

УДК 81'42

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.26.1.35>

КОНЦЕПЦІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ МЕДІАДИСКУРСУ

CONCEPT AND METHODOLOGY OF MEDIA DISCOURSE

Пянківська І.В.,

orcid.org/0000-0002-0818-644

кандидат філологічних наук, доцент,

докторант

Інститут філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Статтю присвячено визначенню концепції і методології дослідження медіадискурсу як особливого виду дискурсу.

У статті представлено та узагальнено підходи до тлумачення поняття «дискурсу» в межах англо-американської, французької та німецької шкіл. Розглянуто багаторівневу практичну модель для аналізу лінгвістичного дискурсу, яка враховує міждисциплінарний характер цього феномену та передбачає інтратекстуальний рівень (лексичний, синтактичний, стилістичний, прагматичний аналіз корпусу текстів), дослідження дискурсивних дій (вивчення інтеракційних ролей, дискурсивних позицій та особливостей медіації) та транстекстуальний рівень (аналіз інтертекстуальності, дискурсивно-семантичних базових фігур, топосів та інших власне дискурсивних параметрів). У статті проаналізовано підходи лінгвістів до визначення медіадискурсу та його вивчення як окремого напрямку критичного дискурсивного аналізу на основі соціально-когнітивного підходу. З-поміж основних характерних рис медіадискурсу визначено його взаємозв'язок і взаємовплив із ідеологією, використання різних медіа-засобів передачі інформації, діалогічна форма, інтердискурсивність, інтертекстуальність, мультимодальність тощо. Нові можливості масової комунікації впливають на видозміну медіадискурсу та появу його нових форм та визначають функційні особливості та методологічні підходи до комплексного вивчення цього типу дискурсу. Багаторівнева методика дослідження медіадискурсу передбачає використання структурного, функційного, тематичного, контекстуального, лінгвокогнітивного, комунікативно-прагматичного, динамічно-функціонального і прагмалінгвістичного підходів. Важливими аспектами аналізу є також гіпертекстуальність, інтерактивність, локальна безмежність, можливість синхронної комунікації, анімаційні та аудіовізуальні елементи медіадискурсу.

Ключові слова: дискурс, критичний аналіз дискурсу, медіадискурс, багаторівневий лінгвістичний аналіз дискурсу, динамічно-функціональний підхід.

The article is devoted to defining the concept and methodology of media discourse research as a special type of discourse.

The paper presents and summarizes approaches to the interpretation of discourse within the Anglo-American, French, and German concepts. A multi-level practical model for the analysis of linguistic discourse is considered, which takes into account the interdisciplinary nature of this phenomenon and involves the intratextual level (lexical, syntactic, stylistic, pragmatic analysis of the corpus of texts), the study of discursive actions (the study of interactional roles, discursive positions and features of mediation) and the transtextual level (analysis of intertextuality, discursive-semantic basic figures, topoi and other actual discursive parameters). The approaches to the definition of media discourse and its study as a separate direction of critical discursive analysis are analyzed. Among the main characteristic features of media discourse, its relationship and interaction with ideology, the use of various media means of information transmission, dialogic form, interdiscursiveness, intertextuality, multimodality, etc. are determined. The new possibilities of mass communication influence the change of media discourse and the emergence of its new forms and determine the functional features and methodological approaches to the comprehensive study of this type of discourse. The multi-level method of media discourse research involves the use of structural, functional, thematic, contextual, linguistic-cognitive, communicative-pragmatic, dynamic-functional and pragmalinguistic approaches. Hypertextuality, interactivity, local infinity, the possibility of synchronous communication, animated and audiovisual elements of media discourse are also important aspects of the analysis.

Key words: discourse, critical discourse analysis, media discourse, discourse linguistic multi-level analysis, dynamic-functional approach.

Постановка проблеми. Зміст і структура дискурсів як віддзеркалення реальності здійснюють вагомий соціальний вплив, оскільки вони визначають суспільні, культурні і глобальні зміни – екологічні катастрофи, війни, зміни політичного курсу [1, с. 9]. Саме цей факт пояснює різноманітність підходів до тлумачення поняття «дискурсу» та міждисциплінарний характер наукового вивчення цього концепту.

