

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
Факультет соціології
Кафедра методології та методів соціологічних досліджень

Випускна кваліфікаційна робота

на тему

«ПІЗНАВАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ ДЛЯ
ВИВЧЕННЯ ГОСТРОСОЦІАЛЬНОЇ СУСПІЛЬНОЇ ТЕМИ»

Спеціальність: 0.54 «Соціологія»

Освітня програма: «Соціологія»

Освітній рівень: «магістр»

Освітня кваліфікація: магістр-соціології

Виконавець:

Костенко Вероніка Василівна
студентка 2 курсу

Науковий керівник:

Юзва Людмила Леонідівна
кандидат соціологічних наук, доцент

Випускна кваліфікаційна робота магістра

Допущена до захисту

Рішенням кафедри методології та методів соціологічних досліджень

Протокол № _____ від «_____» _____ 2020 р.

Зав. Кафедри _____

Київ – 2020

Реєстрація _____
номер дата підпис лаборанта кафедри

Рекомендовано

до захисту _____
підпис наукового керівника ініціали, прізвище наукового керівника

Результат захисту _____
оцінка дата захисту

Голова ДЕК _____
підпис ініціали, прізвище

Члени ДЕК _____
підпис ініціали, прізвище

_____ ініціали, прізвище
підпис

_____ ініціали, прізвище
підпис

_____ ініціали, прізвище
підпис

Секретар ДЕК _____
підпис ініціали, прізвище

АНОТАЦІЯ

У дипломній роботі представлено застосування контент-аналізу для вивчення гостросоціальної суспільної теми. Проаналізовано теоретичні засади, особливості, переваги і обмеження використання контент-аналізу у вітчизняному медіа-дискурсі. Проведено контент-аналітичне дослідження медіа-дописів за темою формула Штайнмаєра. Викладено основні результати дослідження із використанням методу контент-аналіз. Висновки дослідження ілюструють негативне ставлення ЗМІ до вивченої суспільної теми. Провідними характеристиками формули Штайнмаєра в медіа є «негативна», «капітуляція» та «зрада». Проведене дослідження ілюструє використання контент-аналізу для вивчення висвітлення гостросоціальної суспільної теми у вітчизняних ЗМІ.

Ключові слова: контент-аналіз, медіа-дискурс, гостросоціальна суспільна тема, аналіз медіа.

ABSTRACT

The thesis presents the use of content analysis method for the study of acute social problems. Theoretical foundations, features, advantages and limitations of the use of content analysis within the domestic media discourse are analyzed. A content analytic study of media posts was conducted on the topic of Steinmeier formula. The main results of the study using the content analysis method are presented in this thesis. The findings of the study illustrate the negative attitude of the media to this social topic studied. The leading characteristics of Steinmeier's formula in the media are "negative", "surrender" and "betrayal". Content analysis allows aggregating units of coding to represent them numerically. The study illustrates the use of content analysis to examine the coverage of an acute social issue in the domestic media.

Keywords: content analysis, media discourse, acute social issues, media analysis.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ У ВИВЧЕННІ СУСПІЛЬНИХ ПРОБЛЕМ	8
1.1. Виклики для вивчення сучасних суспільних проблем	8
1.2. Особливості медіа-комунікацій, висвітлення гостросоціальних, політичних подій	11
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНТЕНТ- АНАЛІЗУ	14
2.1. Контент-аналіз як метод кількісно-якісного аналізу дослідницьких даних	14
2.2. Можливості та обмеження методу контент-аналізу	18
2.3. Сучасний стан розвитку методу контент-аналізу	24
РОЗДІЛ 3. ЗАСТОСУВАННЯ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ ДО СУЧАСНОЇ ПОДІЇ В УКРАЇНІ	33
3.1. Програма дослідження	33
3.2. Аналіз результатів дослідження	38
ВИСНОВОК	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	52

ВСТУП

Контент-аналіз як метод дослідження є популярним та актуальним для багатьох наук, в тому числі для соціології. Ґрунтовний аналіз текстів дає змогу виявляти та виокремлювати особливості текстів, відшукувати паттерни, підтверджувати або спростовувати гіпотези про дискурси різної тематичної спрямованості. Контент-аналіз дає змогу перетворити текстову реальність в цифри, показники частотності слів та значень, використаних в текстах, задля того, щоб вийти на вищий рівень об'єктивності аналізу текстової реальності з подальшими висновками, які можуть бути релевантним позатекстовим подіям.

Метод контент-аналізу, має широкий спектр можливостей методу, та різноманітні напрямки його застосування. Метод може бути використаний в соціології, історії, політології, антропології, етнометодології, медицині, психології та інших науках, які мають на меті отримання даних із документів. При цьому документами у контент-аналізі є не тільки тексти, а й також аудіо- та відеоматеріали. Можливості використання та ускладнення методу залежать від досвідченості дослідника, мети дослідження, гіпотез та поставлених завдань. Контент-аналіз може поєднуватись з іншими методами аналізу документів для підвищення надійності та валідності дослідження. Контент-аналіз є доцільним для аналізу великих даних, що дає змогу агрегувати великі потоки інформації та аналізувати їх, представляючи у кількісному вигляді. Для обґрунтування науковості та релевантності висновків, є необхідність чітко обґрунтовувати одиниці відбору дослідження, обрані категорії аналізу. Це необхідно робити для демонстрації прозорості дослідження, чіткості результатів та гранту для побудови висновків дослідження.

В сучасному світі, перенасиченому потоком медіа-повідомлень, саме контент-аналіз дозволяє здійснювати емпіричні дослідження для вивчення

продуктів медіа. Царина медіа сьогодні не просто інформує суспільство про стан справ. Ця функція ЗМІ набула статусу архаїчного продукту. Сучасні медіа – маніпулюють, вражають, розставляють акценти, схиляють і т.д. своїх споживачів. Тому сьогоднішнім соціологам важливо вивчати як саме конструюють та транслюють медіа суспільно значимі теми. Однією з таких для вітчизняного простору є – підписання формули Штайнмаєра Президентом України. Це стало гостросоціальною суспільною проблемою, яка викликала резонанс в українському суспільстві та неоднозначні реакції міжнародної спільноти. Таким чином, потенціал контент-аналізу можна продемонструвати в емпіричному вивченні медіа-дискурсу з питання формули Штайнмаєра. Необхідно виокремити основну тематичну спрямованість повідомлень, переважання певних настроїв щодо формули, визначення активності участі країн та лідерів країн в обговореннях. Важливо проаналізувати повідомлення, які з'явилися у ЗМІ після підписання формули, оскільки саме медіа формує сенси, значення та погляди на суспільні проблеми у соціумі, в часи коли інформація оновлюється дуже швидко, ми бачимо існування та наслідки глобалізації, медіатизації та політизації суспільства. Метод контент-аналізу використаний для того, щоб проаналізувати медіа-дискурс з гострого соціально політичного питання, чітко виділити напрям дискурсу та визначити його динаміку, особливості, тематичне наповнення.

Проблема дослідження. Рівень соціологічного вивчення пізнавального потенціалу контент-аналізу для вивчення гостросоціальних суспільних тем є недостатнім на сьогодні, через постійне швидке оновлення інформації. Тому, є потреба в ефективному та професійному використанні контент-аналізу для вивчення повідомлень ЗМІ, для аналізу тематичної наповненості документів, надання характеристик наведеної інформації про події з медіа.

Дослідницьке питання: з'ясувати пізнавальний потенціал методу контент-аналізу, шляхом застосування у емпіричному вивченні гостросоціальної суспільної проблеми, що транслювалась через українські медіа-канали.

Об'єкт дослідження: контент-аналіз як метод вивчення гостросоціальної суспільної теми.

Предмет дослідження: потенціал контент-аналізу у вивченні гостросоціальної суспільної теми у вітчизняному медіа-дискурсі.

Мета: визначення потенціалу контент-аналізу для вивчення гостросоціальної суспільної теми.

Задля реалізації поставленої мети необхідно розв'язати наступні **завдання:**

- 1) Проаналізувати виклики які постають при вивченні сучасних суспільних проблем;
- 2) Визначити контент-аналіз як метод кількісно-якісного аналізу дослідницьких даних;
- 3) Проаналізувати можливості та обмеження методу контент-аналізу;
- 4) Дослідити сучасний стан розвитку методу контент-аналізу;
- 5) Визначити особливості використання контент-аналізу для вивчення гостросоціальної суспільної теми;
- 6) Вивчити особливості результатів, які дає контент-аналіз при використанні його до гостросоціальної суспільної теми;
- 7) Проаналізувати результати емпіричного дослідження з використанням контент-аналізу.

Дана робота складається з трьох розділів, вступу, висновків та списку літератури.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ У ВИВЧЕННІ СУСПІЛЬНИХ ПРОБЛЕМ

1.1. Виклики для вивчення сучасних суспільних проблем

Автоматизація та діджиталізація проходять в усі сфери життя та розвитку людей, зокрема в контент-аналіз. Методики дозволяють виявляти наступні характеристики інформаційних повідомлень, як:

- кількісна динаміка (кількість подій за одиницю часу);
- визначення основних сюжетів публікацій у ЗМІ, інтернет-виданнях, соціальних медіа, офіційних сайтах органів державної влади, місцевого самоврядування, політичних партій та громадських організацій щодо обраного явища, процесу, подій та ін.;
- ранжування та аналіз динаміки розвитку окремих проявів;
- статистичний, кореляційний аналіз загальної динаміки та динаміки окремих проявів;
- прогнозування розвитку явища й окремих його проявів [Берко, 2011].

На сучасному етапі розвитку соціології загалом та контент-аналізу, метод використовують для постійного збору та аналізу даних ЗМІ та інших каналів передачі повідомлень (соціальних мереж, незалежних блогів, радіо-, теле- мовлення). Контент-аналіз використовується не тільки для потреб науки, а і для задоволення потреб бізнесу, державних установ, приватних замовників. Так, Київський міжнародний інститут соціології на постійній основі займається аналізом сприйняття та засвоєння медійної інформації. Для проведення такого аналізу використовуються метод контент-аналізу ЗМІ, в поєднанні з репрезентативними опитуваннями. Медіа-моніторинг, аналіз медіа-іміджу проводяться шляхом

напівавтоматизованого контент-аналізу ЗМІ, на предмет який цікавить замовника. Так само проводиться аналіз успішності медіа-кампаній [КМІС, Електронний ресурс].

Цікавими новими напрямками аналізу, які досі розвиваються є аналіз соціальних мереж та меседжів у них, а також аналіз інтернет-сайтів. Аналіз соціальних мереж має свою специфіку, оскільки тут більше простору для вільного коментування, постають питання про доречність включення до аналізу коментарів, з одного боку, та співвідношення важливості головного повідомлення з іншими, які пересилають або реагують на дане повідомлення. Конкурентний аналіз інтернет-сайтів проводиться переважно задля цілей бізнесу, це аналіз конкурентної ніші, ключових слів для подальшого обрання стратегії побудови бізнесу, окреслення цільової аудиторії, тощо.

Автори "Робочої книги соціолога" під редактурою Г. В. Осипова, визначили такі загальні принципи використання контент-аналізу:

1. Застосування методу рекомендується в усіх випадках, коли потрібен високий ступінь точності чи об'єктивності аналізу.
2. Контент-аналіз, як правило, застосовується при наявності великого за обсягом і несистематизованого матеріалу, коли безпосереднє застосування останнього утруднено.
3. Контент-аналіз корисний у тих випадках, коли категорії, важливі для цілей дослідження, характеризуються певною частотою появи у досліджуваних документах.
4. Контент-аналіз часто дає добрі результати, коли велике значення для досліджуваної проблеми має сама мова джерела інформації, яке вивчається, його специфічні характеристики" [Осипов, с. 322].

За допомогою методу контент-аналізу можна вимірювати наміри комунікатора, визначати настрої аудиторії та суспільні обставини. Також

можна на основі отриманих даних будувати модель ситуації та прогнозувати її подальший розвиток.

Контент-аналіз відрізняється від інших методів аналізу документів своєю строгістю, процедурою формалізації та квантифікації тексту, системним підходом до аналізу текстів. Якісна складова аналізу використовується тоді, коли дослідник визначає необхідні категорії аналізу, формує кодифікатор та інструкцію для кодування.

Метод контент-аналізу заснований на репрезентативній моделі мови, згідно з якою знаки (слова, символи) зображають, репрезентують повністю визначені значення, які прочитуються однозначно. Тобто відношення між знаком і значенням розглядаються як жорстко зв'язані. Загальна доступність значень і загальна зрозумілість символів ґрунтуються саме на цьому. Цей метод проводиться за всіма правилами соціологічного дослідження [Юзва, 2017].

Важливими питаннями в будь-якому дослідженні, і в тому числі в контент-аналітичному дослідженні є забезпечення високих показників **надійності, валідності та достовірності** отриманих результатів.

