

Розвиток теорії моніторингових досліджень в Україні та світі

Розглядається історія розвитку теоретичних підвалин моніторингових досліджень ЗМК у науковій школі колишнього СРСР (1950–1991), в українській науці (1991–2006) та теорія моніторингу основних зарубіжних наукових шкіл (1950–2006).

Ключові слова: моніторинг, інформація, моделі ЗМК.

In the article the history of development of theoretical foundations of monitoring researches in the field of mass communication at scientific school of the former USSR (1950–1991), in Ukrainian science (1991–2006) and theory of monitoring of basic foreign scientific schools (1950–2006) are examined.

Keywords: monitoring, information, models of mass communication.

Рассматривается история развития теоретических фундаментов мониторинговых исследований ЗМК в научной школе бывшего СССР (1950–1991), в украинской науке (1991–2006), а также теория мониторинга основных зарубежных научных школ (1950–2006).

Ключевые слова: мониторинг, информация, модели ЗМК.

Наукові проблеми моніторингових досліджень у ЗМК набули особливої актуальності для українського суспільства в цілому і галузі масової комунікації зокрема у період після здобуття незалежності. Для українського суспільства та ЗМІ стала актуальною насамперед потреба сприяти діалогу між керівною елітою та громадянами шляхом обміну точною, повною і правдивою інформацією, забезпечення основних прав людини та громадянських свобод (свобода політичних переконань, свобода слова, свобода зборів і об'єднань, свобода отримувати й поширювати інформацію) – тобто, виконання ЗМК своїх завдань, та функції в суспільстві.

Для українського суспільства вкрай гострою стала потреба адекватного реагування на зміни в інформаційному просторі та пошук оптимальної моделі взаємовідносин держави і ЗМК. Україна та її інформаційний простір опинилися на роздоріжжі, яке означається наявними та вже науково осмисленими моделями ЗМК, зокрема моделлю незалежної преси (чи вільного ринку ідей); моделлю ліберальною, яке ґрунтується на постулаті про те, що поширення інформації має бути доступне для індивідів без попереднього дозволу; моделлю соціальної відповідальності, згідно з якою журналісти повинні виконувати перед суспільством певні зобов'язання, надавати точну, об'єктивну та збалансовану інформацію. ЗМК мають бути плюралістичними, давати можливість висловлювати різні точки зору й відповідати на критику; моделлю демократичного представництва, яка передбачає, що окремі громадяни та спільноти повинні мати право на використання ЗМК у своїх власних інтересах.

А тим часом українські ЗМІ значною мірою опинилися під впливом як попередніх концепцій, так і новотрансформованих (під впливом неототалітарних тенденцій), в тому числі радянської або соціалістичної, яка передбачає регламентацію діяльності ЗМК на основі принципів партійності та ідеології. Крім того є авторитарна модель функціонування ЗМК, що оберігає чинну владу і встановлений порядок; модель розвитку (наприклад, для країн третього світу), спрямована на побудову національної держави, за якої свобода ЗМК може бути обмежена у зв'язку з потребами розвитку економіки або суспільства загалом.

У ліберальному варіанті комунікації домінує чітке уявлення про глядача як ініціативний бік. Це передбачає рівноправний обмін інформацією між усіма учасниками політичного процесу, діалог між владою та суспільством і широкий доступ громадян до політичної інформації. При цьому ЗМК є цілком незалежними і відіграють роль "сторожового пса" демократії. За авторитарних (чи тоталітарних) форм правління – інформаційні процеси перебувають під жорстким контролем влади.

Для тоталітарного типу характерні тиск на свідомість індивідуума, трансляційна форма спілкування з аудиторією (коли журналіст поширює думки та оцінки, надані йому ззовні) або використання "схеми власної думки" (коли журналіст говорить нібито від себе, при цьому нав'язуючи замовлені судження). За ліберального типу діє "схема рівноправного огляду", яка є спробою відобразити плюралізм думок, що існує в суспільстві. У цьому випадку журналіст має образ "людини, котра досліджує, пізнає", при цьому

він не намагається втрутитись у свідомість сприймача, іноді ставить більше запитань, ніж дає відповідей.

У цьому сенсі надзвичайно важливим як для суспільства в цілому, так і для журналістикознавства як науки мати дієвий і точний інструмент, що за його допомогою можна з високою мірою вірогідності та науково достовірно довести, які саме моделі комунікації домінують, а відтак яким чином ЗМІ виконують функції комунікації, громадської критики та контролю, яким чином забезпечують процес комунікації між різними групами й ланками суспільного організму.