Особливу роль у формуванні концептуальної картини світу індивідууму та соціуму відіграє медіадискурс, оскільки сучасні мас-медіа є одним із основних засобів впливу на суспільну свідомість, мовну свідомість, політичне і культурне життя певної лінгвоспільноти. З огляду на це, цей різновид дискурсу становить актуальний предмет лінгвістичного аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Медіадискурс як динамічна багатогранна система перебуває у постійному фокусі дослідження мовознавців. Зокрема, С. Фраас, М. Клемм, А. О'Кіфф, К. Коттер узагальнюють підходи до тлумачення дискурсу та медіадискурсу і визначають ключові питання сучасних досліджень цього концепту [2; 3; 4]. Особливості медіадискурсу на матеріалі окремих мов вивчають І. Мирошниченко (на матеріалі української мови) [5], Р. Махачашвілі та А. Сидоркіна (на матеріалі японської мови) [6] та ін. Лінгвістичну концепцію і методологію зіставного вивчення дискурсу мас-медіа розвиває В. Цахур [7]. А. Полонський досліджує мовні особливості в контексті нових медіа-технологій [8].

Постановка завдання. Завданням статті є характеристика та узагальнення підходів до визначення поняття медіадискурсу, його функційних особливостей та методології лінгвістичного аналізу з метою здійснення подальших емпіричних досліджень.

Виклад основного матеріалу. К. Фраас і М. Клемм розмежовують два основні підходи до визначення поняття дискурсу: англо-американську концепцію, у фокусі якої перебуває міжособистісне мовлення, та французькі постструктуралістичні дослідження, започатковані М. Фуко і спрямовані на вивчення мови політики та міжтекстуальних відносин на суспільному рівні. Причому наголошується, що вихідним пунктом для класичного аналізу соціальних дискурсів є, перш за все, концепція М. Фуко, яка стосується інтертекстуальних відносин на соціальному рівні, а, отже, колективних когнітивних процесів, релевантних для всього суспільства.

Теоретичні засади й методологію поняття дискурсу розвивали й продовжують розвивати

в своїх наукових працях чимало дослідників у всьому світі. Вагомі емпіричні дослідження у галузі соціальних дискурсів здійснювали Гайдельберзька/Маннгеймська група (Д. Буссе, Ф. Германнс, В. Тойберт), Дюссельдорфська школа під керівництвом Г. Штютцеля (М. Юнг, К. Бюке, М. Венгелер) Ольденбурзька група під керівництвом К. Глоя [9, с. 6–13]. Дослідженням критичного аналізу дискурсу займалися насамперед лінгвісти з Дуйсбургського інституту мовних і соціальних досліджень (З. Єгер), робочі групи під керівництвом Т.А. ван Дейка (Амстердамський університет) і Р. Водак (Віденський університет), англосаксонська гілка критичного аналізу дискурсу (М. Фуко) та інші. Узагальнюючи дослідження у царині дискурсу, К. Фраас і М. Клемм виокремлюють такі підходи до визначення і вивчення дискурсу:

1. Дискурси – це набори текстів, пов'язаних за змістом (М. Фуко).

2. Дискурси – це поєднання тем у текстах (К. Зауер).

3. Дискурси – це мережі знаків, слідів і стежок сегментів знання (Д. Буссе).

4. Дискурси формують референтні значення для окремих текстів, оскільки вони існують не ізольовано, а пов'язані з іншими наявними текстами (І. Варнке).

5. Дискурси можна розуміти як «бесіди» між текстами, тобто вони характеризуються діалогічністю (З. Віхтер).

6. Дискурси відповідають системам мислення та міркувань, які абстрагуються від масиву текстів (М. Тітсманн).

7. Дискурси є формою взаємодії в суспільстві, оскільки «користувачі мови активно беруть участь у тексті та спілкуються не лише як оратори, письменники, слухачі чи читачі, але також як члени соціальних категорій, груп, професій, організацій, спільнот, суспільств чи культур» (Т.А. ван Дейк).

8. Дискурси можна розглядати як «віртуальні текстові корпуси, композиція яких визначається змістовими критеріями» (Д. Буссе/ В. Тойберт) [2, с. 2–4].