Надійність результатів дослідження зазвичай пов'язана з обґрунтованістю висновків та відтворюваністю результатів. З відомих типів надійності (тесту-ретесту, паралельних форм та внутрішньої узгодженості), до контент-аналізу використовується надійність внутрішньої узгодженості. Звичайно, можна проводити схожі дослідження на інших вибірках та масивах текстів, або проводити повторний текстовий аналіз оброблених даних.

Валідність стосується відповідності результатів дослідження навколишній дійсності, а також відповідність результатів методики дослідження заявленій меті дослідження. Це придатність методики проведення дослідження для вирішення поставлених наукових завдань.

Обґрунтованість, або валідність результатів можна підвищити шляхом експертних опитувань.

Достовірність дослідження досягається за рахунок строгості інструментарію. В контент-аналізі використовують роботу незалежних кодувальників, що знижує ступінь суб'єктивності підходу до аналізу текстів, тими, хто проводить аналіз.

1.2 Особливості медіа-комунікацій, висвітлення гостросоціальних, політичних подій

Одним з перших науковців, який працював над вдосконаленням розуміння процесів медіатизації був Шульц. Він розглядав процес медіатизації через її динаміку. Сучасні ЗМІ дають змогу розширювати коло спілкування, знань, взаємодії в часі та просторі. Соціальні практики в сучасному світі стають все більш опосередкованими, (наприклад, при онлайн-банкінгу замінює особисті зустрічі між клієнтами та працівниками в банку за рогом). Також відбувається змішування опосередкованих та безпосередніх форм взаємодії. У повсякденних розмовах з'являються теми про суспільні проблеми, новини, тощо.

Феномен медіатизації суспільства з'явився в думках багатьох представників соціальних наук в кінці ХХ, початку ХХІ століття. Цей феномен представляє взаємовплив медіа та інших соціальних інститутів, таких як політика, релігія, освіта, мода. Медіатизація «не пов'язана з певною теорією, це загальна парадигма для досліджень медіа та комунікацій» [Couldry, с. 167]. Медіатизація як феномен відображає зростаючий інтерес до вивчення і виявлення взаємозалежності тенденцій у ЗМІ та змін соціальних. Вона являє собою спробу глобального вивчення комунікацій для дослідження масштабних структурних, а також соціокультурних наслідків розвитку масової комунікації у поєднанні з

технічно-матеріальними характеристиками (доступністю) засобів масової інформації.

Кнут Лундбі у своєму вступі до книги «Mediatization of Communication» виводить основні поняття, які пов'язані з процесами медіатизації. Цими поняттями є: час, технології та теоретичні основи. Ширше можна розкрити ці концепти за допомогою питань: Коли розпочинається медіатизація як процес? Яку роль відіграє присутність засобів масової інформації для соціальних та культурних змін[Lundby, 2014]? Яке теоретичне обґрунтування використати для концептуалізації процесу? На ці питання шукають відповідей науковці, які займаються проблемою медіатизації суспільства.

Блогерство, соціальні мережі, масові ЗМІ — всі є частиною загального вектора медіатизації. Традиційні ЗМІ підлаштовуються під формат постійного наповнення медіа-середовища інформацією, мусять конкурувати з альтернативними способами отримання інформації. Конкуренція та комерціалізація медіа призводить до зміни формату донесення новин. Політика та інші соціальні реальності стають все складнішими, а ЗМІ повинні подавати інформацію у все легшому і зрозумілішому форматі, оскільки це потрібно для збереження та завоювання аудиторії, а також для того, щоб зробити отримання інформації якомога зручнішим та зрозумілішим для читачів.

Дослідник Кент Асп одним з перших заговорив про феномен медіатизації, зазначаючи, що політична сфера публічного життя починає підлаштовуватись під реалії та вимоги медіа. Це зумовлено тим, що політичні актори є зацікавленими в тому, щоб їхні дії були висвітлені в медіа, не викривлені, та представлені в зрозумілому вигляді [Асп, цит. за 30, с. 85]. Водночас, медіатизація не одностороння. Не тільки медіа впливають на політику і акторів, а так само політична сфера впливає на медіа. Елементами політики є прийняття рішень та легітимація цих рішень

у суспільстві. Саме в цих аспектах і відбувається взаємодія та взаємовплив медіа та політики. Політичні актори мають вплив на те, як будуть висвітлюватись політичні новини, тим самим видозмінюючи медіа-дискурс під свої потреби. У відповідь на це, медіа виробляє особливі засоби комунікації з аудиторією.

Мовлення, а значить і засоби масової комунікації розвиваються, розвиваючи одночасно саме суспільство. Особливі паттерни мовлення стають нормальними, звичними, і тому, навіть самі по собі можуть давати знання про суспільство. Як писав ще Джон Дьюї [Дьюї цит. за 30, с.114], «суспільство існує не лише завдяки комунікації, а в самій комунікації, через передачу інформації» таким чином, існує щільна зв'язка між спільнотою, її життям та процесами комунікації. ЗМІ створює історію, змінюючись під впливом суспільства, а також змінюючи суспільство своїми особливими комунікативними практиками.

Далі, медіа є посередником при донесенні інформації до аудиторії. Ми сприймаємо інформацію не з першоджерел, а такою, що пройшла через призму суб'єктивності, правок та отримуємо інформацію під певним кутом зору. Серед компонентів медіатизації, В.Л. Примаков називає фрейм (кут зору на проблему), організацію подачі матеріалу (час, учасники, послідовність), стиль подачі матеріалу (емоційна манера, звороти, дії ведучих (для телемедіа)), а також особливості дискурсу (система понять, що використовуються, лексичні особливості мовлення) [Примаков, с. 84].

За рахунок діджиталізації в тому числі, суспільство покладається на медіа, як того, що продукує значення і одночасно надає їм форми, змінюючи повсякденні практики. Таким чином, можна констатувати, що ЗМІ стали вирішальною силою та визначальним аспектом сучасного життя.

РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ

2.1. Контент-аналіз як метод кількісно-якісного аналізу дослідницьких даних

Контент-аналіз сформувався як міждисциплінарна методика роботи з текстами. Даний тип аналізу використовується в певних варіаціях у соціології, політології, психології, інших соціогуманітарних науках, де потрібна обробка великих масивів текстів, їх характеристики та порівняння за темами, сенсами та тональністю. Ця методика аналізу використовується при наявності достатньо великих об'ємів матеріалу для аналізу, коли час витрачений на створення кодувальної матриці виправдовується тим, що інші способи аналізу документів будуть більш затратними за часом та іншими ресурсами. Контент-аналіз дає змогу отримати тематичну витримку з текстів для порівняння та аналізу, без потреби безпосередньо звертатись до опрацьованих джерел.

В широкому розумінні, контент-аналіз — це метод кількісного вивчення великих обсягів документів, що не обмежується текстами, а й використовується до аналізу відео-, аудіоматеріалів, зображень. Даний метод є провідним у дослідженні змісту повідомлень засобів масової інформації, записів на сайтах соціальних мереж, відповідей на відкриті питання опитувань, тощо. Більше того, контент-аналіз використовується як метод аналізу документів можна використовувати до текстів та документів різного гатунку. Історично цей метод використовувався для аналізу газетно-журнальних матеріалів. Гарольд Лассвел [Harold Lasswell, 1927], один із засновників контент-аналізу використовував його для дослідження пропаганди у першій світовій війні, аналізуючи подання інформації в газетах. На сьогодні метод використовується до різноманітних документів, без обмежень. Цей метод зарекомендував себе як об'єктивний метод

аналізу, який здатний виявити тематичну спрямованість, зміст повідомлень, опис стилю та мовлення, характер зв'язку форми та змісту тексту з аудиторією, робити обґрунтовані висновки про характер джерела висловлення та про комунікативні наміри.

Контент-аналіз починався як кількісно-орієнтований метод для аналізу текстів, який використовувався для аналізу масових комунікацій, а саме публікацій журналів та газет. Одним з перших використав метод контент-аналізу американський вчений Дж. Спід, у 1893 році. За результатами свого дослідження Дж. Спід написав статтю «Чи дають сучасні газети новини?». Він досліджував тематичну спрямованість газет, які випускалися в Нью-Йорку впродовж 12-ти річного проміжку часу [Костенко, 2018]. Брав до уваги недільні випуски газет. Основним висновком дослідження стало те, що за цей час перемістився акцент тем в газетах з літератури, освіти та релігії, на рекламні, пліткарські та скандальні колонки.

Далі після цього дослідження також проводились інші подібні дослідження тематичного ряду газет. Зазначені дослідники робили неминучі висновки про те, що газети та журнали спрямовують читачів в певному дусі та впливають на їхнє сприйняття навколишнього світу. Інший висновок був таким, що за даними стосовно того, про що пишуть газети, можна робити висновки про прихильності та симпатії того чи іншого органу преси.

Наступним важливим моментом в історії розвитку методу контент-аналізу був 1926 рік, коли М. Віллі (Willey) почав використовувати даний метод для аналізу газет в дослідженні під назвою «Провінційна газета». Дослідник дещо змінив спосіб, в який він проводив аналіз. Він почав класифікувати повідомлення в газетах не тільки за тематикою, а і за формою (стаття, стаття на першій шпальті, коротка записка, тощо) та за комбінацією форми та змісту (політична стаття, літературна замітка,

тощо). Це і стало прототипом сучасних категорій, які виділяють в текстах контент-аналітики [Юськів, 2006, с. 64].

Одним із засновників контент-аналізу є Гарольд Лассвелл [Harold Lasswell, 1927], з його працею «Пропагандистська техніка у світовій війні», яка вийшла у 1927 р. Вчений зробив узагальнення стосовно того, які маніпулятивні техніки використовувались у пропаганді під час першої світової війни. Такими техніками були: 1) збудження ненависті до ворога, 2) зміцнення дружби з союзниками, 3) зміцнення дружніх стосунків з нейтральними країнами, 4) деморалізування супротивника [Костенко, 2018, с. 143]. Важливо зазначити, що Лассвелл не обмежувався тільки газетами, а брав до аналізу також інформаційні бюлетені, журнали, церковні проповіді з країн США, Німеччини та Англії.

Лассвелл продовжив свою справу також в часи Другої світової війни. Вчений зміг провести аналіз та довести пронацистську позицію газети «Істинний американець», за допомогою здійснення підрахунку згадувань Німеччини в позитивному ключі, висловленні про те, що Америка - слабка, тощо. Після презентації результатів дослідження цю газету закрили.

Г. Лассвелл вважав, що головний принцип контент-аналізу – розчленувати, певним чином анатомувати суцільний масив тексту так, щоби найдрібніша одиниця аналізу включала якості цілого, і на підставі переваги тих чи інших тверджень виявити тенденції розвитку [Lasswell, 1927].

Американський вчений Б. Берельсона автор класичного визначення контент-аналізу, та його колега П. Солтер проводили цікавий аналіз текстів та персонажів на матеріалах коротких оповідань та історій. Вони визначали ролі персонажів відповідно до їхньої расової приналежності. У всіх проаналізованих 8 виданнях декларувалась рівність між расами та націями, але на ділі виявилось, що представників національних меншин

зображають у більш негативному світлі, ніж білошкірих американців [Костенко, с. 29].

Питання визначення контент-аналізу порушувалось багатьма вченими, класичним визначенням є визначення «Б. Берельсона – контент-аналіз – це дослідницька техніка для об'єктивного, системного і кількісного опису наявного змісту комунікації, яка відповідає цілям дослідника» [Berelson, 1952]. Так, Костенко Н., Іванов В. вважають класичне визначення дещо застарілим, з огляду на сучасні техніки комунікації, масової комунікації, поширення Інтернет-технологій та полегшеного доступу до інформації та новин. Вони проаналізували більш сучасні визначення, які не обмежуються тільки контент-аналізом текстів, беруть до уваги ставлення авторів текстів до висловлюваних думок, включають у визначення процесуальні методики контент-аналізу, його строгість та необхідність відшукування паттернів та тематичних напрямків у досліджуваних документах [Костенко, 2003, с. 140].

Дослідники контент-аналізу виробляють власні бачення контент-аналізу, які втілюють в визначеннях. Деякі визначення мають акцент на об'єкті дослідження, який є текстами – кажучи, що контент-аналіз – «різновид методу вивчення документів, який пристосований до аналізу матеріалів преси, радіо і телебачення» І. Д. Фомічова [Фомічова, 1980, с. 43].

Деякі дослідники визначають контент-аналіз процедурними визначеннями, тобто тими, які описують процес проведення контент-аналізу. Цей процес полягає у відшукуванні повторюваних тем, слів, означень в текстах, що і свідчитиме про певну внутрішню насиченість та змістовність тексту. Отримані результати підлягають аналізу та інтерпретуються в межах теоретичних підходів. Історично контент-аналіз використовувався часто в політичній науці та соціології, проте сьогодні

розповсюджується і на інші сфери, такі як економіка, філософія, психологія, лінгвістика, тощо.