Одним із найефективніших способів дослідження того, як відбувається процес комунікації в суспільстві, як ЗМК інформують громадян про важливі соціально-економічні та політичні події, наскільки повноцінно надають інформацію, потрібну для ухвалення адекватних рішень, наскільки, у свою чергу, адекватна відповідь органів влади, є моніторинг ЗМІ.

Теорія моніторингу в науковій школі колишнього СРСР (1950–1991)

Як свідчать численні наукові джерела, увага до моніторингових досліджень і, зокрема, до їхніх технологій з боку вітчизняної та світової науки впродовж багатьох десятиліть залишається стабільною. Понад сорок років тому досвід текстового аналізу газети та застосування кількісних методів у соціальних дослідженнях, стали предметом обговорення на виїзній науковій раді АН СРСР, що відбулася в 1967 р. в Сухумі [1].

Того ж року захистив докторську дисертацію В. Ядов. У його праці йшлося про методологічні проблеми конкретного соціологічного дослідження, а з-поміж іншого мовилося й про метод контент-аналізу [2]. Роком пізніше В. Ядов оприлюднив наукову розвідку "Методологія і процедури соціологічних досліджень", у якій опосередковано торкався поняття моніторингу за допомогою контент-аналізу [3].

Наприкінці 60-х, на початку 70-х рр. різні аспекти методології моніторингу із застосуванням контекст-аналізу вивчали такі дослідники, як А. Здравомислов (розглядав методологію соціологічних досліджень) [4], Л. Коган [5] та В. Тапіліна [6] (розглядали проблеми контент-аналізу в соціології та питання забезпечення надійності первинної соціологічної інформації).

Одним із перших, хто порушив проблему можливостей контент-аналізу в соціологічному дослідженні масової комунікації, став М. Лауристин. Упродовж 1970–1974 рр. вийшла друком низка його теоретичних праць, присвячених таким проблемам, як контент-аналіз у масовій комунікації [7], застосування контент-аналізу для вивчення спрямування газети [8] та для опису змісту газети [9]. Зокрема йшлося

про можливості контент-аналізу в соціологічному дослідженні масової комунікації.

У 70-х рр. А. Алексєєв продовжував досліджувати такий моніторинговий метод, як контент-аналіз з точки зору дотичності до інших галузей знань. Зокрема, він одним із перших дослідників розглянув контент-аналіз, тобто суто соціологічний метод, у взаємодії з такими науками, як політологія та журналістикознавство [10].

В іншій своїй праці, присвяченій моніторинговим дослідженням, А. Алексєєв розглядає контент-аналіз з точки зору його завдань, об'єктів та засобів. Зокрема акцентується увага на таких аспектах, як кількісно-якісний аналіз текстових одиниць [11].

Тоді ж, на початку 70-х рр., науковці розпочали важливу дискусію про контент-аналіз. Головне питання, що порушувалося під час дискусії між московськими та ленінградськими вченими на нараді соціологів, а вона відбулася в 1973 року в Інституті соціологічних досліджень АН СРСР, зводилося до одного: що ж таке контент-аналіз — техніка чи методологія [12]. Можемо констатувати, що й досі ця дискусія не остаточно вичерпана, оскільки контент-аналіз містить у собі елементи як техніки, або ще інакше технології, так й елементи методу, тобто методології. Відтак маємо можливість дослідити і науково осмислити надзвичайно цікаве з точки зору науки явище: метод дослідження водночас є технологією.

Той же А. Алексєєв спільно з В. Владикіним та В. Дудченком розглянули окремі проблеми контент-аналізу масової інформації в контексті семіотики ЗМІ під час наукового семінару, що відбувся в Московському державному університеті того ж таки 1973 року [13]. Це один із перших прикладів, коли контент-аналіз вивчається не в контексті окремих ЗМІ, а саме в системі ЗМІ. Він же у співавторстві з В. Дудченком розглядає також специфіку контент-аналізу як методу соціології [14].

У процесі подальшого осмислення контекст-аналізу як одного з основних методів проведення моніторингу ЗМІ вчені зацікавилися таким аспектом контент-аналізу, як його можливості до прогнозування. Зокрема про можливість застосовувати контент-аналіз для прогнозування говорив під час робочої наради соціологів у Інституті соціологічних досліджень АН СРСР А. Баранов. У виступі науковця йшлося про те, що відстежуючи тенденції висвітлення тих чи тих подій та проблем упродовж репрезентативного часу (тобто такого відтинку часу, який дає змогу впевнено стверджувати, що тенденція стверджується), дослідник отримує змогу прогнозувати подальшу динаміку та розвиток такої тенденції.