Найбільш вичерпно підходи до тлумачення концепту дискурсу висвітлено в науковій студії І. Корольова, де дослідник зазначає 43 варіанти визначення цього поняття різними науковцями та пропонує узагальнену дефініцію дискурсу у вузькому та широкому розумінні: у вузькому розумінні – «це зв'язна послідовність мовних одиниць, створювана мовцем для слухача в певний час, у певному місці, з певною

метою»; у широкому розумінні дискурс – це «складне комунікативне явище, усна мовленнєва дія, враховуючи соціальний контекст, що дає відомості про учасників комунікації та їхні характеристики, а також процеси виробництва й сприйняття повідомлення» [10, с. 286–291].

Враховуючи складність поняття дискурсу і міждисциплінарний підхід до його вивчення, І.Г. Варнке і Й. Шпітцмюллер розробили багаторівневу практичну модель для аналізу лінгвістичного дискурсу – DIMEAN (Diskurslinguistische Mehr-Ebenen-Analyse), яка являє собою послідовність етапів дискурсивного лінгвістичного аналізу і дозволяє обирати для конкретних емпіричних досліджень відповідні предметні області. За цією моделлю виокремлено такі основні рівні наукового пошуку: інтратекстуальний (добір і опрацювання корпусу текстів), аналіз дискурсивних дій, транстекстуальний. На інтратекстуальному рівні здійснюється аналіз лексичного матеріалу (ключові слова, імена, терміни), пропозицій (синтаксис, риторичні фігури, метафори, пресупозиції, імплікатури, мовленнєві акти), візуальної структури тексту, а також його макроструктури. Наступний етап – аналіз дискурсивних дій – передбачає вивчення інтеракційних ролей (автор, адресати), дискурсивних позицій (соціальна стратифікація / влада, дискурсивні спільноти, ідеологічні посередники, голос) та медіації (носій тексту, форми спілкування, сфери спілкування та шаблони тексту). Транстекстуальний рівень аналізу присвячений дослідженню власне дискурсивних параметрів (інтертекстуальність, фрейми/скрипти, дискурсивно-семантичні базові фігури, топоси, соціальна символіка, індексальні порядки, історичність, ідеології/менталітети, загальні соціальні та політичні дебати) [11, с. 23–44]. Ідею багаторівневої моделі лінгвістичного аналізу дискурсу підтримують і інші дослідники, зокрема В. Цахур визначає текстовий компонент як основу аналізу дискурсу, який тісно взаємопов'язаний з рівнем мовного вираження та рівнем знань, який функціонує як результат лінгвістичного конструювання, аргументованого обговорення та репрезентує дискурсивний світогляд. Окрім того, у цій методологічній моделі виокремлено компонент влади як показник культурно-специфічного способу мислення, який перетинається з усіма іншими компонентами і розглядається як сполучний елемент між дискурсом і культурним контекстом та виконує дискурсоінтегративну і дискурсотворчу функцію [7, с. 101–102].

Глобальна медіатизація [12, с. 362] людини і суспільства пояснюється не тільки суттєвими інноваціями в комунікативно-технологічному середовищі, а й трансформаціями в житті людей та їхній свідомості, які спричинили, з одного боку, постійну потребу в отриманні нової інформації, а з іншого – бажання публічної самопрезентації шляхом висловлення власних думок [8, с. 187–199]. При цьому першочергову роль відіграє мова медіа-засобів, яка є інструментом впливу на суспільство та формування його свідомості, оскільки, по-перше, транслює моделі структурування й оцінки соціальної інформації, які визначають етичні й естетичні норми повсякдення, та, по-друге, надає соціально-комунікативні зразки, які визначають норми самопрезентації соціальних суб'єктів та їхню взаємодію [13, с. 127].

