

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут гуманітарних і соціальних наук
Кафедра історії та політичної теорії

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра

студента Ушаков Микита Володимирович
(ПІБ)
академічної групи Бакалавр 052-19-1
(шифр)
спеціальності 052 Політологія
(код і назва спеціальності)
за освітньо-професійною програмою – «Політологія
(офіційна назва)

на тему Застосування контент аналізу в політичній науці
(назва за наказом ректора)

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка	Підпис
кваліфікаційної роботи	Осін В.В		
розділів:			
Рецензент			
Нормоконтролер	Зенкін М.В		

Дніпро
2023

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

ЗАТВЕРДЖЕНО:
завідувач кафедри ПТТ

«__» _____ 202__
року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня бакалавра

студенту _____ академічної групи _____ 052-19-1 _____
(прізвище та ініціали) (шифр)

спеціальності – 052 Політологія
(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою – Політологія
(офіційна назва)

на тему ___ Застосування контент аналізу в політичній науці ___,
 затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» №372-с
 від 19.05.2023.

	Розділ	Зміст	Термін виконання
1	Теоретична основа контент-аналізу в політичній науці	1. Огляд історичного розвитку контент-аналізу в політичній науці 2. Типи контент-аналізу та їх застосування в політичній науці	01.04.2023
2	Застосування контент-аналізу в політичних дискурсах	1. Методологічні аспекти контент-аналізу в політичній науці 2. Вивчення змін у політичних дискурсах за допомогою контент-аналізу	01.05.2023
3	Застосування контент-аналізу для аналізу медіа-простору	1. Аналіз змісту політичних новинних програм та статей 2. Контент-аналіз соціальних медіа	

Завдання видано _____
(підпис керівника) (прізвище, ініціали)

Дата видачі 15.10.2022

Дата подання до екзаменаційної комісії _____

Прийнято до виконання _____
(підпис студента) (прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота складається з 56 с., 33 джерел.

Об'єктом дослідження є застосування контент-аналізу в політичній науці.

Предмет дослідження – є метод контент-аналізу.

Метою роботи є - виявити особливості застосування методу контент-аналізу для дослідження політичних явищ та процесів.

Здійснено спробу описати історичний розвитку контент-аналізу в політичній науці, систематизувати типи контент-аналізу та їх застосування в політичній науці. З'ясувати методологічні аспекти контент-аналізу в політичній науці, вивчити зміни у політичних дискурсах за допомогою контент-аналізу. Проаналізувати зміст політичних новинних програм та статей та провести контент-аналіз соціальних медіа.

Ключові слова: КОНТЕНТ-АНАЛІЗ, ПОЛІТИЧНА НАУКА, ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС, МЕДІА-ПРОСТІР, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

ABSTRACT

The qualification work consists of 56 pages, 33 sources.

The object of the research is the application of content analysis in political science.

The subject of research is the method of content analysis.

The purpose of the work is to reveal the peculiarities of using the content analysis method for the study of political phenomena and processes.

An attempt was made to describe the historical development of content analysis in political science, to systematize the types of content analysis and their application in political science. To find out the methodological aspects of content

analysis in political science, to study changes in political discourses with the help of content analysis. Analyze the content of political news programs and articles and conduct a content analysis of social media.

Keywords: CONTENT ANALYSIS, POLITICAL SCIENCE, POLITICAL DISCOURSE, MEDIA SPACE, SOCIAL NETWORKS, MASS MEDIA

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНА ОСНОВА КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ В ПОЛІТИЧНІЙ НАУЦІ.....	10
1.1 Огляд історичного розвитку контент-аналізу в політичній науці ..	10
1.2 Типи контент-аналізу та їхнє застосування в політичній науці	15
РОЗДІЛ 2. ЗАСТОСУВАННЯ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ ДЛЯ АНАЛІЗУ ПОЛІТИЧНИХ ДИСКУРСІВ.....	20
2.1 Методологічні аспекти контент-аналізу в політичній науці	20
2.2 Вивчення змін у політичних дискурсах за допомогою контент-аналізу	25
РОЗДІЛ 3. ЗАСТОСУВАННЯ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ ДЛЯ АНАЛІЗУ МЕДІА-ПРОСТОРУ	32
3.1 Аналіз змісту політичних новинних програм та статей	32
3.2 Контент-аналіз соціальних медіа	37
ВИСНОВКИ	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	49
ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА	53
РЕЦЕНЗІЯ	54
ВІДГУК НОРМОКОНТРОЛЕРА	55
ДОВІДКА ПРО АНТИПЛАГІАТ	56

ВСТУП

Застосування контент-аналізу в політичній науці дозволяє систематично досліджувати політичні повідомлення, медіа-тексти, політичні промови, соціальні мережі та інші джерела інформації. Цей метод дозволяє аналізувати та інтерпретувати текстовий, візуальний та аудіовізуальний матеріал, виявляти тенденції, зміни в мовленнєвих практиках та динаміку політичного дискурсу.