Інші дослідники звертають увагу переважно на предмет дослідження, яким називають, є змісти, соціальні відношення, сутнісний бік комунікацій [Жарикова, 1990, с. 4-5]. Ще одне визначення «Контент-аналіз — це систематична числова обробка, оцінка та інтерпретація форми та змісту інформаційного джерела»[Мангейм, 1997]. Про визначення контент-аналізу можна говорити довго і не дійти однозначної згоди. Або ж зробити визначення настільки насиченим, що буде складно його розуміти та втілювати в життя.

Важливо зазначити, погоджуючись з вченими В. Є. Семеновим, В. Ф. Чесноковою, що об'єктом контент-аналізу є не тільки засоби масової інформації. Це повинне також бути зображено у визначенні сучасного контент-аналізу. В. Ф. Чеснокова включає у схему проведення контент-аналізу визначення ставлення автора до предмета, простежування цих предметів у текстах, спробу розкрити причини і критерії такого ставлення, встановлення рангів важливості цих причин [Чеснокова, 1973, с.98-103].

Контент-аналіз політичних текстів, аудіо, відео, документів сприяє більш глибокому розумінню не тільки безпосередньо змісту цих текстів, а й того, що сказано «між рядків». Крім того, стає зрозумілішою політична, ідеологічна та інша позиція авторів даних текстів. Метод контент-аналізу політичних документів та інших текстів все частіше застосовується в дослідженні політичних явищ і процесів, зокрема в процесі дослідження матеріалів президентських виборчих кампаній в Україні [Секунова, 2013, с. 57].

2.2. Можливості та обмеження методу контент-аналізу

Кожен метод соціологічного дослідження має свої переваги та недоліки. Саме тому їх існує безліч, вони отримують нових форм,

розвиваються задля того, аби зменшувати вплив обмежень для отримання обґрунтованого, валідного, надійного соціологічного знання.

Підґрунтям контент-аналізу є позитивізм, на практичному рівні, при використанні методі контент-аналізу, розробляється систему категорій, які застосовуються для аналізу та інтерпретації текстових даних. Цей метод відрізняється від дискурсу тим, що має високий ступінь об'єктивності та систематичності. Контент-аналіз виходить з того, що значення слів є незмінними, та вони мають однакове значення в різних контекстах, тому можуть бути проаналізовані кількісно. Контент-аналіз розглядає текст у віддаленості від його контексту.

Дослідник з контент-аналізу здатний за допомогою класифікації аналітично відокремлених компонентів текстів, віднаходити характер впливу, який цей текст здійснює [Іванов, 2013]. Сучасний контент-аналіз - це кількісно-якісна методика, за допомогою якої можна здійснювати весь цикл дослідження документа від вибору одиниць аналізу, до інтерпретації результатів. контент-аналіз дає змогу обрати з потоку даних у тексті, виявити набір стійких елементів, та створити їх перелік. Ця стійкість елементів забезпечує об'єктивність результатів дослідження.

З часу розробки методу контент-аналізу пройшло багато часу, і, звісно типологія, особливості, види контент-аналізу значно поповнилися. З розвитком ЕОМ та методів автоматизації процесів аналізу, дослідження набувають масштабності та точності. Загальноприйнятними типами контент-аналізу є **якісний та кількісний** контент-аналіз. Хоча їх складно повністю розділити на різні табори, все-таки певні відмінності є [Боришполец, 2005]. Все більше говорять про компютерний контент-аналіз як окремий вид контент-аналізу.

А.Л. Джордж вказує, що «якісний аналіз враховує наявність або відсутність характеристики, а кількісний аналіз розглядає частоту окремих тем, слів, символів, які містяться в тексті» [Пэнто, 1972, с. 169]. Так само

зазначає і В. Пальчук, «метод якісного контент-аналізу базується на самому факті присутності або відсутності в тексті однієї або декількох характеристик змісту». Кількісний метод контент-аналізу пов'язують з визначенням частоти появи в документах певних характеристик змісту. За В.Івановим, Контент-аналіз – це якісно-кількісний метод вивчення документів, який характеризується об'єктивністю висновків і строгістю процедури і є квантифікаційною обробкою тексту з подальшою інтерпретацією результатів [Іванов, 2013].

Унікальність технології контент-аналізу полягає в об'єднанні якісних і кількісних методів. Послідовність етапів змістового аналізу проблеми, яку досліджує конкретна інформаційна система, умовно можна поділити на змістовий (якісний) аналіз сукупності публікацій та формалізований (кількісний) аналіз інформаційних масивів: індексного, бібліографічного та масиву текстів ключових фрагментів публікацій [Федорчук, 2005].

Роберт Мертон систематизував види контент-аналізу відповідно до методів, які використовуються для аналізу.

1. Заснований на підрахунку слів-символів (Лассвелл);
2. Заснований на вимірюванні слів-символів і модальності тексту, кодування змісту тексту у поєднанні з повним прочитанням тексту (відношення автора до того, що викладається у змісті);
3. Аналіз за елементами - виявляються теми (не слова-символи); завдання - виявити основні, центральні та периферійні теми;
4. Тематичний аналіз - виявлення явних тем (текстів) і прихованих тем (підтекстів) або латентних (пропаганда) - симбіоз інформаційно-цільового аналізу тексту і КА;
5. Структурний контент-аналіз - вивчення тем на предмет їх взаємодії;

6. Аналіз взаємовідносин різних документальних джерел (аналізується сукупність документальних джерел: відео, друковані видання тощо), дозволяє виділити спеціалізацію джерел [Юзва, 2017].

Для зменшення суб'єктивності та підвищення валідності дослідження використовують метод тріангуляції. Тріангуляція полягає в тому, щоб перевірити отримані дані дослідження іншим методом дослідження. У випадку моєї магістерської роботи, передбачене використання контент-аналізу. Саме в цьому методі, в кількісній парадигмі є можливість об'єктивності у відборі даних для аналізу, хоча звичайно контент-аналіз має і свої обмеження, стосовно відбору одиниць аналізу та інтерпретації отриманих даних.

Інші обмеження контент-аналізу пов'язані з кодуванням текстів, з обранням одиниць для кодування. Так, в комп'ютерному контент-аналізі перевагою є його низька часова затратність, проте ключові кодові слова мають використовуватись без контексту та бажано однослівні. Кодування документа обов'язково має відповідати смислу та мові тексту, логіці дослідження. Обмеженнями контент-аналізу також є часова затратність, оскільки є потреба в аналізі великих масивів інформації. Процедури можуть бути формалізовані і комп'ютеризовані в випадку контент-аналізу, проте такий випадок кодування не підходить для дослідження в межах даної роботи, оскільки формалізоване - маніфестне - кодування виключає з одиниць аналізу синонімічні або завуальовані мовні образи. Тоді як латентне кодування дає змогу виокремлювати навіть завуальовані одиниці кодування, кодувальна матриця відображає кожну одиницю кодування, а тому є надійною для того, щоб зробити релевантні висновки.

Об'єкт контент-аналізу: За визначенням Н.В.Костенко: «за допомогою контент-аналізу дослідник встановлює не тільки характеристики документальних джерел, але і особливості усього комунікаційного процесу: соціальні орієнтації і настанови комунікатора;

цінності і норми, які тиражуються у документах, ефективність їх відтворення у різних аудиторіях»[Костенко, 2018, ст. 59].

Предмет контент-аналізу в часто невід'ємним від класичної моделі комунікації за Лассвелом, яка включає необхідність задавання ряду питань до текстів, які читаються та аналізуються. Так, цими питаннями є : «Хто повідомляє, Що, Яким каналом, Кому, З яким ефектом». Ці питання допомагають структурувати дискурс, встановити важливі деталі, не відволікаючись від суті комунікативного акту. Контент-аналіз може прояснити питання змісту масової інформації, а також і проблему ефекту впливу комунікатора на аудиторію [Костенко, 2003]. Важливо пам'ятати, що предметом контент-аналізу завжди є стан або тенденція розвитку соціально значущого змісту текстів. Найважливішим для дослідження зазвичай є структура й динаміка змісту досліджуваних текстів: цінності, що транслуються, політичні, історико-культурні факти, приклади соціальної взаємодії.

Таким чином, послідовно ставлячи питання Лассвелла, дослідник уважно і змістовно отримує інформацію про комунікатора, зміст повідомлення, про канали передачі повідомлення, аудиторію та зворотний зв'язок, який мала ця інформація для аудиторії. Аналіз змісту повідомлень може проводитись багатьма методами соціології та суміжних наук, одним з них є контент-аналіз, з підрахуванням частоти згадувань ключових слів, які обере дослідник.

Стадії проведення контент-аналізу

Перша, якісна стадія контент-аналізу відбувається у кілька етапів. Починається з визначення сукупності повідомлень для подальшого аналізу. За заздалегідь визначеними критеріями обираються тексти до аналізу. Слід зазначити, що це творчий процес і критерії можуть дещо

видозмінюватись в процесі відбору даних. Найважливішими параметрами є тип повідомлення, час створення повідомлення та автор повідомлення.

Друга стадія контент-аналізу - це виділення змістовних елементів з тексту та впорядкування їх залежно від цілей дослідження та логіки появи в тексті. Також визначаються одиниці рахунку, які виступатимуть кількісним параметром дослідження. Найчастіше використовується тактика підрахунку частоти згадування появи виділених ознак.

Третя стадія полягає в обробці повного масиву даних. За попередньо створеним кодифікатором, кодувальники здатні прокодувати весь масив текстів, витягуючи звідти потрібні категорії, з якими вже можна буде працювати як з кількісними даними, використовуючи статистичні методи аналізу даних.

Четверта стадія контент-аналізу - проведення змістовної інтерпретації отриманих даних. Відбувається оцінка та виділення аномалій, визначаються спільні та відмінні риси обраних масивів даних, співставляються результати дослідження з попередньо поставленими завданнями та гіпотезами дослідження.

П'ята стадія полягає в осмисленні результатів дослідження. Можливе проведення повторного аналізу з метою верифікації отриманих даних, а також можливе проведення порівняння отриманих результатів з наявними результатами інших подібних досліджень. Також відбувається постановка проблемних питань для продовження та розвитку дослідження.

Важливо розуміти, що опис стадій контент-аналізу це ідеальна модель. Дослідники повинні дотримуватися її, проте дослідницький процес іде не лінійно, а рухається від однієї стадії до іншої і в протилежному напрямку. Це потрібно для того, щоб доопрацювати інструментарій, створений на початку дослідження, знахідками в текстах під час кодування. В якісних методах дослідники не можуть знати заздалегідь, що їх чекатиме, тому, вимушені доопрацювати попередні завдання.

2.3. Сучасний стан розвитку методу контент-аналізу

Для представлення сучасного стану розвитку контент-аналізу, було розглянуто наукові статті. У статті Іванова О. В. «Класичний контент-аналіз та аналіз тексту: термінологічні та методологічні відмінності» розглядається розуміння методу контент-аналізу в порівнянні із іншими кількісними засобами аналізу текстових даних [Іванов, 2013]. Автор статті, Іванов О. В. показує свій погляд на суперечності між напрямками контент-аналізу. Згадується про потребу оновлення вимог до контент-аналітичного дослідження в умовах переходу до інформаційного суспільства та використання комп'ютерних програм на різних етапах комунікативних досліджень.

Іванов О.В. в статті звертає увагу на постійне збільшення кількості джерел текстів для аналізу, що в свою чергу призводить до необхідності розвитку методології соціальних наук. Потреба в перегляді методу стосується не лише питання технології проведення контент-аналітичних досліджень, а і вирішення суперечностей в термінології, які виникають при обговоренні досліджень та їхніх результатів. Багато термінів запозичені з англійської літератури через швидкий розвиток методу на Заході. Із них назви методів і методик: "текст майнінг", "комп'ютерний контент-аналіз", "аналіз текстових даних", "кількісний контент-аналіз". Підвищені вимоги до якості аналітичних даних потребують осучаснення методології і термінологічної уніфікації. За даними автора контент-аналіз є базовою методологією при дослідженні текстів масової комунікації. Класичний контент-аналіз розглядається як спосіб досягнення дослідницької цілі, сукупністю загальних принципів досягнення і процедур опрацювання текстів.