Медіадискурс як окремий напрям критичного дискурсивного аналізу був започаткований наприкінці 1980-х років Т.А. ван Дейком із появою його ґрунтовних праць «*News analysis: case studies of international and national news in the press*» та «*News as discourse*», концепція яких спрямована на інтеграцію

теорії дискурсу з дискурсом новин, з метою його ретельного аналізу не лише на рівні тексту, а й на рівні продукції та інтерпретації [14, с. 615; 15, с. 257]. Такий підхід до новинного дискурсу був запропонований як «нова, міждисциплінарна теорія новин у пресі», покликана досліджувати масиви міжнародних новин, зокрема проблеми расизму в європейській пресі (Т.А. van Dijk *Racism and the press*, 1991). Перші англomовні підручники про мову мас-медіа були написані А. Беллом (*The language of news media*, 1991), Р. Фаулером (*Language in the news: discourse and ideology in the press*, 1991) та Н. Феркляфом (*Media discourse*, 1995). О. Бойд-Баррет у своїй праці *Language and media: a question of convergence* (1994) узагальнив та проаналізував підходи Т.А. ван Дейка, Н. Фаулера й А. Белла [14, с. 615].

Т.А. Ван Дейк започаткував окремий напрям критичного вивчення дискурсу – соціально-когнітивний підхід, виходячи з того, що приховані в текстах новин ідеологічні структури є важливішими за самі тексти і потребують спеціального аналізу. Таким чином, Ван Дейк розуміє аналіз дискурсу як аналіз ідеології, оскільки, на думку вченого, ідеології виражаються та відтворюються в дискурсі [16, с. 32]. Новинні тексти як ідеологічно упереджені дискурси поляризують «наше» (в межах певної групи) та «їхне» (поза межами групи). Базуючись на цій точці зору, Т.А. Ван

Дейк сформулював принципи вираження ідеологічних позицій, суть яких полягає у підкресленні позитивної інформації про «нас» і негативної – про «них». При цьому увага критичного дискурс-аналізу фокусується на соціальному пізнанні як на посередницькій частині між текстом і суспільством [15, с. 257–258]. Ідею про те, що в текстах новин закодовані цінності та ідеології, які впливають на суспільство та віддзеркалюють його стан, розвиває також К. Коттер, наголошуючи, що більшість лінгвістів розглядають тексти новин або з метою аналізу структури дискурсу та його лінгвістичної функції або з погляду його ідеологічного впливу. Обидва ці підходи передбачають виникнення динамічного механізму, що призводить до унікального відображення медійного дискурсу поза часом, культурою та контекстом [4, с. 416–417]. Грунтуючись на попередніх дослідженнях дискурсу новин, К. Коттер виокремлює три основні підходи до вивчення медіадискурсу: аналітичний дискурс, соціолінгвістичний і «нелінгвістичний», наголошуючи, що дослідники зазвичай поєднують аспекти всіх трьох підходів у своїх працях. Так, парадигма аналітичного дискурсу фокусується на питаннях, що стосуються учасників, теми, функції та структури дискурсу. При цьому вчені часто покладаються на соціолінгвістичне розуміння, щоб охарактеризувати якийсь вимір мови медіа, як-от варіанти та стиль, жанр і регістр. «Нелінгвістичні» студії включають роботу в галузі політології, медіа-досліджень або комунікації, певною мірою, також у культурології [4, с. 417–418].

Українська дослідниця І.Г. Мірошніченко розглядає масмедійний дискурс як «поле масової комунікації, що охоплює всі мовні практики та комунікативні ситуації з використанням різних засобів (медіа) передачі інформації» [5, с. 38] та визначає його дистинктивні особливості: медіазалежність від каналу інформації, реалістичність, мультимодальність, інтердискурсивність, спрямування на широку масову аудиторію, дистантність мовленнєвого акту, динамічність, спектаклярність, інтенсивну експресивність [5, с. 45–50].

Ірландська вчена Е. О'Кіф розуміє медійний дискурс як публічну, спродуковану, зареєстровану форму взаємодії, причому аудиторія реципієнтів може реагувати на те, що вони бачать, чують або читають, миттєво. Відповідно до цього змінилися й форми та функції медіадискурсу, зокрема підвищився рівень інтертекстуальності та скоротилися відмінності між розмовними й писемними мас-медіа (газети містять посилання на Інтернет і відео, а також звукові фрагменти та опитування

громадської думки; телевізійні програми супроводжуються текстом на екрані, посиланнями на веб-сайти або чат-кімнати тощо; радіопрограми можуть розповідати про зображення та візуальні елементи та розміщувати їх на своїх веб-сайтах або встановлювати веб-камеру в студії, щоб аудиторія могла «бачити» їх) [3, с. 441–450].