Актуальність контент-аналізу в політичній науці полягає у його потенціалі для виявлення підтексту, прихованих повідомлень та маніпуляцій у політичних текстах. Шляхом аналізу використаних слів, тем, символів і стилістики дослідники можуть розкрити стратегії комунікації політичних акторів, їх ціннісні орієнтації та позиції. Це допомагає виявити маніпуляції зі словами та зрозуміти, як політичні сили впливають на громадське сприйняття інформації.

Крім того, актуальність контент-аналізу полягає в його можливості досліджувати зміни у політичних дискурсах з плином часу. Порівнюючи текстові або візуальні матеріали з різних періодів, дослідники можуть виявити еволюцію політичного мовлення, зміни у переконаннях та стратегіях комунікації політичних акторів.

Вагомий внесок у розвиток контент-аналізу в політичній науці шляхом розробки методологій, аналізу різних типів даних та визначення ключових понять та принципів внесли такі вчені: Клаус Кріппендорф - визначив контент-аналіз як метод для формування висновків із контексту інформаційних джерел; Стівен Лейсі, Деніел Ріфф, Стейсі Стоддард, Х'ю Мартін та Куанг-Куо Чанг - запропонували методику контент-аналізу друкованих ЗМІ; Льюїс Олдерінг та Ренс Флігентхарт - досліджували застосування комп'ютерного аналізу контенту для вивчення шаблонів політичного лідерства; Філіп Мейрінг - критикував методологічну

дихотомізацію якісного та кількісного дослідження та пропонує модель якісно-кількісного дослідження контенту; Удо Кукарц - визначив тематичний аналіз як один із найбільш часто використовуваних методів аналізу якісних даних; Пол Скальські, Кімберлі Нойендорф та Джулі Каджігас – розглянули вплив інтерактивних медіа на методику аналізу контенту; О.В. Іванов - визначив відмінності між методами аналізу контенту та методиками кількісної обробки текстових даних; Д.Ю. Трепачко – досліджував специфіку застосування методу контент-аналізу під час дослідження новинних повідомлень засобів масової інформації.

Метою дипломної роботи - виявити особливості застосування методу контент-аналізу для дослідження політичних явищ та процесів.

Предметом дипломної роботи є метод контент-аналізу.

Об'єктом дослідження є застосування контент-аналізу в політичній науці.

Відповідно до поставленої мети, визначенні наступні завдання:

- описати історичний розвитку контент-аналізу в політичній науці;
- систематизувати типи контент-аналізу та їх застосування в політичній науці;
- з'ясувати методологічні аспекти контент-аналізу в політичній науці;
- вивчити зміни у політичних дискурсах за допомогою контент-аналізу;
- проаналізувати зміст політичних новинних програм та статей;
- провести контент-аналіз соціальних медіа.

Методи дослідження, які були застосовані в дипломній включають: аналіз літератури та документів - дозволить ознайомитись з основними теоретичними підходами, методиками та моделями контент-аналізу, що застосовуються в політичній науці; емпіричні методи - полягає в зборі та аналізі фактичних даних з реальних політичних джерел. Це може включати аналіз політичних текстів, заяв політиків, медійних матеріалів тощо;

компаративний аналіз - може бути використаний для порівняння різних політичних контекстів, країн, періодів часу або політичних акторів; метод експертних оцінок може бути використаний для отримання думок, досвіду та експертної думки від політичних аналітиків, дослідників або практиків.

Елементи наукової новизни дипломної роботи включають:

- розширення області застосування контент-аналізу в політичній науці (робота може включати нові підходи до застосування контент-аналізу для аналізу політичних явищ, процесів або документів, які раніше не були об'єктом такого дослідження. Наприклад, може досліджуватись використання контент-аналізу для аналізу політичних дебатів, промов політиків або медійного впливу на політичну думку).

- розвиток нових методологій контент-аналізу (робота може пропонувати нові методи, підходи або інструменти для проведення контент-аналізу в політичній науці. Це можуть бути покращення інструментів аналізу тексту, розробка нових категорій аналізу, використання машинного навчання або інших інноваційних підходів до обробки та аналізу політичного контенту).

- порівняння з іншими методами дослідження (робота може проводити порівняльний аналіз ефективності контент-аналізу з іншими методами дослідження політичних явищ. Наприклад, порівняння контент-аналізу з кількісними або якісними методами дослідження політичних текстів, або порівняння засобів контент-аналізу в соціальних медіа з традиційними медіями).