Ще один напрям застосування контекст-аналізу, який не прямо, а опосередковано все ж стосується діяльності ЗМІ, описала А. Верховська. У своїх лек-

ціях у Московському державному університеті вона одною порушила питання щодо застосування соціологічних методів для роботи з листами читачів [15].

Подібний варіант застосування контент-аналізу, але вже під час роботи з офіційними та особистими документами, ще раніше запропонували А. Гелюта, З. Янкова. У журналі "Социальные исследования. — Вып. 7" вони розглянули використання контекст-аналізу для вивчення офіційних та особистих документів у контексті методичних проблем дослідження людського побуту [16].

Крім згаданих науковців, у 70-рр. минулого століття різні аспекти моніторингу ЗМІ за допомогою контент-аналізу досліджували також В. Коробейников, В. Семенов, В. Соковнін, Л. Лазарев, Л. Олдірева, Є. Прохоров, Є. Таршис, Л. Кропотов, Г. Каюрова, Г. Саганенко.

Зокрема В. Коробейников одним із перших здійснив порівняльний аналіз різних підходів до контент-аналізу в радянській та західній соціології [17]. В. Семенов розглядав контент-аналіз як метод вивчення спілкування [18], а також в аспекті застосування контент-аналізу в соціально-психологічних дослідженнях [19]. Водночас В. Соковнін продовжував дискусію стосовно об'єктивності дослідження за допомогою контент-аналізу [20]; Л. Лазарев зробив контент-аналіз дослідження правової пропаганди [21], Л. Олдірева досліджувала проблему принципів вивчення тексту масової комунікації в контент-аналізі в аспекті семіотики [22]; Є. Прохоров розглядав загальнотеоретичні питання застосування соціологічних методів у журналістиці [23]; Є. Таршис вивчав питання перспектив розвитку методики аналізу змісту журналістського тексту [24], а Л. Кропотов — методи соціологічних досліджень у журналістській практиці [25].

Звісно, всі згадані напрями застосування контекст-аналізу в ті роки розглядалися передусім у контексті ідеології, точніше боротьби ідеологій. Зокрема цей аспект детально розглянув В. Волович, вивчаючи застосування соціологічних методів у ідеологічній роботі [26].

2–6 червня 1980 р. відбулася ще одна знакова подія з точки зору розвитку моніторингових методів дослідження ЗМІ. А саме — радянсько-угорський симпозіум, присвячений соціологічним дослідженням. Зокрема під час симпозіуму Б. Докторов порушив питання про шляхи досягнення надійності соціологічних досліджень у галузі масової комунікації. Однією з ключових тез його виступу було питання вибірки. Вчений ототожнив вибірку для соціологічного опитування, рівень репрезентативності якої прямо залежить від того, наскільки вона є точною моделлю суспільства в мініатюрі, з вибіркою ЗМІ для контент-аналізу, репрезентативність якої залежить від того, наскільки дібрані ЗМІ становлять у своїй сукупності міні-модель інформаційного простору [27].

Окремою сторінкою моніторингових досліджень початку та середини 80-х рр. минулого століття були наукові розвідки, присвячені контекст-аналізу екологічної тематики. Зокрема цій проблемі присвятили свої праці А. Орланова [28] та В. Соколов [29].

У подальші роки можна констатувати певну динаміку осмислення та вдосконалення контент-аналізу як моніторингової технології: спочатку як методу для аналізу окремих документів чи ЗМІ, потім дослідження ЗМІ як системи і, зрештою, в 1985 р. Т. Дридзе уперше порушив питання про застосування контекст-аналізу як методу дослідження одиниць соціальної комунікації, причому використав саме таку термінологію [30]. Звісно, можемо припустити, що до нього інші дослідники говорили про те ж саме, але іншими словами. Однак саме Т. Дридзе вперше розглянув контекст-аналіз у такому термінологічному полі.

Наприкінці 80-х та на початку 90-х рр. напередодні розпаду СРСР, науковими проблемами контент-аналізу в галузі масової комунікації займалися також Л. Федотова [31]; Т. Жарикова [32] та В. Крапівін [33].