Основні функції медіадискурсу, зокрема когнітивна, ціннісна, конструювальна, комунікативна, інформативна, регулятивна, персуазивна, інтегративна, культурна, гедоністична [5, с. 41–43] відображають складність та багатогранність цього виду дискурсу. Різноманітні мас-медіа є засобом поширення та отримання знань, інструментом формування цінностей у суспільстві та проектування його майбутнього. Сучасні медіа-платформи не лише слугують джерелом інформації про події та процеси в суспільстві та довкіллі, а й відкривають широкі можливості для активної комунікації між медіа-засобом та адресатами та мають властивість регулювати суспільні процеси. Персуазивність медіадискурсу – здатність впливати на реципієнтів – є в сучасному світі важливим інструментом формування поведінки, світогляду, діяльності, коли першочергову роль відіграє використання широкої низки лінгвістичних стратегій і тактик, як меліоративних (позитивних), так і пейоративних (негативних). Позитивний вплив мас-медіа на суспільну свідомість, у свою чергу, виконує інтегративну функцію, консолідуючи ту чи іншу лінгвоспільноту задля вирішення глобальних проблем. Не менш важливим є значення медіадискурсу для збереження та поширення культурних національних та міжнародних цінностей. Особливої актуальності набула в останні роки також гедоністична (розважальна або рекреативна) функція медіа-дискурсу. Така мультифункційність медіадискурсу спонукає до використання численних методів і підходів для його аналізу, зокрема й лінгвістичного.

Сучасні технічні засоби суттєво вплинули на можливості масової комунікації. Раніше її розглядали як лінійний, технічно опосередкований, односторонній комунікаційний процес, як масовий і недиференційований процес розподілу інформації, яким керували певні засоби масової інформації. Сьогодні учасником процесу масової комунікації може стати будь-яка приватна особа, використовуючи новітні медіа-засоби, такі як домашні сторінки, форуми, чати або блоги, що, в свою чергу, уможливило діалогічну форму медіадискурсу [2, с. 5]. Такий стан речей вимагає нового розуміння рамок участі мас-медіа в суспільній життєдіяльності та спрямовує основні

методологічні підходи до комплексного вивчення медіадискурсу. Дослідники опосередкованого аналізу дискурсу (Mediated Discourse Analysis) визначають поняття «методологічної інтердискурсивності», яке передбачає використання різних методів та поєднання методологічних інструментів для вирішення складних проблем [17, с. 69], подібна багаторівнева методика дослідження використовується і для вивчення особливостей функціонування медіадискурсу. Окрім структурного, функційного, тематичного, контекстуального, лінгвокогнітивного та комунікативно-прагматичного прийомів, дослідники визначають динамічно-функціональний підхід, який уможливило вивчення прагмалінгвістичних функцій медіадискурсу [6, с. 39]. Необхідність урахування соціально, психологічно й культурно значущих умов і обставин спілкування, потребує «прагмалінгвістичного дослідження, яке дедалі більше враховує когнітивні та психолінгвістичні моделі дискурсу»

[18, с. 221]. Окрім того, під час дослідження онлайн-матеріалу важливими його аспектами є гіпертекстуальність, інтерактивність, локальна безмежність, можливість синхронної комунікації тощо, які також становлять емпіричну основу дослідження медіадискурсу, так само як можливі анімаційні та аудіовізуальні елементи [19, с. 89].