- внесок у розуміння політичних процесів (робота може принести нові відкриття або уточнення в розумінні політичних процесів чи впливу політичного контенту. Наприклад, може бути виявлено нові тенденції у політичних комунікаціях, аналіз показує зв'язок між політичними повідомленнями та громадською думкою, або з'ясується вплив засобів масової інформації на політичну агенду).

Практична значущість дипломної роботи полягає у отриманні глибоке розуміння політичних явищ, прогнозуванні та стратегічно планувати політичні події, оцінювати ефективність комунікації, моніторити соціальні медіа та надавати інформаційну підтримку для прийняття політичних рішень. Це допомагає політикам, аналітикам та дослідникам зрозуміти та впливати на політичну реальність, а також вдосконалювати політичні стратегії та комунікаційні підходи.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНА ОСНОВА КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ В ПОЛІТИЧНІЙ НАУЦІ

1.1 Огляд історичного розвитку контент-аналізу в політичній науці

Одним із завдань дипломатичного корпусу є забезпечення державних інституцій інформацією, необхідною для ефективної реалізації зовнішньої та внутрішньої політики України. Дипломатичний корпус є не просто постачальником інформації, його головне завдання - надавати аналітичні дані та рекомендації для прийняття конкретних державних рішень. Це завдання вимагає використання як нормативних підходів (які враховують реальні можливості акторів і дозволяють зробити висновки про варіанти досягнення найкращих результатів), так і емпіричних підходів (які зосереджені на критичній оцінці прийнятих рішень на основі опрацювання великих обсягів фактичної інформації та розширюють набір альтернативних стратегій поведінки акторів). Використання наукового інструментарію є необхідним. Що стосується конкретних методів аналізу політичних ситуацій і процесів, то слід зазначити, що всі вони мають міждисциплінарний характер.

Оскільки основним масивом даних для аналізу політичних ситуацій і процесів є текстовий матеріал та інформація, що передається в текстовій формі, то найважливішим завданням аналітика в дипломатичному представництві є відбір текстових повідомлень, на яких будуть ґрунтуватися аналітичні та прогностичні документи. Хоча існує багато методів аналізу інформації (різних форм, змісту та носіїв), саме прикладний аналіз текстової інформації має найбільший потенціал для вирішення проблем (традиційні методи, контент-аналіз, когнітивні карти, контент-аналіз, дискурс-аналіз, критичний дискурс-аналіз). [1]. Цей вид аналізу був

неодноразово апробований і модифікований у численних політичних дослідженнях. Основними інструментами прикладного аналізу політичних ситуацій і процесів є контент-аналіз, когнітивне картування та контент-аналіз, які мають широкий спектр застосування.

Огляд наукової літератури з досліджуваного питання дозволяє констатувати, що дослідники не дійшли спільної думки щодо тлумачення поняття "контент-аналіз". Зокрема, О. С. Кузнецов [2] подає підходи науковців до визначення цього поняття наступним чином:

- Контент-аналіз - це об'єктивний, якісний і системний метод аналізу змісту засобів масової комунікації;

- Контент-аналіз - це систематична кількісна обробка, оцінка та інтерпретація форми та змісту джерел інформації;

- Контент-аналіз - це якісно-кількісний метод дослідження документів, що характеризується об'єктивністю результатів і строгістю процедур і полягає в кількісній оцінці тексту та подальшій інтерпретації отриманих результатів;

- Контент-аналіз полягає у виділенні в тексті певних ключових понять (одиниць аналізу), визначенні їхньої частоти вживання та кореляції зі змістом документа в цілому;

Контент-аналіз - це метод дослідження, що дозволяє робити висновки про стан і характер соціальної реальності шляхом аналізу змісту текстів.

Отже, контент-аналіз - це кількісно-якісний метод дослідження документів, який полягає в кількісному визначенні тексту (кількісному підрахунку) та подальшій інтерпретації результатів [3].

Контент-аналіз використовується для вивчення експліцитного (буквально вираженого) та імпліцитного (прихованого) змісту будь-якого документа, внутрішньої структури документа, закономірностей та особливостей його побудови, питань соціальної дійсності, що виникають у тексті (від тексту до позатекстової реальності) та автора документа [3].

До видів контент-аналізу відносять підрахунок символів (простий підрахунок ключових слів у тексті), базовий аналіз (виділення головних і другорядних частин тексту, визначення тем, що цікавлять аудиторію), тематичний аналіз (визначення явних і неявних тем), структурний аналіз, аналіз зв'язків між різними матеріалами (застосування структурного аналізу шляхом вивчення порядку публікації матеріалів, кількості, часу публікації) [4, 233].