Теорія моніторингу в українській науці (1991–2006)

В Україні дослідження в галузі теорії моніторингу ЗМІ особливо активізувалися на початку 90-х рр. Так, у 1991 року львівський дослідник В. Лизанчук разом зі своєю колегою О. Кузнецовою оприлюднили навчальний посібник "Методи збирання і фіксації інформації в журналістиці", де, зокрема, йшлося і про контент-аналіз [34].

Вагомим внеском у подальший розвиток наукового осмислення методів моніторингу стала колективна праця під редакцією Н. Паніної "Українське суспільство: від виборів до виборів", де було здійснено аналіз застосування різних соціологічних технологій за період 1994–2002 рр. [35]

Загалом із розвитком процесів, пов'язаних з утвердженням свободи слова, боротьби журналістів за професійні та етичні стандарти інтерес до моніторингових досліджень дедалі зростав. Особливо плідним у цьому сенсі був 2003 р., коли спочатку В. Іванов, Н. Лігачева, С. Черненко, С. Дацюк [36] провели масштабне дослідження застосування маніпулятивних технологій в інформаційно-аналітичних програмах українського телебачення. При цьому використовувалися методи суто журналістського моніторингу, було описано методи визначення та протидії, а також надано рекомендації щодо принципів відкритої редакційної політики телеканалів.

Утім, паралельно розвивались і моніторингові технології із застосуванням контент-аналізу. Так, того ж таки 2003 р. В. Іванов оприлюднив навчальний

посібник "Соціологія масової комунікації", в якому чільне місце відведено технології контент-аналітичних досліджень [37], а також монографії, присвяченій конкретним прикладам застосування контент-аналітичних моніторингових технологій, написаній спільно з Н. Костенко [38].

Наступного 2004 р. той же В. Іванов оприлюднив наступну серію матеріалів із результатами моніторингу, а саме — контент-аналізу політичних новин. Зокрема розглядався аспект дієвості такого засобу, як моніторинг для забезпечення чесних і прозорих виборів [39].

Проблеми технологій моніторингових досліджень, виявлення маніпуляцій громадською думкою тощо порушували також дослідники, які спеціалізувалися не стільки на моніторингу, скільки на більш глобальних питаннях. Так, один із провідних українських теоретиків масової комунікації В. Різун розглядав аспекти маніпулятивних технологій у своєму збірнику лекцій "Маси". Зокрема він зазначав: *"...виникає думка про те, чи можна боротися з маніпуляціями. Так, можна, але це не означає, що їх можна знищити узагалі"* [40].

Окреме місце у розвитку теорії моніторингу ЗМІ, а також у набутті практичного досвіду проведення таких досліджень належить найбільшому моніторинговому центру в Україні, відомому як Комітет "Рівність можливостей". Особливістю діяльності цього громадського моніторингового центру є та, що лише він має досвід проведення регулярних моніторингових досліджень, починаючи з 1994 р. і дотепер. Голова комітету О. Чекмишев за період 1994–2006 рр. оприлюднив понад 120 збірників за результатами загальнонаціональних та регіональних моніторингових досліджень. Зокрема, упродовж 1996–1999 рр. у рамках україно-американо-британського проекту "Україна політична в дзеркалі мас-медіа" було видано 45 чисел бюлетеня "Український монітор" загальним обсягом 253,4 друк. арк.

Крім того, 1998 р. було надруковано монографію "Україна на виборах" (діяльність ЗМІ в контексті становлення демократії) [41].

У міжвиборчий період Комітет "Рівність можливостей" провадив практичні дослідження процесів у інформаційному просторі за допомогою моніторингових досліджень. Зокрема 1997 р. було оприлюднено 12 випусків аналітичних збірників інформаційних моделей українських ЗМІ.

2001 р. в рамках НДР №01БФ045-01 "Системи масової комунікації та світовий інформаційний простір" було розроблено контекстуально-інформаційну модель Київського національного університету імені Тараса Шевченка [42].

У 2001–2006 рр. О. Чекмишевим оприлюднив низку наукових статей із питань моніторингу ЗМІ, зокрема "Резонансні теми у дзеркалі моніторингу

ЗМІ" [43]; "Уроки виборчих кампаній в контексті українських мас-медіа" [44]; "Риси неототалітаризму в сучасних ЗМК" [45]; "Вибори 2006 у дзеркалі ЗМІ: уроки і перспективи" [46].

У 2005–2006 рр. Т. Петрів та О. Чекмишев опублікували п'ять щомісячних аналітичних бюлетенів за результатами моніторингу [47]. Тоді ж було розглянуто Аналітичний звіт за весь період проведення досліджень [48]. Крім того, проблеми проведення моніторингових досліджень було широко розглянуто О. Чекмишевим у розділі до міжнародного звіту "Розвиток демократії в Україні: 2001–2003 роки" [49].