Автор статті вважає, що специфічним є факт визначення предметом аналізу зміст тексту, а метою аналізу стають висновки щодо соціальної

реальності. Причому текст як об'єкт аналізу розглядається в найширшому розумінні — писемний текст, аудіо-, відеозаписи, зображення і т.д., тобто як певна смислова єдність, як акт комунікації. На другому процедурному етапі іде розробка категорій аналізу, обґрунтування вибірки, одиниць аналізу і рахунку. Методологічними цілями тут є валідність, надійність та об'єктивність результатів. Суперечності щодо характеру об'єкту аналізу, особливостей використання статистики, завантаженості теоретичної інтерпретації можуть виникати на цьому етапі аналізу. Останнім часом контент-аналіз визначають як комбінований метод, на що автор погоджується, вбачаючи, що в рамках контент-аналітичного дослідження може застосовуватись як якісна методика, так і кількісна, або їх поєднання. Конкретними процедурами вирізняються техніки "комп'ютерного контент-аналізу" із застосуванням під час контент-аналітичного дослідження комп'ютерних засобів ("комп'ютеризований", "автоматизований" аналіз). На думку автора, не будь-який кількісний аналіз тексту є контент-аналізом. У соціальних науках з'являється новий досить популярний спосіб дослідження текстів, що бере основу від контент-аналізу, "текст-майнінг". Він є певною сукупністю методів для вишукування певних неявних тенденцій в текстах. Саме ці тенденції і становлять науковий інтерес контент-аналітика дослідника. При пошуку перекладу назви методу найчастіше використовують транслітерацію англomовного терміну або переклад "добування інформації з тексту", "інтелектуальний аналіз текстових даних", "глибинний аналіз текстових даних". Текст-майнінг, як процедура аналізу полягає в послідовних діях: перероблення вихідного тексту (text refining) у певну проміжну форму та видобуток знання (knowledge distillation), тобто виокремлення форм та значень з проміжної форми тексту. Проміжні форми можуть бути напів-структурованими та структурованими. Важливо зазначити, що текст-майнінг а стосується саме писемного мовлення.

Загальною метою контент-аналізу є отримання надійних та валідних висновків з текстів із соціальним контекстом, побудованими за правилами систематизації інформації.

Автор зазначає і проблему створення інструментарію дослідження, інтерсуб'єктивна узгодженість категорій можлива лише за застосування ручної техніки контент-аналізу. Є потреба застосування експлораторних методик вивчення текстів до аналізу, оскільки отримання вичерпної кодувальної матриці на початковому етапі є проблемною. Іншою проблемою в контент-аналізі є сприйняття категорій як дискретних, тобто таких, що мають єдине значення. Звичайно, вимогою до кодувальної матриці є однозначність кодів, проте це не виключає можливості дво- і більше значного прочитання одного і того ж терміну.

Таким чином, контент-аналіз є важливим методом вивчення документів різного виду. Він розвивається в межах різних наук та дисциплін, отримує нового вигляду та форми. Нові розробки та відкриття покликані розв'язувати проблеми, які наразі стоять перед цим методом аналізу даних.

Іванов О. В. в іншій статті «Кількісний аналіз тексту чи продукування числових артефактів: аудит контент-аналітичних досліджень», зазначає, що при контент-аналізі певних досліджень, потрібно зосереджувати увагу, в першу чергу, на якість соціологічної інформації [Іванов, 2013]. Є необхідністю встановлення та обговорення певних чітких критеріїв ключових понять, у яких буде описуватись предмет дослідження, визначити основу цих критеріїв. Автор вбачає проблему в репрезентативності аналізів за одноступеневим випадковим відбором. Це, на його думку, в подальшому впливає на якість висновків.

Проблемою є те, що висновкам приділяється більша увага, ніж процесу кодування та якості проведення самого дослідження. Іванов О. зазначає про необхідність наявного досвіду в аналітичній роботі у

дослідника. Дослідники мають бути свідомі в предметі дослідження, мати чітке розуміння предмету і його ознак, а також спиратись на попередні дослідження з теми. В статті автор наводить перелік критеріїв, за якими можна зробити висновок про якість даних дослідження. Автор передбачає певну етапність проведення дослідження через створення концептуальної схеми, операційної схеми, проведення квантифікації, контролю вибірки, із подальшими аналізом та висновками. Для того, щоб відбір одиниць рахунку для квантифікації був обґрунтованим та мотивованим, потрібно спиратися на логічні аргументи та враховувати частоти усіх одиниць рахунку. Одиницями рахунку можуть бути обсяг тексту, час, факт появи категорії в тексті, частота появи категорії [Іванов, 2013, с. 12].

Автор наполягає на використанні індексу узгодженості кодування, який розраховується на пілотному етапі після тріангуляції. З існуючих алгоритмів розрахунку узгодженості, Іванов О. рекомендує використання коефіцієнту α Кріппендорфа, тому що він узагальнює кілька коефіцієнтів, а також може використовуватись для будь-яких шкал. Якщо конвенційності визначень не було досягнуто, то кодування є практично і гарантовано ненадійним [Krippendorff, 2013].

Для оцінки якості вибірки автор наголошує на необхідності обґрунтування відбору. Не завжди одноступеневий випадковий відбір є репрезентативним. Текстова реальність є особливою, контексти швидко змінюються та впливають на досліджуване питання. Вплив контексту не можна оцінити за рахунок статистичного аналізу. Критерії відбору текстів мають відрізнитись, в залежності від теми та мети дослідження. Так, для вивчення комунікацій певних політиків доцільно обирати їхні виступи на каналах та ЗМІ, які є найбільш популярними та впливовими. В той же час, для вивчення образів окремих політиків, потрібно брати їхні виступи за обсягом тексту, навіть якщо вони опубліковані не в найрейтинговіших виданнях. Проста випадкова вибірка текстів до аналізу з відібраної

сукупності текстів підходить тоді, коли кожен текст має рівну вірогідність опинитись у вибірковій сукупності, а також метою дослідження є виявлення уваги до об'єкта дослідження.

Іванов наводить два типи висновків, які можна отримати за даними контент-аналізу. Висновки, що стосуються текстової реальності повинні базуватись виключно на обґрунтованій вибірці, що впливає на можливість робити узагальнюючі висновки. Висновки щодо позатекстової реальності мають робитись на основі об'єктивності, що означає зазначення всіх існуючих точок зору на проблему, та/або точок зору, які вважаються істинними більшістю і даному суспільстві. Висунення висновків про позатекстову реальність без обґрунтування існуючих точок зору на об'єкт дослідження є маніпулюванням та ненауковою діяльністю, так само як відсутність надання даних про вибірку та обґрунтування відбору.

Таким чином, основною метою статті було продемонструвати принципи та критерії оцінки якості соціологічних даних. Особливий наголос зроблений на процес збору і підготовки масиву даних, процесу створення кодувальної матриці, а також виробленню надійних, валідних і достовірних висновків.

А. Н. Олейник, в статті «Контент-аналіз великих якісних даних» бере до уваги контент-аналіз та виокремлює його особливості, для застосування в аналізі великих даних [Олейник, 2019]. Перевагою контент-аналізу, як зазначено в статті, є можливість представити якісні дані у вигляді цифр, а потім проводити статистичні та математичні маніпуляції. Під терміном «великі дані» мається на увазі така інформація, яка є у великому обсязі, відрізняється різноманітністю, високою швидкістю змін. Різноманітність великих даних у широкому понятті полягає в тому, що вони мають різний вигляд: від кількісних даних про людей, і до якісних (текстів, аудіо) які залишають за собою люди. Дані в великих обсягах мають настільки різноплановий характер, що робить їх,

при використанні звичайних статистичних методів, непридатними до використання. Якісні великі дані ще менш пристосовані до аналізу. Це і є предметом розгляду даної статті.

Одним із способів роботи з великими даними при дослідженні масивів текстів, є контент-аналіз. Прикладами великих текстових даних є етнографічні розвідки, біографічні дослідження. Для такого контент-аналізу, традиційно використовується триангуляція, можлива вторинна обробка якісних даних при рішенні інших задач. В статті вказується на обробку інформації, що постійно оновлюється в реальному часі, необхідність її збереження та забезпечення доступу надалі.

Звертається увага на особистість дослідника, що має бути авторитетним не тільки на рівні аналізу даних дослідження, а і при винесенні цих результатів на світовий рівень. Сенс контент-аналізу в тому, аби виявляти позатекстову реальність. Оцінка надійності результатів контент-дослідження можлива за участі двох або більше кодувальників, вираховується за коефіцієнтом Альфа Криппендорфа, Пі Скотта. Тільки да досягнення відповідних чисельних значень цих коефіцієнтів, можна казати про надійність результатів дослідження.

Контент-аналіз, на думку автора, може розглядатись як процес розпізнавання образів. Деякі дослідники вважають, що важливими є тільки ті образи, які розпізнали читачі. Образи ж, які вкладає автор тексту, але які залишились поза розумінням не є важливими.

В статті ще раз підтверджується традиційний поділ типів контент-аналізу на якісний, кількісний та змішаний тип. Саме кількісний контент-аналіз найлегше адаптуються до роботи з великими даними, оскільки підрахунок частот часто робиться за допомогою технічних пристроїв. Проте, не можна не зауважити, що при такому контент-аналізі втрачається вклад людини як «золотого стандарту». Участь людини в комп'ютерному контент аналізі потрібна на першому етапі – коли проводиться кодування

певного масиву якісних даних для створення концептуальної кодувальної матриці. Зазначено, що аналіз великих даних може бути перенесений в режим онлайн, оскільки обробка таких даних займає багато ресурсів. Також, результати аналізу великих даних можливо поширювати з необмеженим колом користувачів та створення якісного банку даних, доступного для вторинної розробки.

Фінські автори Elo, S., та Kyngäs, H., в статті «Процес кількісного контент-аналізу»(The qualitative content analysis process)» проаналізували процес проведення дослідження з використанням контент-аналізу в медичній сфері [Elo S, Kyngäs H, 2008]. Приклади, які наводились в статті стосувалися вивчення симптомів у хворих різними типами хвороб, контент-аналіз проводився на транскриптах інтерв'ю з хворими. В роботі значна увага приділяється розгляду стадій виконання контент-аналізу, а також особливостей роботи при використанні індуктивної або ж дедуктивної стратегії аналізу. Загальним висновком зі статті є те, що індуктивний контент-аналіз використовується тоді, коли проблемне питання є недостатньо вивченим, відсутні попередні дослідження з такої самої, або схожої теми. Всі категорії для аналізу виокремлюються та формулюються дослідниками, відповідно до даних дослідження.

Зазначено, що контент-аналіз є методом аналізу письмових, усних та візуальних комунікацій, що означає що цей метод не обмежується аналізом лише текстів. Контент-аналіз дозволяє відокремити, очистити тексти та перетворити їх на тематичні категорії. За Кріппендорфом, контент-аналіз це метод, який дозволяє робити відтворювані та ґрунтовні висновки, які базуються на аналітично створеному категоріальному апараті [Krippendorff, 2013]. Це у свою чергу, приносить нові знання, відкриття та репрезентує факти, які були приховані або не помітні при простому прочитанні текстів. Мета - створити конденсований (насичений), проте повний опис феномену, що спостерігається. Часто, метою

категоризування текстів є створення ґрунтовної теорії, концептуальної системи або карти категорій.

Дослідники із Фінляндії, S. Elo та H. Kyngäs, вважають, що ступінь складності дослідження з використанням контент-аналізу залежить тільки від самого дослідника [Elo S, Kyngäs H, 2008]. Наголошують на необхідності професійного досвіду виконавця дослідження, оскільки, при недостатності навичок проведення контент-аналізу, отримані дані можуть бути занадто очевидними та простими. Контент-аналіз це дуже гнучкий та різносторонній метод, і немає одного вірного шляху як його робити. При належній підготовці, результати контент-аналізу будуть ґрунтовними та валідними.

В статті розглянуті два основні шляхи проведення контент-аналізу, індуктивний та дедуктивний. Обрання того чи іншого методу обґрунтовується метою та потребами дослідження.

Індуктивний шлях проведення дослідження передбачає виділення категорій аналізу під час прочитання текстів. Назва цьому процесу - відкрите кодування. після проведення відкритого кодування, виявлені категорії сортують за змістом у головні категорії. Тут є важливим участь дослідника, адже саме дослідник, за своєю логікою інтерпретації, бере на себе відповідальність агрегувати та створити головні категорії за змістом, за появою в тексті, тощо. Процес абстрагування продовжується до моменту, поки в цьому є сенс та не втрачається первинний сенс з документів. Надлишок категорій означає те, що дані не достатньо категоризовані та потребують подальшої обробки та групування. З іншого боку, недостатність даних для категоризування може призводити до розрізненості субкатегорій, які насправді належать до однієї головної категорії. На прикладах, наведених у статті є до трьох рівнів категорій, більше розгалуження не є потрібним та обґрунтованим.

Дедуктивний метод дослідження використовується переважно тоді, коли дослідник бажає перевірити результати в нових умовах. В такому кодуванні створюється кодувальна матриця заздалегідь, та дані кодуються по ній. В разі, якщо документи, які аналізуються, мають нові концепти, ще не зазначені в кодувальній матриці, вони додаються до матриці, як в шляху індуктивного кодування.

Загалом, створення категорій, сортування виділених ключових слів з тексту - це емпіричний та концептуальний виклик, який постає перед контент-аналітиками кожного разу при проведенні дослідження. Важливо аналізувати та спрощувати матеріал, рефлексуючи отриману інформацію та тематику.