Всі ці види контент-аналізу повинні відповідати очевидним вимогам, таким як об'єктивність, надійність, валідність і, звичайно, системність, без яких контент-аналіз вважається неточним і втрачає свою пізнавальну цінність.

Контент у веб-просторі-це інформаційне наповнення. «Словник медіатермінів», підготовлений компанією «Медіа Ресурси Менеджмент», пропонує таке визначення: «Контент — зміст, наповнення інформаційного ресурсу. У сфері засобів масової інформації — це будь-який аудіовізуальний твір (фільм, програма, заставка, серіал) або інформація в доступному вигляді (репортаж, інтерв'ю, новина), а також текст, відео, аудіо та зображення, доступні для публічного перегляду. Загалом, терміном "контент" можна описати всю доступну інформацію, яку користувач може отримувати.

За своєю суттю, контент-аналіз передбачає виявлення певних слів чи виразів у текстах, з'ясування їх значення, взаємозв'язку між ними для вияву певних тенденцій, тлумачень, підходів, а також пошуку фактичної інформації. До таких текстів належать як офіційні документи, так і аналітичні звіти, книги, історичні та архівні матеріали, наукові і публіцистичні статті, інтерв'ю, промови тощо. Контент-аналіз дуже часто вирізняють як окремий загальнонауковий метод, який активно використовують політологи, соціологи, журналісти, філологи та ін. Так тверджують і у своїй фундаментальній праці «Політологія. Методи дослідження» Дж. Мангейм та Б. Річ. Безперечно, контент-аналіз може застосовуватися винятково задля аналізу текстової інформації, однак найчастіше ця інформація потрібна для подальшого опрацювання тієї чи іншої проблеми. В такому випадку контент-аналіз є лише технологією проведення більшого дослідження, наприклад, системного аналізу певного політичного явища чи процесу.

Активізація використання контент-аналізу в соціальних науках, як правило, пов'язується із американською політологією, психологією, соціологією та журналістикою. У статтях як вітчизняних, так і зарубіжних учених можна знайти багато прикладів його застосування в США. Найчастіше при цьому посилаються на американського політолога Г. Ласуллу, що використав цю технологію для з'ясування моделей поведінки, якими маніпулювала пропаганда різних країн під час I світової війни. Проте, можна знайти і твердження, що вперше контент-аналіз було застосовано у Швеції ще у XVII ст. Тогочасні теологи порівняли апокрифічну збірку релігійних гімнів «Пісні Сіону» із гімнами офіційної церкви, виокремивши основні ідеї та характер їх висвітлення в обох джерелах [5].

Розвиток контент-аналізу безпосередньо пов'язаний з розвитком комп'ютерних технологій. Деякі дослідники, зокрема О. Іванов, виокремлюють "ручний" контент-аналіз і наголошують на його особливостях у порівнянні з "автоматичним" або комп'ютерним [5]. Однак, на нашу думку, говорити про позитивний розвиток цього методу не варто доти, доки не з'являться спеціальні комп'ютерні програми. Контент-аналіз є дуже дорогим і неефективним з точки зору співвідношення використаних ресурсів та отриманої інформації. Без використання комп'ютерів дослідники, як правило, можуть аналізувати лише невеликі обсяги окремих текстів, які не можуть слугувати надійним джерелом даних або основою для узагальнень чи наукових висновків. Навіть тоді ймовірність помилки була дуже високою.

Поступово контент-аналіз став автоматизованим і почав використовуватися в науковому середовищі. Спочатку для цього використовували перфокарти (прямокутні шматочки картону зі скошеним одним кутом і позначеним цифрою від 0 до 9 положенням отвору). Пошук слів і фраз здійснювався, як і раніше, вручну, але інформація записувалася на перфокарти за допомогою спеціального пристрою - перфоратора, який зчитувався фотоелементом, що реагував на світло, яке проходило крізь отвори. Це означало, що аналіз даних був частково автоматизований, але контент-аналіз був трудомістким і неефективним, оскільки вимагав активної участі дослідників, а також постійного моніторингу, щоб переконатися, що все працює належним чином. Сьогодні комп'ютерний контент-аналіз використовується дуже широко. Його основна перевага полягає в тому, що багато аспектів тексту можуть бути виявлені одночасно. Він може виявити комунікативні відмінності між представниками різних спільнот, наявність або відсутність пропаганди, безпосередній зміст сказаного в документі, а також наміри автора або авторів і навіть їхній емоційний або психологічний стан [5].