Паралельно проблеми моніторингу досліджувались і в інших, так би мовити, неполітичних аспектах. Так, у 2004 р. Л. Боярська оприлюднила працю "Мовні помилки в засобах масової інформації", в якій представила ґрунтовне дослідження, що присвячено найтипівіші помилки та відхилення від норми, що трапляються в українських ЗМІ [50]. Дослідники С. Гринь та В. Мойсеев того ж року представили не менш цікаву працю "Моніторинг окружающей среды" [51].

У 2005 р. вийшов друком навчальний посібник "Методи наукових досліджень у журналістикознавстві" [52], розроблений В. Різун та Т. Скотниковою. Цей посібник, хоч і присвячений значно ширшій проблематиці, бо автори мали на меті передусім дати опис та аналіз методів наукових досліджень, вже ж у більшості розділів прямо чи опосередковано стосується проблематики моніторингових досліджень. Так, навчальний посібник дає вичерпну характеристику описових методів досліджень [53]; представляє методи аналізу документальної інформації [54]; спостереження [55]; опитування [56]; обробки, аналізу та інтерпретації результатів досліджень і, зокрема, проблеми вимірювань у гуманітарних науках [57]; попередньої обробки результатів спостережень та опитувань [58].

Теорія моніторингу основних зарубіжних наукових шкіл (1950–2006)

Питання теоретичної бази моніторингових досліджень широко вивчалось також зарубіжними вченими. Передусім можемо згадати праці такого дослідника, як Б. Берелсон, який у контексті моніторингових досліджень вивчав питання соціальної психології [59] та контент-аналізу в дослідженнях масової комунікації [60].

Ще на початку 60-х рр. минулого століття проблеми моніторингу в контексті соціальної психології та соціології розглядали Кімболл Янг та Лінтон Фримен [61].

Трохи згодом, у 1965 р. вийшла ґрунтовна праця Райлі-мол. Дж., Райлі М. "Масова комунікація та соціальна система; де також розглядалися теоретичні питання моніторингових досліджень [62].

Приблизно в той же час Даніелсон детально виклав теоретичні засади моніторингу продуктів масової комунікації, зокрема методу контент-аналізу [63].

Окремо теоретичні підвалини контент-аналізу розглядалися у працях О. Холсті [64; 65; 66; 67]). Це питання вивчали й російські дослідники (Дулин С. К., Дулина Н. Г., Киселев И. А. Тематический мониторинг информационных сообщений / А. И. Эрлих (отв. ред.). — М.: Вычислительный Центр РАН, 2000. — 83 с.) [67].

Підсумовуючи цю оглядову статтю, можемо констатувати, що історія моніторингових досліджень другої пол. ХХ та поч. ХХІ ст. має численні свідчення діяльності великих наукових шкіл, які сформували потужні теоретичні підвалини моніторингових досліджень. Вагоме місце серед них посідає також українська школа теорії моніторингових досліджень у ЗМК. Її становлення та розвиток збіглися із бурхливими політичними подіями початку 90-х рр. та нового тисячоліття, коли зміни політичної моделі збіглися у часі зі змінами інформаційної моделі суспільства та загалом усієї структури українських ЗМК. Насамкінець можемо висловити гіпотезу: розвиток моніторингових технологій при одночасній появі та стрімкому розвитку і модифікації технологій маніпуляції громадською думкою (так званих медіаефектів) дозволяє робити припущення про їхню взаємозалежність та взаємовплив, що, у свою чергу, може розвивати принципово нові комунікаційні ефекти. Однак це вже тема для іншої статті, а можливо, й окремого фундаментального дослідження.

1. Баранов, А. В. Опыт текстового анализа газеты // Количественные методы в социальных исследованиях : материалы совещания, прошедшего в г. Сухуми [17–20 апр. 1967 г.] : информ. бюлл. Научного совета АН СССР по пробл. конк. соц. исслед., ССА, Отд-ния конк. соц. иссл. Института философии АН СССР. — М., 1968. — № 9. — С. 80.

2. Ядов, В. А. Методологические проблемы конкретного социологического исследования: (Основные принципы марксистского конкретного социального исследования и методологический анализ эмпирического изучения мотивации труда) : автореф. дисс. ... д. филос. н. / В. А. Ядов. — Л., 1967. — С. 9.