Таким чином, сучасні дослідники, які користуються методом контент-аналізу, висловлюються позитивно про можливості методу, демонструють різноманітні напрямки його застосування. Одночасно з цим, вони бачать деякі недоліки, які пропонують вирішувати. Так, Іванов О. В. зазначив про недосконалість термінологічного апарату методу, що звужує можливості для співставлення результатів. Наголошується необхідність чітко обґрунтовувати одиниці відбору дослідження, обрані категорії аналізу, для отримання надійних та валідних висновків. Окремим питанням виноситься необхідність тестування кодувальної матриці методом тріангуляції та перевірки точності за показником Альфа Кріппендорфа або аналогічними. Інші автори зазначили про широкі можливості використання та ускладнення методу, які залежать від досвідченості дослідника. А також, йшлося про доцільність використання контент-аналізу для аналізу великих даних, що дасть змогу агрегувати великі потоки інформації та проаналізувати їх у кількісному вигляді.

РОЗДІЛ 3. ЗАСТОСУВАННЯ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ ДО СУЧАСНОЇ ПОДІЇ В УКРАЇНІ

3.1. Програма дослідження

Проблемна ситуація. Нещодавно відбулось підписання формули Штайнмаєра, яке викликало значимі події в Україні. Складність ситуації полягає в тому, що в суспільство в більшості до кінця не розуміє сутність тексту формули, політики спекулюють на інформуванні загалу, відсутні видимі результати щодо реалізації формули. Тема є гострою, тому що, довго триває конфлікт на Донбасі, проте йому немає вирішення. Формула представлена як рушій до вирішення конфлікту, проте досі немає чіткого розуміння позиції влади, позиції агресора і міжнародної спільноти, відсутня ефективна комунікація. Формула має за основу зміну послідовності виконання Мінського протоколу, яка не є задовільною для частини українського суспільства, про що свідчать протести, заяви голів обласних рад, тощо. Формула передбачає виконання політичного блоку питань серед яких закон про особливий статус, вибори на територіях ДНР та ЛНР, та амністію для учасників конфлікту. В разі проведення виборів за демократичними стандартами, що має підтвердити місія ОБСЄ, Україна зобов'язується надати окупованим територіям особливого статусу. Важливим елементом для цього є відновлення повного контролю України над кордоном.

Мінські угоди, частиною для імплементації яких і є формула Штайнмаєра, були досягнуті на переговорах у Мінську 5 вересня 2014 року. Договір був укладений учасниками Тресторонньої контактної групи: послом Гайді Тальявіні (від ОБСЄ), другим Президентом України Леонідом Кучмою (від України), послом Російської Федерації в Україні Михайлом Зурабовим (від Росії). Також, участь в підписанні брали голови ДНР та ЛНР Олександр Захарченко та Ігор Плотницький.

Також, вже укладений комплекс заходів по виконанню Мінських угод, на саміті Нормандської четвірки, в Мінську 11-12 лютого 2015 Німеччиною, Францією, Україною та Росією.

На сьогодні, тема імплементації формули Штайнмаєра є актуальною для України та українського суспільства оскільки, від вирішення цього питання залежить завершення війни, рішення щодо окупованих територій та загальне майбутнє України.

В умовах інформаційного суспільства, медіатизації та глобалізації існує проблема аналізу даних медіа, визначення потенціалу методів дослідження документів, що потребує глобального вивчення. Контент-аналіз як сучасний метод аналізу документів потребує додаткового підтвердження ефективності для детального вивчення поставленої проблеми.

Проблема дослідження

Предметний бік. Неоднозначність медіа-дискусій стосовно формули Штайнмаєра, наявність альтернативних та відмінних поглядів на її перспективи для України та політики, потреба в їх агрегуванні для збереження та подальшої правдивої комунікації в суспільстві.

Об'єкт дослідження - дискурс про Формулу Штайнмаєра в українських медіа.

Предмет дослідження - вектори висвітлення Формули Штайнмаєра у медіа-дискурсі.

Мета дослідження:

Виявити особливості конструювання медіа-дискурсу стосовно формули Штайнмаєра.

Завдання дослідження:

- 1) Виокремити основні теми, які висвітлюються у зв'язку із формулою Штайнмаєра.

- 2) Виокремити основні характеристики формули Штайнмаєра за даними, які надаються у ЗМІ.
- 3) Дослідити висвітлення конфлікту на Сході України, та рішення, запропоновані Формулою Штайнмаєра.
- 4) Визначити наявність негативних конотацій Формули Штайнмаєра, які висвітлюються в ЗМІ.
- 5) Виокремити основних акторів, які посідають головну роль в обговоренні Формули Штайнмаєра.
- 6) Визначити проблеми, з якими стикається Україна та країни світу для впровадження Формули Штайнмаєра.

Гіпотези дослідження:

Гіпотеза 1. Формула Штайнмаєра висвітлюється у засобах масової інформації як недосконала для України.

Гіпотеза 2. В медіа висвітлюється негативне ставлення щодо дій влади України, стосовно вирішення конфлікту на Сході України шляхом прийняття Формули Штайнмаєра.

Гіпотеза 3. Формула висвітлюється у ЗМІ як можливість для завершення війни на Донбасі.

Обмеження та ризики дослідження. При інтерпретації результатів даного дослідження слід враховувати обмеження даного дослідження, яке полягає в тому, що кодування даних було проведене один раз одною дослідницею, тому не було можливості перевірити точність кодування.

Процедури кодування в межах контент-аналізу можуть бути формалізовані (маніфестне кодування) та неформалізовані (латентне кодування). Випадок маніфестного кодування не підходить для дослідження в межах даної роботи, оскільки таке маніфестне кодування виключає з одиниць аналізу синонімічні або завуальовані мовні образи. Тоді як латентне кодування дає змогу виокремлювати навіть такі одиниці

кодування, які приховані за синонімічними словами та мовними виразами. Кодувальна матриця відображає кожну одиницю кодування, беручи до уваги прихований контекст одиниць кодування, а тому є надійною для того, щоб зробити релевантні висновки (Додаток 1).

Методика дослідження: вибір і опис методів збирання первинної соціологічної інформації

Обґрунтування методу аналізу:

Метод, обраний для проведення дослідження - контент-аналіз.

Контент-аналіз - кількісно-якісний метод вивчення документів, який полягає у кількісній обробці тексту з подальшою інтерпретацією результатів. За допомогою контент-аналізу вивчають проблеми соціальної дійсності, висловлені чи, навпаки, приховані в документі, а також структурні та інші особливості самого документа.

Використання цього методу передбачає чітке окреслення тематичного кола повідомлень, викриття прихованих змістів (за наявності), виокремлення першорядних та другорядних контекстів, фреймів, в яких відбувається дискурс про підписання формули Штайнмаєра.

Обґрунтування вибірки: тип вибірки, технологічний ланцюжок

Вибірка. В дослідженні будуть брати участь документи, які містять ключові слова: «Формула Штайнмаєра».

Документи до аналізу датовані 10-12 лютого 2019 року, починаючи з проведення саміту в Мінську стосовно укладання Мінського протоколу та Комплексу заходів щодо виконання Мінського протоколу. А фінальна дата для відбору документів для аналізу - один місяць після оприлюднення інформації про підписання Формули Штайнмаєра - 2 листопада 2019 р.

Контент, на якому буде проводитись опитування - повідомлення та статті провідних газет та журналів України, які мають політичну колонку

новин. Це Громадське, Українська правда, Український тиждень, РБК, Сьогодні, ТСН, BBC News Україна, тощо.

Генеральна сукупність – українські ЗМІ, які мають колонку новин та висвітлюють новини на політичну тематику, а саме статті, які мають в собі ключове слово «формула Штайнмаєра».

Основа вибірки – база даних статей зі згадуванням формули Штайнмаєра, датовані 14.09 - 13.12.2019 рр. Сукупний масив містить 688 текстів.

Одиниця відбору – релевантний текст, який не підпадає в категорію відбраку, та який вміщується в крок для дослідження, який становить 2.

Одиниця спостереження – співпадає з одиницею відбору.

Таким чином, генеральна сукупність представлена:

Всього 119 видань, з них 688 текстів обраних до аналізу.

Отже, повна **генеральна сукупність** становить – 688 текстів для аналізу, з 119 українських медіа видань.

Для вирахування вибіркової сукупності нами було застосовано наступну формулу простої вибірки.

$$n = \frac{t^2 \sigma^2 N}{N \Delta^2 + t^2 \sigma^2}$$

При підстановці кількості статей з генеральної сукупності отримали:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0,5^2 \times 688}{0.05^2 \times 688 + 1.96^2 \times 0.5^2} = 246$$

На основі формули було визначено вибірку сукупність у розмірі – 246 текстів. Довірчий інтервал становить 95%, а похибка +/- 5%.

Необхідна кількість текстів обирається за допомогою простого випадкового відбору за кроком 2.

Вибір статей відбувався за наявністю в тексті словосполучення «формула Штайнмаєра», оскільки це точно відповідає тематиці

дослідження та не спровокує великого відсотка відбраку. Фактично, відсоток відбраку в такому підході становив 25%, він був визначений при перших прочитаннях статей, для підготовки кодувальної матриці (додаток 1). Фактична вибірка становить: 227 статей.

В додатку 2 наведений приклад документа з генеральною сукупністю статей, які кодувались під час дослідження.

3.2. Аналіз результатів дослідження

Формула Штайнмаєра є дискусійною темою, викликає резонанс в українському суспільстві. Формула Штайнмаєра видавалась одним з способів вирішення конфлікту на Донбасі, який можна виконати у певній послідовності пунктів. Є потреба у кількісно-якісній оцінці користі цього рішення формули Штайнмаєра, визначенні ставлення та характер висвітлення цього рішення влади у ЗМІ.

Основними категоріями аналізу, які були виділені є: Формула Штайнмаєра, Мінські домовленості, Донбас, Позиції країн, Активні суб'єкти формули та Країни, які згадуються. Ці категорії були виділені при пілотному прочитанні текстів, для виділення категорій та субкатегорій. Вони є частотними, а також відображають тематику та зміст текстів, які створені для обговорення, висловлення думок щодо формули Штайнмаєра.

Категорія «формула Штайнмаєра» була виділена з метою виокремлення її з полотна тексту, щоб логічно відділити тези про формулу. Кодувалось самоназивання - формула Штайнмаєра, а також характеристики формули, та побоювання щодо неї. Головним питанням, яке стояло під час дослідження було - виявити, чи вважають цю формулу капітуляцією, чи вона є нормальною версією перебігу політичних подій. Рис. 3.1. зображує розподіл за субкатегоріями в категорії «формула Штайнмаєра».

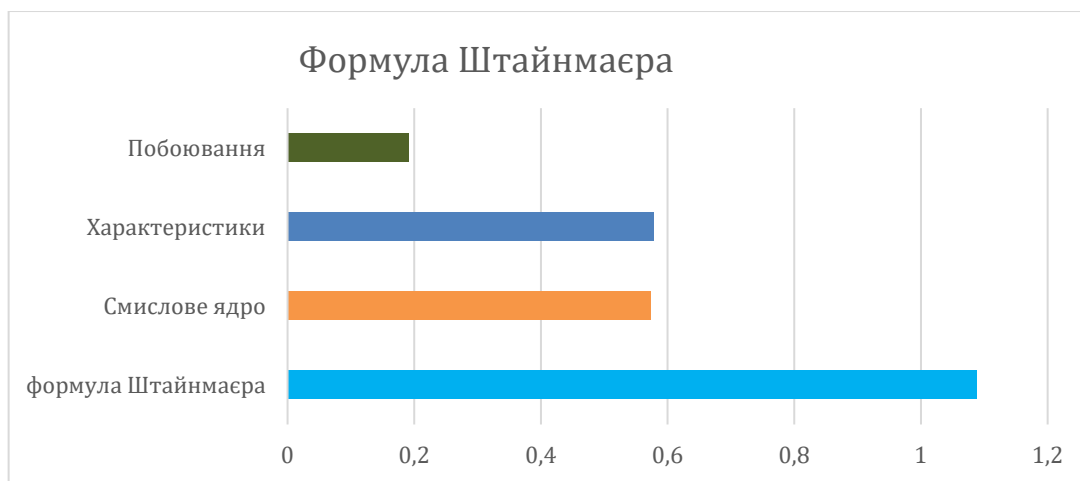


Рис. 3.1. Розподіл для категорії «Формула Штайнмаєра» за субкатегоріями

Окремо виділене називання формули, що становить одне з найбільш частотних значень категорії. Субкатегорія «формула Штайнмаєра» становить 1/12 від загальної частотності виділених категорій в аналізі. Субкатегорії «смислове ядро» та «характеристики» мають приблизно однакову частотність. За субкатегоріями, які належать до цієї категорії, «смислове ядро» відповідає за те, що саме очікують від формули, та кому її реалізація принесе користь. Сюди потрапляли згадування про те, що формула є вимогою Кремля, вона потребує змін до Конституції України, проведення виборів на всій території України, а також що це формула відведення уваги та дискусія навколо послідовності проведення в дію Мінських домовленостей.