Першим кроком у проведенні контент-аналізу є вибір джерел для аналізу. Ці джерела можна розділити на три категорії: внутрішньо орієнтовані внутрішні, зовнішньо орієнтовані внутрішні та внутрішньо орієнтовані зовнішні. Перша категорія - це джерела, створені безпосередньо замовниками, організаціями, в яких вони працюють, або особами чи організаціями, що вивчаються. Важливою характеристикою таких документів є те, що вони зосереджені на внутрішньому середовищі відповідної організації і можуть відображати, наприклад, процеси прийняття рішень. Наприклад, це може бути офіційне листування між двома парламентарями, які спільно працюють над певним законодавчим актом. До другої групи належать документи, які є певним чином відкритими, наприклад, публікація звіту підкомітету щодо законопроекту. До третьої категорії належать виборчі кампанії, які впливають на процес прийняття рішень [5].

Після визначення джерел для аналізу було обрано концептуальний або реляційний аналіз як метод контент-аналізу, який буде використовуватися в цьому конкретному випадку. Концептуальний аналіз фокусується на існуванні та частоті використання певних понять, виражених у словах і словосполученнях. Цей метод є історично першим і найпоширенішим. Іноді його ще називають "тематичним". Наприклад, вам потрібно з'ясувати, як часто слово "заборона" використовується в законі про свободу зібрань. Концептуальний аналіз може визначити це, розглянувши всі можливі модифікації цього слова, такі як заборона, недопущення, заборона, недопущення, дозвіл.

1.2 Типи контент-аналізу та їхнє застосування в політичній науці

Контент-аналіз ґрунтується на загальних правилах системності, репрезентативності, повторюваності елементів змісту, статистичної

значущості та формалізації, відповідності процедур сформульованим цілям і завданням, чіткому визначенні категорій.

Наразі існує багато підходів до проведення контент-аналітичних досліджень, які, на думку О. Іванова [6], відрізняються використанням окремих методик (набору готових алгоритмів проведення дослідження в конкретних ситуаціях). Так, у межах контент-аналітичних досліджень можуть використовуватися кількісний контент-аналіз - методи аналізу текстів шляхом кількісного порівняння категорій аналізу за допомогою підрахунку ключових слів (або інших одиниць обліку), якісний контент-аналіз - методи аналізу текстів шляхом виявлення тем, тенденцій та відповідного їм кодування або кодувань. Методи аналізу текстів шляхом систематичної інтерпретації текстів шляхом виявлення тем, тенденцій та відповідного їм кодування або їх комбінацій.

Зазначимо, що прототипи методів класичного контент-аналізу були розроблені такими зарубіжними вченими, як Б. Берельсон [7], Й. Кайзер [8], В. Фрю [9]. Зокрема, Ф. Фрю [9] запропонував такі етапи проведення контент-аналізу:

- 1) Відбір одиниць змісту, які цікавлять дослідника з точки зору досягнення мети або вирішення проблеми;
- 2) Категоризація - теоретична диференціація та структурування одиниць змісту, визначення одиниць аналізу (категорій змісту), підкатегорій та їх групування;
- 3) операціоналізація (пробне кодування) - перевірка відповідності попередньої категоризації змісту тексту та внесення змін до встановлених категорій;
- 4) Кодування - кожній категорії та підкатегорії присвоюється код у вигляді цифри або літери. В результаті створюється посібник з кодування (класифікатор);

5) Кількісна оцінка тексту - кожна категорія вимірюється, а результати вимірювань заносяться в облікову картку. Типова кількісна оцінка передбачає підрахунок частоти використання кожної категорії. На цьому етапі використовуються кількісні одиниці контент-аналізу - одиниця контексту (блок інформації, що аналізується, наприклад, певний журнал або окремі публікації в ньому) та одиниця рахунку (кількісний показник категорії, наприклад, площа тексту або кількість рядків), за умови дотримання процедури підрахунку.

Натомість вітчизняні науковці [10; 11] зазвичай пропонують такі основні етапи контент-аналізу теоретико-методологічний етап, на якому визначаються предмет, об'єкт і мета дослідження та формулюються гіпотези; етап збору та кодування даних відповідно до розроблених правил обробки текстів; кількісна та якісна обробка (інтерпретація) отриманих результатів.

У сучасному інформаційному суспільстві обробка та аналіз великих обсягів даних є необхідними інструментами для отримання цінної інформації. Одним з таких інструментів є контент-аналіз, який дозволяє систематично аналізувати та категоризувати текстовий, аудіо- та візуальний контент для виявлення закономірностей та зроблення висновків. В політичній науці контент-аналіз знаходить широке застосування для вивчення політичних процесів, комунікації та впливу.

Контент-аналіз передбачає систематичне дослідження та аналіз різних типів контенту з метою зрозуміння його вмісту, структури та контексту. В політичній науці виділяються два основних типи контент-аналізу: кількісний та якісний.