3. Ядов, В. А. Методология и процедуры социологических исследований / В. А. Ядов. — Тарту : ТГУ, 1968. — С. 173.

4. Здравомыслов, А. Г. Методология и процедура социологических исследований / Здравомыслов А. Г. — М. : Мысль, 1969. — С. 147–149.

5. Коган, Л. Н. Предисловие // Проблемы контент-анализа в социологии : материалы Сибирского социологического семинара / отв. ред. А. Н. Алексеев. — Новосибирск : СО АН СССР, 1970. — С. 7.

6. Коган, В. З. К вопросу об обеспечении надежности первичной социологической информации / В. З. Коган, В. С. Тапилина // Проблемы социологии печати. — Новосибирск : Наука ; Сибир. Отд., 1970. — Вып. 2. — С. 137–146.

7. Лауристин, М. О возможностях контент-анализа в социологическом исследовании массовой коммуникации // Проблемы контент-анализа в социологии : материалы Сибирского социологического семинара / отв. ред. А. Н. Алексеев. — Новосибирск : СО АН СССР, 1970. — С. 22–27.

8. Лауристин, М. Применение контент-анализа для изучения направленности содержания газеты: труды по социологии. / М. Лауристин. — Тарту : Тартуский ун-т, 1972. — Т. 2. — С. 120.

9. Лауристин, М. Применение контент-анализа для описания содержания газеты / М. Лауристин, Р. Тимак // Методы исследования журналистики : тезисы докл. науч. конф. — Ростов н/Д : Изд-во Ростов. ун-та, 1974. — С. 26–27.

10. Алексеев, А. Н. Контент-анализ в социологии и точках соприкосновения с другими отраслями знания // Проблемы контент-анализа в социологии : материалы Сибирского социологического семинара / отв. ред. А. Н. Алексеев. — Новосибирск : СО АН СССР, 1970. — С. 15.

11. Алексеев, А. Н. Контент-анализ, его задачи, объекты и средства // Социология культуры. — Труды 9. Вып. 1. — М. : Советская Россия, 1974. — С. 135, 144.

12. Алексеев, А. Н. Контент-анализ: техника или методология? (К постановке проблемы) // Методологические и методические проблемы контент-анализа : (тезисы докл. рабочего совещания социологов / АН СССР. Институт социологических исследований ; отв. ред. А. Г. Здравомыслов. — М. ; Л., 1973. — Вып. 1. — С. 22.

13. Некоторые проблемы контент-анализа массовой информации // Семиотика средств массовой коммуникации : науч. семинар : в 2-х ч. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 1973. — Ч. 1. — С. 159.

14. Алексеев, А. Н., Дудченко, В. С. О специфике контент-анализа как социологического метода // Социологические проблемы семьи и молодежи : сб. ст. / под ред. И. И. Леймана. — Л. : Наука, 1972. — С. 83.

15. Верховская, А. И. Социологические методы работы с читательской почтой : лекции / А. И. Верховская. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 1984. — С. 48–66.

16. Гелюта, А. М., Официальные и личные документы в социологическом анализе / А. М. Гелюта, З. А. Янкова // Социальные исследования. — Вып. 7. : Методологические проблемы исследования быта. — М. : Наука, 1971. — С. 187–215.

17. Коробейников, В. С. Сравнение подходов к контент-анализу в советской и западной социологии // 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. 1. — С. 25.

18. Семенов, В. Е. Контент-анализ как метод изучения общения // Общение как предмет теоретических и прикладных исследований : тезисы Всесоюзного симпозиума [29–30 марта 1973 г.] / под ред. А. А. Бодылева. — Л. : Изд-во ЛГУ, 1973. — С. 145.

19. Семенов, В. Е. О применении контент-анализа в социально-психологических исследованиях // 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. 94–97.

