (ohliad kontseptsii)* [What is naratology? (overview of concepts)]. *Naratolohichna naukova hrupa* [Naratological Research Group]. Ternopil, 29–46.
- Pocheptsov, H. (2012). *Vid Facebooku i Hlamuru do WikiLeaks* [From Facebook and Glamour to WikiLeaks]. Kyiv, 464.
- Propp, V. (1928). *Morfologiya skazki* [Morphology of a fairy tale]. Leningrad, 152.
- SMI uznali ob otpravke bolee sta britanskih specnazovcev na Ukrainu [SMY learned about the dispatch of more than a hundred British special forces to Ukraine] (2022, lyutij 6). *RIA novosti* [RIA News]. <https://ria.ru/20220206/ukraina-1771315545.html>.
- Sossyur, F. (1977). *Trudy po yazykoznaniiu* [Works on language]. Moscow, 696.
- Steblyna, N. (2022, serpen 2). Chy transliuie Meduza naratyvy rosiiskoi propahandy? [Does Meduza broadcast russian propaganda narratives?] *Detektor media* [Detector Media]. <https://detector.media/kritika/article/201487/2022-08-01-chy-translyuie-meduza-naratyvy-rosiyskoi-propagandy/>
- Trocuk, I. P. (2004). *Rikyor P. Pamyat, istoriya, zabvenie* [Ricoeur P. Memory, history, oblivion]. Moscow, 728. Trocuk, I. P. (2004). Narrativ kak mezhdisciplinarnyj metodologicheskij konstrukt v sovremennyh socialnyh naukah [Narrative as an interdisciplinary methodological construct in modern social sciences]. *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Sociologiya* [Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Sociology], 6–7. <https://cyberleninka.ru/article/n/narrativ-kak-mezhdistsiplinarnyy-metodologicheskij-konstrukt-v-sovremennyh-sotsialnyh-naukah>.
- Vorobei, O. (2022, liutyi 22). «Nemynuche vtorhnennia»: Brytaniia vidpravyla v Ukrainu elitnyi spetsnaz – The Mirror [«Invasion imminent»: Britain sent elite special forces to Ukraine - The Mirror]. UNIAN. <https://www.unian.ua/war/nemynuche-vtorgnennya-brytaniya-vidpravila-v-ukrajinu-ELITNIY-SPECNAZ-THE-MIRROR-NOVINI-VTORGNENNYA-ROSII-V-UKRAJINU-11695240.html>
- Yak mistsevyi pablik okupovanoi Makiivky [As a local public of the occupied Makeyevka] (2022, serpen 1). *Instytut masovoi informatsii* [Institute of Mass Information]. <https://imi.org.ua/monitorings/yak-mistsevyj-pablik-makiyivky-stav-ruporom-kremlivskoyi-propagandy-i47024>

Yefymenko, V. (2012). Fokalizatsiia ta mediatsiia v suchasnykh naratyvakh [Focalization and mediation in modern narratives]. *Naukovi zapysky. Seriiia «Filolohichna» [Scientific notes. Series «Philological»]*, 29, Ostroh, 67–68.

Оповідні стратегії сучасного медіатексту

Ніна Зражевська,

професорка, доктор наук із соціальних комунікацій,
професорка кафедри журналістики та нових медіа
Київського університету імені Бориса Грінченка
(м. Київ, Україна).

Анотація

Метою дослідження вважаємо виявлення головних концептуальних нарративних концепцій медіадискурсу та ілюстрацію того, як нарративний аналіз розкриває оповідні стратегії медіатексту, що у свою чергу дає ґрунт для виявлення прихованих змістів, ідеологій, міфів, навіть у структурі так званих ненаративних медіа – новинної журналістики.

Методи й методика дослідження. Відповідно до теорії наративу у своєму дослідженні ми поклали в основу нарративного аналізу медіа два провідних підходи: 1) синтагматичний (заснований на роботах В. Проппа (1928) – послідовність розвитку нарративного сюжету з акцентом на ланцюжок дій і подій, теми у мотиви; 2) парадигматичний (ідеї К. Леві-Стросса (1963) – вибір стилістичних засобів, що оформляють наратив і прагматичні риси соціального й культурного контексту.

Результати й обговорення. У дослідженні ми розглядаємо медіанаратив як когерентний оповідний феномен, що пов'язаний із вагомими впливовими ідеями світу. Твердження про те, що факти в жорстких медіа представлені нейтрально, спростовуються нарративним аналізом та реконструкцією медіатексту. Такий підхід до медіатексту актуалізує «герменевтику підозри» П. Рікера (Ricoeur, 2012), що виражає недовіру до «реальності» фактів і до самої реальності. Ми доводимо, що тексти масової комунікації та журналістські матеріали зокрема є складними текстами, які прагнуть не тільки інформувати, навчати й розважати, а й змінювати сприйняття дійсності й ідентичність у певному культурно-історичному дискурсі.

Висновки. Використання нарративного аналізу медіаповідомлень дозволяє розкрити оповідні стратегії запропонованих медіатекстів у різних медіа (новини, телесеріал) і пояснити, яким чином нарративні рівні медіа репрезентують різні владні дискурси, як вони репрезентують ідеологічну площину й міфи в сучасному соціокультурному дискурсі.

Ключові слова: наратив, оповідні стратегії, фокалізація, медіатекст, нарративний поворот, новинні жанри, герменевтика підозри.

Submitted to the editor – 03.05.2022

Review 1 – 08.06.2022

Review 2 – 15.06.2022

Accepted for printing – 06.08.2022

Подано до редакції – 03.05.2022

Рецензія 1 – 08.06.2022

Рецензія 2 – 15.06.2022

Прийнято до друку – 06.08.2022