Кількісний аналіз спрямований на виявлення частоти та кількості певних елементів у тексті. Він зазвичай використовується для вимірювання частоти вживання певних слів, термінів, тем або символів. Кількісний

аналіз дозволяє отримати об'єктивні дані про кількісні зміни в контенті, встановити тренди, порівняти результати та виявити закономірності.

Якісний аналіз зосереджується на фіксації нетривіальних висловлювань, смислових структур та контекстуальних особливостей тексту. Він дозволяє розуміти ціннісні аспекти повідомлення, виявляти інтенції, стилістику та інші нюанси, які можуть бути приховані в тексті. Якісний аналіз використовується для отримання глибокого розуміння контенту та виявлення суб'єктивних аспектів.

Крім того, існують інші типи контент-аналізу, які мають свої особливості та застосування:

1. Контент-аналіз змісту: Цей тип аналізу передбачає категоризацію контенту за певними темами, концептами або категоріями. Дослідники розробляють кодувальні системи, що дозволяють класифікувати текст на основі заздалегідь встановлених категорій. Цей підхід дозволяє виміряти і порівняти наявність певних тем або підтем у текстовому матеріалі.

2. Кодування за категоріями: Цей підхід передбачає розподіл текстового матеріалу на окремі категорії або тематичні блоки. Дослідники розробляють кодувальну схему, за допомогою якої текст класифікується на основі певних категорій або показників. Цей метод дозволяє аналізувати структуру та організацію тексту, а також визначати відношення між категоріями.

3. Семантичний аналіз: Цей тип аналізу передбачає виявлення семантичних зв'язків та значень у тексті. Він дозволяє розкрити смислові взаємозв'язки, концептуальні рамки та домінуючі теми в аналізованому матеріалі. Семантичний аналіз допомагає розуміти глибокий сенс тексту та ідентифікувати ключові поняття.

4. Контент-аналіз зображень: Цей підхід передбачає аналіз та інтерпретацію візуального контенту, такого як фотографії, малюнки, відео. Він використовується для виявлення смислових елементів, емоційного виразу, символіки та інших аспектів, що містяться в зображеннях. Контент-аналіз зображень є важливим інструментом для вивчення політичних образів, реклами, медійних зображень та інших візуальних аспектів політичної комунікації.

Таким чином, контент-аналіз є важливим інструментом для вивчення політичних процесів та комунікації в політичній науці. Виділяються два основних типи контент-аналізу: кількісний та якісний. Кількісний аналіз дозволяє отримати об'єктивні дані про частоту та кількість елементів у тексті, тоді як якісний аналіз дозволяє зрозуміти суб'єктивні аспекти та глибинний зміст контенту.

Крім того, існують інші типи контент-аналізу, такі як контент-аналіз змісту, кодування за категоріями, семантичний аналіз та контент-аналіз зображень. Кожен з них має свої особливості та застосування у вивченні політичних процесів, комунікації та впливу.

Ці різноманітні підходи до контент-аналізу дозволяють дослідникам отримувати багатогранну інформацію про політичний контекст та допомагають розкрити різноманітні аспекти політичної реальності.

РОЗДІЛ 2. ЗАСТОСУВАННЯ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ ДЛЯ АНАЛІЗУ ПОЛІТИЧНИХ ДИСКУРСІВ

2.1 Методологічні аспекти контент-аналізу в політичній науці

Метод контент-аналізу (вже апробований у кібернетиці, соціології, лінгвістиці та психології) визначається як "пошук внутрішнього змісту за зовнішніми фактами суспільного та політичного життя".

Перехід методу з однієї галузі знання в іншу - це не простий механічний акт, а послідовний багатоетапний процес. Для того, щоб метод був ефективним у політичній науці, необхідно виконати низку умов. Зрештою, використання методів, які не були попередньо адаптовані до "гетерогенної" науки, предметної області або способу діяльності, не дасть бажаних результатів. Необхідно розробити загальну процедуру інтеграції методів контент-аналізу в сферу політичної науки. [12]. Це трьохетапна схема: перший етап - інтеграція методу в теоретико-методологічну структуру політичної науки; другий етап - адаптація і підготовка предметної області до застосування методу; третій етап - його включення в модельовану систему зовнішньої політики.

Першим кроком у вирішенні проблеми "адаптації методу" є розгляд механізму політичного аналізу (пізнання) як сукупності завдань з виявлення фактів політичного життя, розкриття їх смислу та побудови політичної теорії відповідно до основних парадигм побудови теорії (системної, структурної та функціональної); трирівневої моделі структури теорії та методології політичної науки (факторно-проблемний аналіз / контент-аналіз / рівень теорії та структури) [13].

Використання того чи іншого методу в конкретній науці вимагає не лише визначення його структурного місця та функціональної ролі в теоретико-методологічній структурі цієї науки, але й відповідної

підготовки предмета цієї науки (до використання цього методу). Іншими словами, тема дослідження повинна відповідати методу дослідження, оскільки вони взаємопов'язані.