20. Соковнин, В. М. Об объективности исследования в контент-анализе // 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. 1. — С. 59.
21. Лазарев, Л. В. Контент-аналитическое исследование правовой пропаганды // Советское государство и право. — 1975. — № 2. — С. 117.
22. Олдырева, Л. П. О принципах изучения текста массовой коммуникации в контент-анализе // Предмет семиотики : теоретические и практические проблемы взаимодействия средств массовой коммуникации : материалы науч. симп. "Семиотика средств массовой коммуникации" [Москва, 20–23 нояб. 1974 г.] / отв. ред. А. Г. Волков. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 1975. — С. 167–169.
23. Прохоров, Е. П. Социология журналистики // Вест. Моск. ун-та. Сер. XI: Журналистика. — 1975. — № 2. — С. 49.
24. Таршиц, Е. Я. Перспективы развития методики анализа содержания средств массовой информации // Социологические проблемы общественного мнения и средств массовой информации / отв. ред. В. С. Коробейников. — М. : ИСИ АН СССР, 1975. — С. 69–70.
25. Кропотов, Л. А. Журналистика на путях социологии: Методы социологического исследования в журналистской практике : учеб. пособ. / Л. А. Кропотов. — Свердловск : УГУ, 1976. — 69 с.
26. Волович, В. И. Социологические исследования в идеологической работе / В. И. Волович. — К. : Политиздат Украины, 1981. — С. 64.
27. Докторов, Б. З. Методология планирования и пути достижения надежности результатов социологических исследований // Человек социалистического общества и процессы массовой коммуникации: Советско-венгерские исследования массовой коммуникации : материалы 4-го советско-венгерского симп. [Ленинград, 2–6 июня 1980 г.]. — Л. : Наука, 1981. — Т. 3. — С. 111–117.
28. Орланова, А. И. Контент-анализ социально-экологической проблематики прогнозно-целевого характера // Вопросы теории и методов социологических исследований. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 1981. — Вып. 4. — С. 73.
29. Теоретические основы и опыт экологического мониторинга / отв. ред. В. Е. Соколов. — М. : Наука, 1983. — 253 с.
30. Дридзе, Т. М. Общие принципы и методика информационно-целевого анализа текста как единицы социальной коммуникации // Методы анализа документов в социальных исследованиях : сб. ст. / АН СССР. Институт социологических исследований АН СССР. Советская социологическая ассоциация ; науч.-ред. совет : В. Н. Иванов (предс.), В. Г. Андреенков, И. В. Бестужев-Лада и др. — М. : ИСИ АН СССР, 1985. — С. 92–93.
31. Федотова, Л. Н. Контент-аналитические исследования средств массовой информации и пропаганды : учеб.-метод. пособ. по курсу "Методика конкретно-социологических исследований и журналистика". — М. : Изд-во Моск. ун-та, 1988. — С. 5.
32. Жарикова, Т. А. Контент-анализ — социологический метод : препринт / Т. А. Жарикова ; Ин-т истории, археологии и этнографии народов Дальнего Востока ДВО АН СССР. — Владивосток, 1990. — С. 4–5.
33. Крапивин, В. Ф. Проблемы мониторинга / В. Ф. Крапивин. — М. : Знание, 1991. — 64 с.
34. Лизанчук, В. В., Кузнецова, О. Д. Методи збирання і фіксації інформації в журналістиці : навч. посіб. / В. В. Лизанчук, О. Д. Кузнецова. — К. : НМК ВО при Мінвузі УРСР, 1991. — С. 44.
35. Украинское общество: от выборов до выборов : социологический мониторинг 1994, 1998, 2002 / ред. Н. Панина. — К. : Институт социологии НАН Украины, 2002. — 102 с.
36. Иванов, В. Ф. Телебачення спецоперацій: Маніпулятивні технології в інформаційно-аналітичних програмах українського телебачення: моніторинг, методи визначення та засоби протидії : рекомендації щодо принципів відкритої редакційної політики телеканалів / В. Ф. Иванов, Н. Л. Лігачева, С. М. Черненко, С. А. Дацюк. — К. : Телекритика, 2003. — 266 с.
37. Иванов, В. Ф. Соціологія масової комунікації : навч. посіб. / В. Ф. Иванов. — Черкаси : Вид-во ЧДУ, 2003.
38. Костенко, Н. В. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики : монографія / Н. В. Костенко, В. Ф. Иванов. — К. : Центр вільної преси, 2003.
39. Иванов, В. Ф. Контент-аналіз політичних новин як дієвий засіб моніторингу передвиборчої тематики в українських медіа // Аналітичні центри України: можливості впливу на забезпечення чесних і прозорих виборів : матер. до всеукр. конф. — К., 2004. — С. 5–7.
40. Різун, В. В. Маси: тексти лекцій / В. В. Різун. — К. : ВПЦ "Київський університет", 2003. — С. 94.
41. Чекмишев, О. В. Україна на виборах (діяльність ЗМІ в контексті становлення демократії) / О. В. Чекмишев. — К. : Агентство "Україна", 1998. — 416 с.
42. Чекмишев, О. В. Контекстуально-інформаційна модель Київського національного університету імені Тараса Шевченка // Наукові записки Інституту журналістики. — 2001. — Т. 1. — С. 51–71.
43. Чекмишев, О. В. Резонансні теми у дзеркалі моніторингу ЗМІ // Наукові записки Інституту журналістики. — 2001. — Т. 2. — С. 38–45.
44. Чекмишев, О. В. Уроки виборчих кампаній в контексті українських мас-медіа // Публіцистика і політика. — 2001. — С. 37–44.
45. Чекмишев, О. В. Рис неототалітаризму в сучасних ЗМК // Актуальні питання масової комунікації. — 2001. — Вип. 1. — С. 19–22.
46. Чекмишев, О. В. Вибори-2006 у дзеркалі ЗМІ: уроки і перспективи // Вісник ЦВК №3 (5). — 2006. — С. 67–74.
47. Петрів, Т. І. Рівний доступ — демократичний вибір / Т. І. Петрів, О. В. Чекмишев // Місяч. аналіт. бюл. за результатами моніторингу. — Листоп. — 2005. — 178 с. ; Груд. — 2005. — 203 с. ; Січ. — 2006. — 230 с. ; Лют. — 2006. — 231 с. ; Бер. — 2006. — 325 с.
48. Петрів, Т. І. Рівний доступ — демократичний вибір / Т. І. Петрів, О. В. Чекмишев // Аналіт. звіт за результатами моніторингу. — 2006. — Квіт. — 373 с.
49. Чекмишев, О. В. Стан інформаційного простору в Україні // Розвиток демократії в Україні — К., 2006. — С. 106–130.