Субкатегорія «характеристики» формули має в собі категорії нормальність формули, схвалення, а також «зрада», «капітуляція», «поступка» (див. рис. 3.2).



Рис. 3.2. Розподіл для категорії «Формула Штайнмаєра»

Максимально вираженими є категорії «капітуляція» та «вимога Кремля». Можна припускати, що настрої проти формули Штайнмаєра переважають над настроями, які її підтримують. І саме цієї позиції дотримується преса у висвітленні цього питання. В категорію «капітуляція» не входили згадування акцій протесту та руху «ні капітуляції», що загалом здатне ще сильніше зсунути вердикт формулі як негативній події. Підсилюють негативне сприйняття формули також виокремлені категорії «зрада», «поступка», «загроза суверенітету країни». І таким чином, описування формули як позитивної або, принаймні, нейтральної є не частотним.

Наступною за частотністю субкатегорією є «Конституція України», вона часто згадується з тої причини, що формула Штайнмаєра передбачає зміни до Конституції України з приводу особливого статусу Донбасу. На рахунок можливості, доцільності та правомірності цього ведуться дискусії, які піднімають частоту цієї субкатегорії.

Конфліктують між собою і розгляд формули Штайнмаєра як мирного плану, та як конфлікту. Конфлікт в суспільстві, що створює формула Штайнмаєра, розподіл України, який є загрозою при підписанні та виконанні формули Штайнмаєра - це ті сенси, які транслюють та продукують ЗМІ.

Якщо говорити про категорію «Донбас», то вона в даному дослідженні розпалася на логічні субкатегорії: «управління Донбасу», «війна на Донбасі», а також «вибори на Донбасі»(див. рис. 3.3).

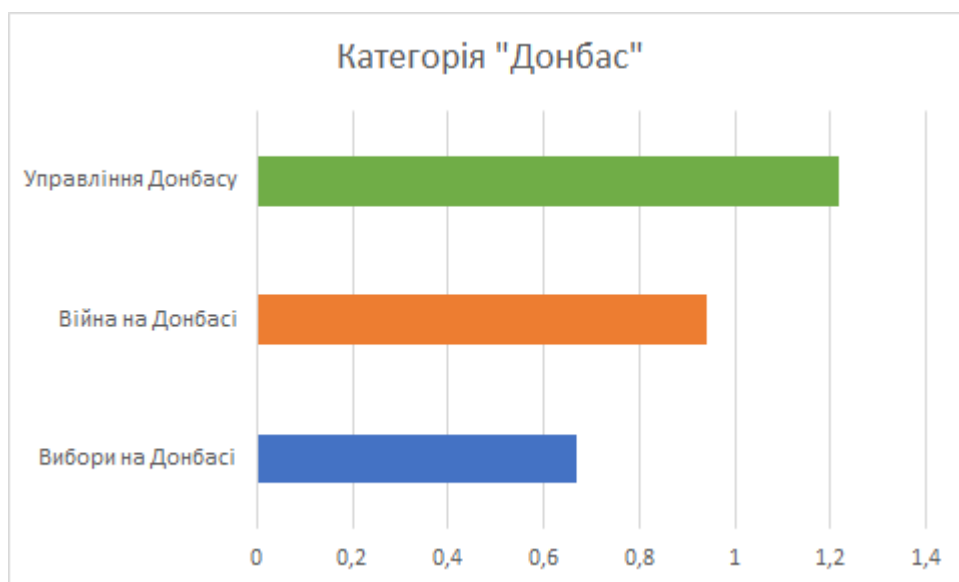


Рис. 3.3. Розподіл для категорії «Донбас»

Найчастотнішою з виділених категорій є Управління. Саме цій категорії і присвячена суть формули Штайнмаєра, оскільки вона, серед інших пунктів, розглядає і порядок управління в цьому регіоні. Війна на Донбасі містить субкатегорію називання «Війна», а також те, що пов'язане з війною - конфліктна ситуація, наявність терористів (або сепаратистів) а також питання, що пов'язані з варіантами вирішення війни, такими як обмін полоненими, введення військового стану, та російським контролем на територіях (явним і прихованим). «Вибори на Донбасі» містять в собі субкатегорії, пов'язані з цією подією, самоназивання виборів, характеристики виборів містяться в цій категорії. Не дивно, що саме категорія управління Донбасу (рис.3.3) є найістотнішою, це означає, що не

без підстав ЗМІ роблять акцент на тому, що формула таки пов'язана з можливими змінами до статусу та управління Донбасу. Для детального розгляду субкатегорій слід звернутись до малюнка (рис 3.4).

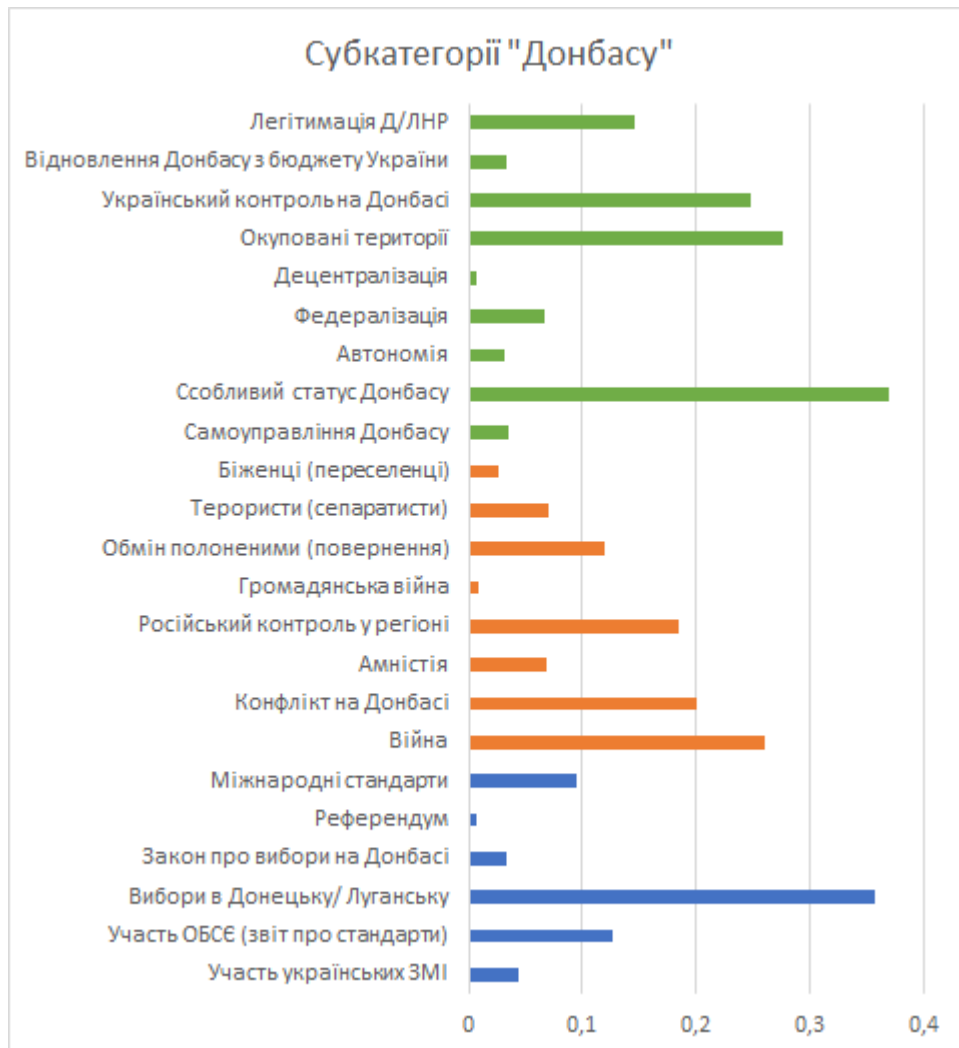


Рис. 3.4. Розподіл для категорії «Донбас» за субкатегоріями

Якщо дивитись прискіпливіше на субкатегорії даної діаграми, можна бачити, які з виділених субкатегорій мають найбільшу частотність та отримують найбільший розголос. Важливо, що ЗМІ називають конфлікт та війну на Донбасі саме цими категоріями, не викривляючи сенс. Території є окупованими, непідконтрольними Україні, що також зазначається в пресі. Головною темою по Донбасу у формулі Штайнмайера є те, що Донбас має отримати самоуправління, яке почне діяти вже після проведення виборів на цих територіях. Категорії самоуправління та виборів на Донбасі є

схожими за частотністю, вони часто зустрічаються поряд в текстах, тому що відображають сутність формули (рис 3.4). Високу частотність мають категорії Окуповані території та український контроль на Донбасі, це свідчить, що наразі Україна не має контролю за цими територіями, проте контроль там є бажаним для влади та України. Він може бути досягнений шляхом припинення війни на Донбасі, а також після проведення виборів, які, за записами ЗМІ планується проводити за міжнародними стандартами, під контролем ОБСЄ та за участі ЗМІ, представництва українських партій та спостерігачів. категорія громадянська війна не є частотною, війну називають російським контролем на території, при чому як в явному вигляді, так і в прихованому, цитуючи російських політиків, які заявляють про відсутність російських військових угруповань в Україні. Варіантами для самоуправління нині окупованих територій є, у спадаючому порядку частотності, федералізація, автономія, та загальна децентралізація України, яка і зараз проводиться на території держави.

Щодо категорії позицій країн, а саме позицій України та Росії в конфлікті на Донбасі, який тісно пов'язаний із підписанням формули Штайнмаєра, позиція України представлена набагато повніше ніж позиція Росії.

Головною темою, яку пропагує Україна, в особі Зеленського Володимира, а також представників президента виявилась «розведення сил» на Донбасі, що супроводжується категорією «режим тиші», який планується вводити за 7 днів до початку проведення виборів на Донбасі (рис. 3.5). Це також супроводжується звинуваченням Росії в агресії, називанням її тою країною, яка порушує режим тиші, використовує заборонені міномети на ділянках розведення сил, всіляко підриває можливість мирного завершення конфлікту. Також, ситуація на Донбасі називається саме конфліктом з Росією, що не дає шансів для маніпуляції та

двозначного трактування, як того намагається досягти Росія, називаючи війну громадянською, за участю сепаратистів.

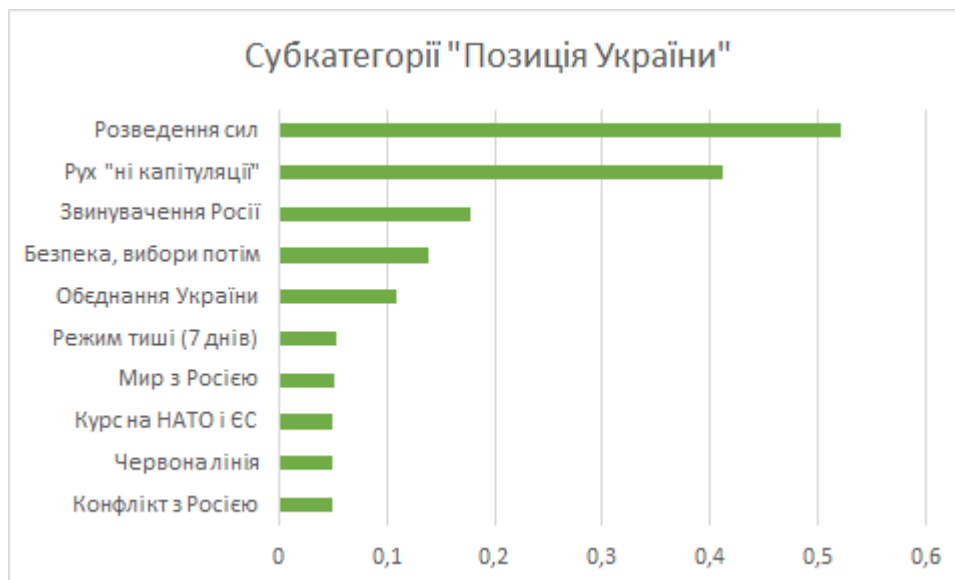


Рис. 3.5. Розподіл для категорії «Позиція України»

Поряд з цим, чіткою висловленою позицією України є те, щоб вибори на Донбасі проводились тільки після розведення військ, що забезпечує вільний доступ українських партій та ЗМІ до участі у виборах. А міжнародна місія ОБСЄ повинна проконтролювати перебіг виборів та винести своє рішення про їхню демократичність та легітимність. Паралельно, позиція Українського суспільства виокремлюється в значенні частоти «рух «Ні капітуляції». ЗМІ висвітлюють проведення акцій проти капітуляції України у всіх областях країни, зазначають, що їх підтримує попередній президент України Петро Порошенко. Проте, Володимир Зеленський, як представник сучасної влади в Україні заявляє, що «капітуляції не буде», та обґрунтовує свою позицію про об'єднання України у такий спосіб. Для підтримки своєї позиції, Зеленський та його оточення використовують поняття «червоні лінії», які не можуть бути перейдені в перемовинах. Це говориться про порядок проведення виборів, про український контроль на Донбасі, без якого Україна не погодиться на формулу Штайнмаєра.