Метою адаптації конкретного предмета політології, міжнародних відносин, до використання методів контент-аналізу є розробка системи категорій, які складатимуть "когнітивне ядро" предмета контент-аналітичного дослідження [14].

Ідея полягає в тому, щоб намалювати "когнітивні контури" міжнародної політики та зовнішньої політики з точки зору контент-аналізу та побудувати загальну "когнітивну картину". Оскільки остання логічно і фактично пов'язана з комунікацією, є сенс адаптувати об'єкт дослідження до комунікаційної парадигми, з якої слід виводити категоріальний апарат [14].

Загальна (попередня та адаптивна) "когнітивна картина" зовнішньої та міжнародної політики, яка є об'єктом дослідження контент-аналізу, має комунікативну природу і складається з п'яти складових категорій: категорії "контекст", категорії "просторовий комунікативний простір" та "часовий комунікативний простір", категорії "діалог-конфлікт" і, нарешті, категорії "код дії". Категорія "код дії" складається з п'яти складових категорій. Разом вони утворюють взаємопов'язану та інтерактивну конститутивну систему ("когнітивний кістяк") наукового дослідження політики, міжнародної політики та зовнішньополітичних відносин як об'єктів контент-аналізу, як послідовність закритих і відкритих смислових комунікативних полів, розташованих на чотирьох рівнях, що чергуються [14].

Кожна з цих категорій адаптується до певної частини аналізованої реальності і знаходить застосування до конкретного її аспекту: глобалізації (категорія "контекст"), регіональної інтеграції (категорія "просторовий

комунікативний простір"), соціальних трансформацій (категорія "часовий комунікативний простір"), міжнародної безпеки (категорія "діалог-конфлікт") та зовнішньополітичних систем (категорія "операційні коди").

Важливо підкреслити, що це лише перший крок у розвитку методологічного апарату контент-аналізу, хоча й важливий. Наступним кроком є розробка системи операційних категорій, формування словника та пошук індикаторів.

Оскільки всі існуючі системи контент-аналізу є самостійними самі по собі і не мають спільної та уніфікованої теоретико-методологічної бази, унеможлиблюється створення нових подібних систем, кожна з яких перетворюється на своєрідний case study. Створення єдиної теоретико-методологічної бази уможлиблює створення нових предметно-специфічних і морфологічно споріднених систем контент-аналізу. Таким чином, створення єдиної теоретико-методологічної бази, якій присвячена основна частина цієї статті, є основою для появи багатьох прикладних систем контент-аналізу.

Контент-аналіз не слід (принаймні поки що) розглядати як окрему методологію, а як метод з важливими й очевидними методологічними наслідками [16].

На підставі трьох теоретико-методологічних традицій європейського й світового суспільствознавства: марксистської, позитивістської, раціоналістичної, уособлених відповідно великими постатями К.Маркса, Е.Дюркгейма і М.Вебера — виокремлюються три основні парадигми контент-аналізу: якісна історико-діалектична, кількісно-бігевіористська, веберіансько-раціоналістична. Слід відзначити, що, наприклад, контент-аналіз суспільних відносин, захоплених масовими історичними зрушеннями революційного характеру, краще здійснювати на основі

марксистської (якісно — історико-діалектичної) парадигми. Для аналізу, наприклад, громадської думки більш придатна позитивістська (кількісно-бігевіористська) парадигма. Найпридатнішою сферою застосування веберіанської методологічної версії контент-аналізу є, передусім, аналіз документів.

У розвиток висловлених вище методологічних міркувань, окремо хотілося б наголосити, зробив внесок присутній "ідеалізм" контент-аналізу, його суб'єктивно-мотиваційну спрямованість на теоретичне виокремлення та з'ясування мотиваційного комплексу політичної дії і взаємодії.

У практичному плані (інтеграція методів контент-аналізу в системи реалізації зовнішньої політики) це означає збагачення зовнішньої політики новими аналітичними, концептуальними і навіть культурологічними методами та підвищення її аналітичного потенціалу. Необхідно зробити цю методологію надбанням не лише науки, а й відповідної політичної діяльності.

Інтеграція контент-аналізу в підсистему зовнішньої політики відбувається у два етапи [17]:

- по-перше, через запровадження категорії "аналітичності", яка полягає у здатності державних акторів розуміти джерела національної могутності та стан міжнародного середовища і максимально ефективно використовувати перші у взаємозв'язку з другими (концептуально з'ясовується роль і місце контент-аналізу в системі зовнішньої політики);

- по-друге, через імплементацію цього методу в підсистему зовнішньої політики шляхом визначення двох груп передумов, які мають бути дотримані для успішного включення методу в зовнішньополітичний арсенал.