50. Боярська, Л. В. Моніторинг "Мовні помилки в засобах масової інформації". – <<http://journ.univ.kiev>> [2004].
51. *Методические указания по курсу "Мониторинг окружающей среды"* / состав. : С. А. Гринь, В. Ф. Моисеев и др. – Х. : НТУ "ХПИ", 2004. – 133 с.
52. Різун, В. В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві / В. В. Різун, Т. В. Скотникова. – К. : КНУ, 2005. – 104 с.
53. Там само. – С. 13–17.
54. Там само. – С. 17–24.
55. Там само. – С. 26–31.
56. Там само. – С. 32–50.
57. Там само. – С. 61–66.
58. Там само. – С. 66–77.
59. Berelson, B. Content Analysis // Handbook of Social Psychology / Ed. G. Lindzey. – Massachusetts ; London : Reading, 1959. – V. 1. – P. 517 ; Berelson B. Content Analysis in Communication Research. – Glencoe : Free Press, 1952. – P. 16.
60. Berelson, B. Content Analysis in Communication Research / B. Berelson. – Glencoe : Free Press, 1952. – P. 20.
61. Кимболл Я. Социальная психология и социология / Я. Кимбалл, Ф. Линтон // Беккер Г., Босков А. Современная социологическая теория: (В ее приемственности и изменении) / пер. с англ. В. М. Карзинкина, Ю. П. Семенова ; об. ред. Д. И. Чеснокова. – М. : Изд-во иностр. литры, 1961. – С. 648.
62. Райли-мл., Дж., Массовая коммуникация и социальная система / Дж. Райли-мл., М. Райли // Социология сегодня: Проблемы и перспективы: Американская буржуазная социология середины XX века / сокр. пер. с англ., общ. ред. Г. В. Осипова. – М. : Прогресс, 1965. – 684 с.
63. Danielson, W. Content Analysis in Communication Research // Introduction to Mass Communication Research / R. Nafsiger and D. White (eds.). – Michigan : Baton Rouge, 1966. – P. 180–206.
64. Holsty, O. R. and others. Content Analysis / G. Lindzey and E. Aronson (ed.). Handbook of Social Psychology. – Addison-Wesley : Univ. of Texas, 1968. – Vol. 2. – P. 597, 601.
65. Holsty, O. R. Content Analysis for the Social Sciences and Humanities / O. R. Holsty. – Addison-Werley : Reading, 1969. – P. 26.
66. The Analysis of Communication Content. Developments in Scientific Theories and Computer Techniques / Ed. by G. Gerbner, O. Holsti, K. Krippendorff, W. Paisley, Pf. Stone. – N. Y., 1969.
67. Дулин, С. К., Тематический мониторинг информационных сообщений / С. К. Дулин, Н. Г. Дулина, И. А. Киселев ; отв. ред. А. И. Эрлих. – М. : Вычислительный Центр РАН, 2000. – 83 с.