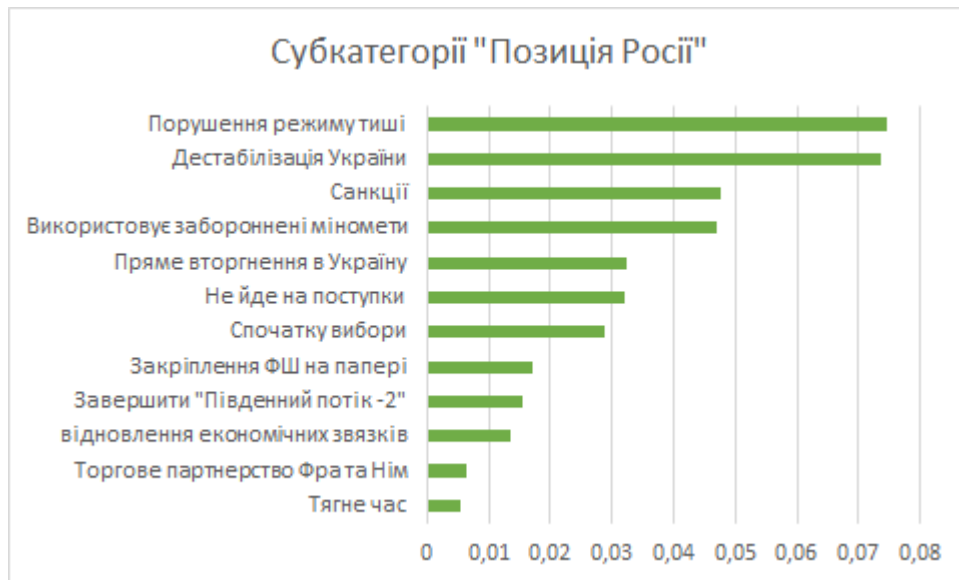


Рис. 3.6. Розподіл для категорії «Позиція Росії»

Серед розподілів, які пов'язані з позицією Росії щодо формули Штайнмаєра, та України загалом, переважають частоти про порушення режиму тиші, використовуючи заборонені міномети, а також дестабілізує Україну, демонструючи пряме вторгнення (рис. 3.6). Про санкції, що застосовані зараз до Росії, говорили у тому розумінні, що вони виснажують цю країну, а також згадувалось, що Росія прагне зняти з себе санкції, за допомогою країн-партнерів, з якими вибудовує економічне партнерство. Росія є зацікавленою у відновленні загальних економічних зв'язків, а також у завершенні проєкту «Південний потік-2». У відношенні до формули Штайнмаєра, Росія має конкретну позицію: проведення виборів має бути навіть перед роззброєнням, і важливо, щоб формула Штайнмаєра нарешті була записана на папері, аби Україні не залишалось можливості її не виконати.

Серед активних суб'єктів формули, тобто учасників перемовин та дискурсу, були виділені учасники, представлені на діаграмі (рис. 3.7).



Рис. 3.7. Розподіл для категорії «Активні суб'єкти формули»

Володимир Зеленський впевнено посідає перше місце за згадуваннями. Наступний - Володимир Путін, як один з головних опонентів української влади в конфлікті. Він згадувався, як в контексті перемовин лідерів країн, так і з цитатами окремих висловлень та передбачень стосовно українського конфлікту, формули Штайнмаєра та висловлення позиції своєї країни. Серед міністрів закордонних справ країн-учасників перемовин у нормандському форматі, найчастіше згадувався Вадим Пристайко, український міністр закордонних справ. Він висловлювався з приводу формули Штайнмаєра, говорив про можливості та порядок її імплементації, про участь Президента в її підготовці та підписанні. Леонід Кучма згадувався в медіа дописах як підписант формули Штайнмаєра, а тому також є суб'єктом формули.

Якщо розглянути розподіл країн за частотою згадування в текстах про формулу Штайнмаєра, помітно що Україна посідає перше місце (рис. 3.8). Це означає, що Україна є і визнається центральним гравцем, вона береться до уваги у повідомленнях ЗМІ. Другою за частотою згадується Росія. Про неї говорять в різних контекстах, проте графік показує, що вона є не набагато менш значущим гравцем на політичній арені у зв'язку з розглядом формули.

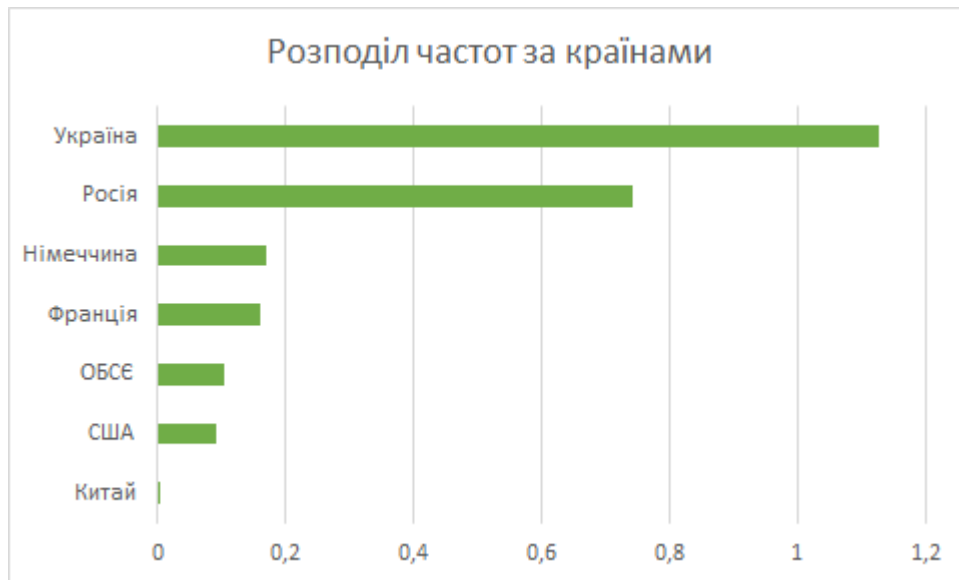


Рис. 3.8. Розподіл для категорії «Країни»

Інші країни були додані до цієї категорії, оскільки вони брали участь в обговоренні українського питання на самітах Нормандської четвірки, а також їхні лідери висловлювались на підтримку сторін в конфлікті. Видно, що Німеччина та Франція знаходяться приблизно на однаковій частоті за згадуваннями, що говорить про те, що вони часто згадувались в текстах або в парі, або мали однакову (схожу за активністю) роль в дискурсі. Виділені США та Китай для того, щоб не залишити поза увагою участь та згадування про ці країни. Вони згадувались як партнери України, проте без значного впливу та вкладу в конфлікт та його вирішення. ОБСЄ, як міжнародна Організація з безпеки і співробітництва в Європі згадувалась часто як модератор конфлікту, маючи функції міжнародного спостерігача, а також як необхідність міжнародної присутності при проведенні виборів у Донецьку та Луганську, як зазначено у тексті формули Штайнмаєра.

Висновок дослідження

За результатами дослідження можна зробити наступні висновки.

Основними темами, які висвітлюються у зв'язку із формулою Штайнмаєра є: обговорення змісту, характеристик та побоювань стосовно даної формули. Основними побоюваннями є те, що вона викликає конфлікт у суспільстві, а також є капітуляцією української влади. Категорія «схвалення» слабо представлена у медіа дописах, загальна тенденція до того, щоб називати формулу негативною, зрадливою, «поступкою Кремлю».

Формула Штайнмаєра представляє варіант вирішення конфлікту на Сході України, про це ЗМІ ведуть дискурс. Описується процедура імплементації формули Штайнмаєра, із зазначенням вимог Кремля, а також необхідних до виконання дій, які вимагає українська сторона. Головною дією, без якої Україна не готова виконувати формулу Штайнмаєра, є «розведення сил», про це згадувалось у переважній більшості дописів, поряд зі згадкою про «червоні лінії», які Україна ні в якому разі не буде переходити. Щодо особливого статусу Донбасу, медіа транслюють повідомлення про те, що українська влада зможе надати особливий статус тільки після проведення виборів, які повинні пройти на Донбасі за умови українського контролю на території. Дослідження виявило інші варіанти вирішення питання самоуправління Донбасу: з невисокою частотністю, були висловлені очікування про «автономію», «федералізацію».

Що до наявності негативних конотацій Формули Штайнмаєра, які висвітлюються в ЗМІ, то вони превалюють над позитивними та нейтральними. Перевага в сторону негативу дуже відчутна, в категоріях про характеристику формули Штайнмаєра чітко проглядаються негативні тенденції в оцінці цієї теми у ЗМІ. Основними акторами, які посідають головну роль в обговоренні Формули Штайнмаєра є Володимир

Зеленський, наступний – Володимир Путін. Далі за ними посідає третє місце – Вадим Пристайко, на час дослідження, міністр закордонних справ України. Проблемами, які постали перед Україною та світом, під час впровадження формули Штайнмаєра, є створення сприятливих обставин для проведення виборів на Донбасі, за участі українських ЗМІ, представників ОБСЄ, для контролю демократичності виборів та свободи волевиявлення громадян.

Гіпотези дослідження підтвердились, формула Штайнмаєра висвітлюється у засобах масової інформації як недосконала для України, вона називається «зрадою», «капітуляцією», що підтверджують повідомлення ЗМІ про набір обертів руху «Ні Капітуляції». В медіа висвітлюється негативне ставлення щодо дій влади України, стосовно вирішення конфлікту на Сході України шляхом прийняття Формули Штайнмаєра. Формула висвітлюється у ЗМІ як можливість для завершення війни на Донбасі, проте немає єдиного сценарію імплементації формули Штайнмаєра, що викликає резонанс у суспільстві, негативні конотації.

ВИСНОВОК

В роботі виявлено достатній потенціал методу контент-аналізу для дослідження гостросоціальних суспільних проблем, на прикладі вивчення медіа-дописів з теми формули Штайнмаєра.

За висновками аналізу, було виявлено гостро негативні тенденції в медіа текстах, пов'язаних з формулою. Найчастотнішими категоріями були «капітуляція», «зрада», поряд з якими позитивні категорії «нормальність формули» та висловлюваннями, які були закодовані як «позитивність формули» - не мали порівняної частоти. Таким чином, загальне ставлення до проекту формули та її реалізації в медіа демонстровано як негативне. Виявлено, що медіа називає конфлікт на Донбасі та війну на Донбасі, використовуючи ці терміни паралельно. Російська Федерація відкрито називається агресором, звинувачується в дестабілізації країни та порушенні режиму тиші. Таким чином, у медіа конструюється негативний образ Російської Федерації та її очільника, Володимира Путіна, як головнокомандувача. Український Президент Володимир Зеленський займає провідну роль в медіа-обговореннях, що робить його основною фігурою в даній темі, проте його часто критикують, зазначають, що для нього зараз «складні часи», він має слабку позицію, а також піддається на вимоги РФ, ідучи на «поступки».

Особливостями використання контент-аналізу для вивчення гостросоціальної суспільної теми є використання методу латентного кодування для створення кодувальної матриці, розмежування точок зору на проблему різними учасниками дискурсу, відокремлення акторів, визначення головних та другорядних фігур у дискурсі, який продукують ЗМІ. Особливостями результатів, які дає контент-аналіз при використанні його до гостросоціальної суспільної теми, на відміну від інших методів аналізу, є виокремлення чітких одиниць кодування, підрахунок

частотності згадувань категорій аналізу, виведення відносних частот по категоріям для отримання загальних результатів з проаналізованих текстів.

Таким чином, можна зробити висновок про ефективність методу контент-аналізу для дослідження суспільних проблем, оскільки він дозволяє агрегувати інформацію, що надходить з медіа про досліджувану проблему. Через можливість зважування категорій на загальну кількість слів у текстах, метод дає можливість порівнювати частотності згадувань досліджуваних категорій. Категорії у контент-аналізі стають чіткими числовими значеннями, якими можна оперувати та зробити висновки про характер комунікації, про тематичну спрямованість та тенденції в комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Берко А. Система контент-моніторингу новинних інтернет-ресурсів / А. Ю. Берко, Я. П. Кісь, В. І. Суховерський // Вісн. Нац. ун-ту «Львівська політехніка». – 2011. – № 699: Інформаційні системи та мережі. – С. 13–21.
2. Боришполец К.П. Методы политических исследований: Учеб. пособие / Боришполец К.П.. – Москва: Аспект Пресс, 2005. – 221 с.
Режим доступу до ресурсу: <http://politics.ellib.org.ua/pages-cat-49.html>
3. Жарикова Т.А. Контент-анализ – социологический метод: Препринт / Институт истории, археологии и этнографии народов Дальнего Востока ДВО АН СССР. – Владивосток, 1990. С. 4-5
4. Иванов О. В. Кількісний аналіз тексту чи продукування числових артефактів: аудит контент-аналітичних досліджень [Електронний ресурс] / Олег Валерійович Иванов // Наукові записки. Том 148. – 2013. – Режим доступу до ресурсу:
http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/2763/Ivanov_Kil_kisnyi_analiz_tekstu.pdf.
5. Иванов О. В. Класичний контент-аналіз та аналіз тексту: термінологічні та методологічні відмінності [Електронний ресурс] / О. В. Иванов // КМА. – 2013. – Режим доступу до ресурсу:
<http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/7244>.
6. Иванов О. В. Комп'ютерний контент-аналіз: проблеми та перспективи вирішення [Електронний ресурс] / Олег Валерійович Иванов // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. – 2010. – Режим доступу до ресурсу:
http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/123456789/2407/1/Ivanov%20komj_uternyi%20analiz.pdf.
7. Иванов В. Ф. Формалізовані методи вивчення мас-медіа [Електронний ресурс] / Иванов В. Ф. // Інститут журналістики КНУ –

Режим доступу до ресурсу:

<http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1283>.