Висновки. Підсумовуючи здійснений аналіз концепту та методології медіадискурсу, можна зробити висновок, що багатоаспектність, міждисциплінарність та поліфункціональність цього лінгвістичного феномену визначають комплексність його дослідження на інтратекстуальному рівні, рівні дискурсивних дій та транстекстуальному рівні із залученням широкого спектру методів і прийомів дослідження його мовних особливостей та екстралінгвістичного контексту. Обґрунтовані в статті теоретичні положення сприятимуть здійсненню подальших емпіричних досліджень у галузі медіадискурсу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Йоргенсен М.В., Филлипс Л.Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков : Изд-во «Гуманитарный центр», 2008. 352 с.
2. Fraas C., Klemm M. Diskurse – Medien – Mediendiskurse. Begriffsklärungen und Ausgangsfragen. *Mediendiskurse. Bestandsaufnahme und Perspektiven* / Fraas C., Klemm M. (Hg.). Frankfurt/Berlin/Bern/New York/Paris/Wien, 2005. S. 1–8.
3. O’Keeffe A. Media and discourse analysis. *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*. / Gee J.P., Handford M. (eds). London/New York : Routledge, 2012. P. 441–454.
4. Cotter C. Discourse and media. *Handbook of Discourse Analysis*. / Schiffrin D., Tannen D., Hamilton H.E. (eds). Malden/Oxford : Blackwell Publishers, 2001. P. 416–436.
5. Мірошніченко І.Г. Стилий текст в українському масмедійному дискурсі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Дніпро, 2020. 275 с.
6. Махачашвілі Р.К., Сидоркіна А.О. Дискурс японських нових мас-медіа: природа, ознаки та розвиток. *Філологічні студії : збірник наукових праць*. 2019. Вип. 12. С. 38–45.
7. Czachur W. Diskursive Weltbilder im Kontrast. Linguistische Konzeption und Methode der kontrastiven Diskursanalyse deutscher und polnischer Medien. Wrocław : Oficyna Wydawnicza ATUT – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe, 2011. 310 S.
8. Polonsky A.V. Language in the context of new media technologies. *Methodology of modern linguistics : collection of articles in honor of the anniversary of V.A. Pishchalnikova* / Ed. : Kardanova-Biryukova K.S. Moscow, 2021. P. 187–199.
9. Linguistische Diskursanalyse : Überblick, Probleme, Perspektiven. Sprache und Literatur / Bluhm C. u.a. *Sprache und Literatur in Wissenschaft und Unterricht*. 2000. Vol. 31, Heft 86. S. 3–19.
10. Корольов І.П. Поняття дискурсу в сучасному мовознавстві: визначення структура, типологія. *Studia Linguistica*. 2012. Вип. 6. С. 285–305.
11. Warnke I.H., Spitzmüller J. Methoden und Methodologie der Diskurslinguistik – Grundlagen und Verfahren einer Sprachwissenschaft jenseits textueller Grenzen. *Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene*. Berlin/New York : de Gruyter, 2008. S. 3–54.
12. Kho S.N. Mediatization : A Grand Concept or Contemporary Approach? / Keea Ch.P., Ahmada A.L. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2014. N. 155, P. 362–367.
13. Полонский А.В., Глушкова В.Г., Ряполова М.А. Язык наших медиа. *Actual issues of modern philology and journalism*. 2021. № 2(41). С. 123–130.
14. Bell A. News language / Brown K. *Encyclopedia of Language & Linguistics*. Vol. 8. Elsevier, Oxford, 2006. P. 615–617.
15. Burak B. The Media Representation of Coronavirus As A Tool of Discredit And Praise : The Cases of Sözcü And Sabah. *Electronic Cumhuriyet Journal of Communication*. 2021, Vol. 3. Issue 2. P. 251–276. DOI: 10.54089/ecider.1023334

16. van Dijk T.A. Ideology and Discourse. A Multidisciplinary Introduction. Barcelona, 2012. 95 p. URL: <https://discourses.org/wp-content/uploads/2022/06/Teun-A.-van-Dijk-2012-Ideology-And-Discourse.pdf> (дата звернення 19.01.2023).
17. Scollon S.W., de Saint-Georges I. Mediated discourse analysis. *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*. / Gee J.P., Handford M. (eds). London/New York : Routledge, 2012. P. 66–78.
18. Прокопенко В.В. Лінгвокогнітивні особливості дискурсу у сучасній мовознавчій науці. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2006. № 29. С. 219–222.
19. Fraas C., Meier S. Diskursive Konstruktion kollektiven Wissens on- und offline. *Internetbasierte Kommunikation. OBST – Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie* / Beißwenger M., Hoffmann L., Storrer A. (Hrsg.). 2004. Heft 68. S. 77–102.