8. Йоргенсен М. Дискурс-анализ. Теория и метод: 2-е издание / М. Йоргенсен, Л. Филлипс. – пер. з англ. Харків: Гуманитарний центр, 2008. – 352 с
9. КМІС [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=content_analysis.
10. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения / Под ред. В.А. Мансурова. – М.: Институт социологии РАН, 2010. – 324 с. Режим доступу до ресурсу: <http://194.44.152.155/elib/local/r380.pdf>.
11. Костенко Н. В., Иванов В. Ф. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики : Монографія. — К. : Центр вільної преси, 2003. — 140 с.
12. Мангейм Дж. Б., Рич Р. К. Политология. Методы исследования. – М., 1997
13. Олейник А. Н. 20. Контент-аналіз великих якісних даних [Електронний ресурс] / А. Н. Олейник // International Journal of Open Information Technologies. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontent-analiz-bolshih-kachestvennyh-dannyh>.
14. Пашинян И.А. Контент-анализ как метод исследования: достоинства и ограничения // Научная периодика: проблемы и решения. 2012. № 3. С. 13–18.
15. Пэнто Р., Гравитц М. Методы социальных наук / Пэнто Р., Гравитц М.. – Москва, 1972. – 329 с.
16. Петровець О. 1. Спроба №2: чому «формула Штайнмаєра» для Донбасу цього разу може спрацювати. / Олег Петровець. // Українська правда. – 2018. Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/columns/2018/06/2/7182088/>

- 17.Примаков В. Л. Медиатизация современного общества как фактор социальной регуляции / В. Л. Примаков. // Социальная инженерия: как социология меняет мир. – 2019.
- 18.Рабочая книга социолога / Под общ. ред. и с предисл. Г. В. Осипова. Изд. 5-е. — М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. — 480 с.
- 19.Семигіна Т. В. Використання дискурс-аналізу в дослідженнях із соціальної роботи / Т. В. Семигіна // Наукові записки. Том 19, Спеціальний випуск : у двох частинах. Частина 2/ Національний університет «Києво-Могилянська академія». – 2001. – Том 19. – С. 322 – 325.
- 20.Сучасні методики контент-аналізу: навчальний посібник/ за заг. ред. Костенко Наталії, Батаєвої Катерини, Іванова Валерія, 2018.- 416с.
- 21.Секунова І. О. Суть та значення контент-аналізу в дослідженні інформаційних матеріалів президентських кампаній в Україні / І. О. Секунова. // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2013. – №1. – С. 56–60.
- 22.Федорчук А. Контент-мониторинг информационных потоков [Электронный ресурс] / А. Федорчук // Б-ки нац. акад. наук: пробл. функционирования, тенденции развития. – Киев, 2005. – Вып. 3. – Режим доступа: [file:///C:/Users/Admin/Downloads/bnan_2005_3_17%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/bnan_2005_3_17%20(3).pdf).
- 23.Фомичова И.Д. Методика конкретных социологических исследований и печать: Лекции по курсу для ст-в фак-в и отд-ний журналистики гос. ун-в. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1980, -С.43
- 24.Чеснокова В. Ф, Об одном подходе к извлечению из текстов фрагментов системы ценностей автора // Методологические и методические проблемы контент-анализа: (Тезисы докладов рабочего совещания социологов) / АН СССР. Институт

- социологических исследований, Отв. ред, А.Г.Здравомыслов. М. - Л., 1973. Вып. 2. -С.98-103
- 25.Чуприна Л. Проблема інформаційних шумів при використанні оперативної інтернет-інформації для підготовки інформаційно-аналітичних матеріалів / Л. Чуприна // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2009. – Вип. 23. – С. 269–288
- 26.Юзва Л. Емпіричні контент-аналітичні дослідження: навчально-методичний комплекс для студентів спеціальності 8.03010101 "Соціологія" / Л. Юзва., 2017.
- 27.Юськів Б. М. Контент-аналіз. Історія розвитку і світовий досвід: Монографія. – Рівне.: "Перспектива", 2006. – 203 с. Режим доступу: https://issuu.com/kafinformi/docs/yuskiv-ka_history
- 28.Berelson B. Content Analysis in Communication Research. – Glencoe: Free Press, 1952. – P. 13.
- 29.Couldry, Nick, and Andreas Hepp. 2013. Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. *Communication Theory* 23: 191–202. doi:10.1111/comt.12019
- 30.Driessens, O., Bolin, G., Hepp, A., & Hjarvard, S. (Eds.). (2017). *Dynamics Of Mediatization*. doi:10.1007/978-3-319-62983-4
- 31.Elo S, Kyngäs H. The qualitative content analysis process [Електронний ресурс] / Elo S, Kyngäs H. // *Journal of advanced nursing*. – 2008. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/18352969>.
- 32.Graneheim, U. H., Lindgren, B.-M., & Lundman, B. (2017). *Methodological challenges in qualitative content analysis: A discussion paper. Nurse Education Today, 56, 29–34*. doi:10.1016/j.nedt.2017.06.002 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S026069171730142>

33. Graneheim U.H, Lundman B. Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. [Электронный ресурс] / Graneheim U.H, Lundman B // Nurse Education Today. – 2004. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/14769454>
34. Kimberly A. Neuendorf. The Content Analysis Guidebook / Kimberly A. Neuendorf. – Los Angeles: SAGE, 2017. – 438 с.
35. Krippendorff K. Content analysis: an introduction to its methodology: Second Edition / Klaus Krippendorff., 2013. – 365 с.
36. Lasswell H. Propaganda Technique in the World War. – N. Y., 1927
37. Lundby K. Mediatization of communication [Электронный ресурс] / Lundby K. // Research Gate. – 2014. – Режим доступа до ресурсу: https://www.researchgate.net/publication/306170274_Mediatization_of_communication
38. Mostyn B. Handbook of Motivational and Attitude Research Techniques / B. Mostyn. – Bradford: MCB Books, 1978.

ДОДАТКИ

Додаток 1 Кодувальна матриця

Категорія	Субкатегорія	Суб-субкатегорія
Формула Штайнмаєра	Смислове ядро	формула Штайнмаєра
		не існує як така (не має сили) (нечітко сформульована)
		розподіл України (згода про)
		припинення вогню та політ.питання - паралельно
		мирний план
		Конституція України
		Вимога Кремля (проштовхнути формулу)
		навязана іншими країнами
		провести вибори на всій території України
		введення формули - питання часу
		залагодження конфлікту
		послідовність виконання мінських угод
		відвернення уваги
	Характеристики	Нормальність формули (ні зрада ні перемога)
		Позитивна (Схвалення)
		Цирк
		компроміс
		капітуляція (негативна)
		зрада
		загроза суверенітету України
		Поступка
	Побоювання	чи зможе принести мир (неоднозначна) (суперечлива)
		Зеленському буде складно (неготовність до прийняття серйозних рішень) (пресинг на него)
замороження конфлікту		
конфлікт у суспільстві		
Нова революція		
статус війни - громадянська (гром. Конфлікт)		
Мінські домовленості	Характеристики	Мінські домовленості
		не принесли мир
		ганебні домовленості
		безальтернативні
		необхідно виконувати
	Смисловий аспект	політичні питання
		гуманітарний блок
		безпековий блок
		будуть переглядатися (переголосування)
Донбас	Вибори на Донбасі	участь українських ЗМІ
		участь ОБСЄ (звіт про стандарти)
		фейкові вибори
		вибори в Донецьку/ Луганську

		закон про вибори на Донбасі
		Референдум
		вибори за міжнародними стандартами (демократичні, вільні)
	Війна на Донбасі	війна
		Конфлікт на Донбасі
		амністія
		Російський контроль у регіоні
		громадянська війна
		обмін полоненими (повернення)
		терористи (сепаратисти)
		Присутність Росії ("відсутня на Донбасі")
		воєнний стан (ввести щоб назвати все своїми іменами)
		біженці (переселенці)
	Управління Донбасу	самоуправління Донбасу
		особливий статус Донбасу
		автономія
		федералізація
		децентралізація
		нестабільність
		окуповані території
Український контроль на Донбасі		
Відновлення Донбасу з бюджету України		
Легітимація Д/ЛНР		
Позиції країн	позиція України	розведення сил (виведення)
		мобілізація
		(Захистити Україну) "захисти себе без мирного процесу"
		червона лінія
		конфлікт з Росією
		Звинувачення Росії (Російська агресія)
		об'єднання України (суверенітет, підтвердження цілісності, утримання процесу відновлення) (реінтеграція Донбасу)
		режим тиші (7 днів)
		відновлення економічних зв'язків
		безпека, вибори потім
		спадковість української позиції
		введення іноземних військ ОБСЄ ООН
		рух "ні капітуляції"
		Курс на НАТО і ЄС
		слабка позиція
		невизначена позиція
		умиротворення Росії (смяшчание позиції)
		мир з Росією (на Донбасі)
		сильна позиція (Формула Зеленського)
	заспокоєння суспільства	
Позиція Росії	торгове партнерство Росія-Франція та Німеччина	

		Завершити "Південний потік -2"
		відновлення економічних зв'язків
		тягне час
		спочатку вибори
		закріплення ФШ на папері
		санкції
		дестабілізація України
		пряме вторгнення в Україну
		вкористовує забороннені міномети
		порушення режиму тиші
		зростання опозиції в Росії
		не йде на поступки
Активні суб'єкти формули	Зеленський Володимир	
		Діалоги про Україну Квартал 95
	Порошенко Олексій	
	Міністри закордонних справ	Сергій Лавров (Росія)
		Вадим Пристайко (Україна)
		Курт Волкер (США)
		Жан-Ів ле Дріан (Франція)
		Франк Вальтер Штайнмаєр (Німеччина)
	Кучма Леонід	
	Путін Володимир	
Макрон Еммануель		
Дональд Трамп		
	імпічмент	
Країни які згадуються	Україна	
	Росія	
	Німеччина	
	Франція	
	США	
	Китай	
	ОБСЄ	

Додаток 2 Вибірка

Номер	Заголовок	Текст	Дата	Источник	кількість
377	Діджест тез із пресмарафону Зе	«Формула Штайнмаєра»	15.10.2019	Сільські Обрії (Че	3518
380	На в'їздах до міста підняли прап	12 жовтня в Полтаві на в'ї	15.10.2019	Вечірня Полтава	1623
381	Пристайко пояснив складні ком	Виконання мінських домов	15.10.2019	Місто (Винница)	1767
384	Наша дипломатія має свої вимог	Геополітика. Формулу Шт	15.10.2019	Урядовий кур'єр	5329
387	Мир і компроміс — не одне й те	Володимир КОЛЮБАКІН,	16.10.2019	Урядовий кур'єр	727
388	Звернення Луцької міської ради	Ми, депутати Луцької міс	16.10.2019	Волинська газета	1845
389	У боротьбі з агресором латвійці	МІЖНАРОДНА СПІВПРАЦ	16.10.2019	Урядовий кур'єр	5311
392	Часткове протвердження на тлі	ЕРГОВИЙ ТРЕШ: до Києва	16.10.2019	Високий замок (Л	3712
393	«Ні!» «формулі Штайнмайєра»	10 жовтня відбулася поза	16.10.2019	Волинська газета	4442
396	Владимир Зеленский о разведе	Украина будет ждать сем	16.10.2019	Южная правда (Н	689
397	Платили за поклик серця?	Глава фракції «Слуга наро	16.10.2019	Ратуша (Львов)	1901
400	Первый марафон президента Зе	Владимир Зеленский в хс	16.10.2019	Україна - Центр (29750
401	Возвращенные ценности	Пятеро бывших пленникс	16.10.2019	Новое время	15043
404	Мир на Донбассе откладывается	Нерадостная новость для	16.10.2019	Слово (Одесса)	7903
407	Земля - в турборежимі?!	Депутати Луцької міської	16.10.2019	Волинська газета	3403
408	Мир, але не будь-якою ціною	Щодо підсумків засідання	16.10.2019	Волинська газета	2045

Додаток 3 Різноманітність преси