Також необхідно визначити процедури та механізми використання цього методу у зовнішньополітичній практиці.

Методологічні аспекти контент-аналізу в політичній науці є важливими для забезпечення наукової обґрунтованості та надійності отриманих результатів. Для успішного проведення контент-аналізу необхідно враховувати кілька важливих аспектів.

По-перше, визначення питань і завдань дослідження є важливим кроком у контент-аналізі. Чітко сформульовані питання і завдання можуть спрямувати дослідницький матеріал і визначити необхідні категорії та показники.

По-друге, важливим аспектом контент-аналізу є вибір відповідної вибірки та методу збору даних. Вибір відповідної вибірки гарантує, що набір даних буде репрезентативним і відображатиме досліджувану групу населення. Методи збору даних включають ручне або автоматичне кодування та використання програмних засобів для аналізу текстових або аудіовізуальних матеріалів.

По-третє, кодування та аналіз даних вимагає систематичного та об'єктивного підходу. Важливо встановити чіткі категорії та показники для кодування даних, а також визначити методи оцінки надійності та достовірності результатів. Детальний опис методології допомагає забезпечити відтворюваність і порівнянність досліджень.

Нарешті, інтерпретація результатів контент-аналізу має здійснюватися з урахуванням контексту та теоретичного підґрунтя. Результати контент-аналізу можна використовувати для формулювання гіпотез, підтвердження теорій або пояснення політичних явищ.

Загалом, методологічні аспекти контент-аналізу в політології є важливими для забезпечення наукової обґрунтованості та надійності дослідження. Враховуючи ці аспекти, дослідники можуть отримати знання про динаміку політичних процесів, акторів та суспільств, що може сприяти розвитку політичної науки та прийняттю обґрунтованих політичних рішень.

Практичний ефект від застосування методів контент-аналізу в українській зовнішньополітичній практиці полягав би в отриманні ефективного інструменту для дослідження громадської думки з тих чи інших актуальних зовнішньополітичних питань, ступеня підтримки населенням певних зовнішньополітичних курсів (наприклад, євроатлантичного) тощо. У цьому суто практичному аспекті система контент-аналізу стане однією з ланок між державою та громадянським суспільством, державними інституціями та публічною дипломатією, своєрідним інструментом зворотного зв'язку та взаємної корекції.

Ще більшої практичної значущості методи контент-аналізу набувають у контексті процесу політичного реформування українського суспільства. У цьому випадку контент-аналіз є одним з найефективніших способів вивчення ставлення громадськості до того чи іншого проекту реформування державної політики. Існує нагальна практична та політична потреба у розробці окремої системи прикладного контент-аналізу для аналізу найбільш актуальних питань зовнішньої та внутрішньої політики на основі існуючих технологій та новостворених теоретико-методологічних засад.

2.2 Вивчення змін у політичних дискурсах за допомогою контент-аналізу

Політичний дискурс - це явище, з яким суспільство стикається щодня, але чіткого визначення цього поняття не існує. Політичний дискурс відрізняється від інших дискурсів своєю спеціалізованою мовою та мовленнєвими моделями. Політичний дискурс обмежується професійним середовищем політиків і є різновидом інституційного дискурсу. Оскільки політична комунікація характеризується соціальними правилами та певними функціональними межами, ми вважаємо, що її можна назвати

різновидом інституційної комунікації і не можна аналізувати, не вдаючись до наукових підходів до вивчення політичного дискурсу.

Використавши загальнонаукові методи синтезу та аналізу, ми виявили, що науковці виокремлюють декілька течій щодо вивчення політичного дискурсу, а саме: соціокогнітивний дискурс-аналіз (Т.А. ван Дейк), французький дискурс-аналіз (Ж.-Ж. Куртін, Е.П. Орланди, М. Пешо, Д. Мальдидье); соціальна семіотика (Г. Хрінниця, Л. Чоуліораки, В. Ліуєн); соціокультурний дискурс-аналіз (Р. Водак, Н. Феркло); критична лінгвістика (Б. Ходжа, Р. Фаулер).

Науковці з усіх дисциплін аналізують використання мови як інструменту контролю та здійснення влади над суспільством. Представники критичного дискурс-аналізу інтенсивно використовують лінгвістичні методи у своїх дослідженнях, зосереджуючись на вивченні текстів і мови для виявлення практик маніпулювання громадською думкою; у роботі Г. Хрінниці висловлюється думка, що ідеологічні позиції реалізуються через синтаксичну структуру текстів [20, с. 102 -103].

Н. Феркро та Р. Водак, представники критичного дискурс-аналізу, однією з причин стрімкого розвитку цього напрямку вбачають посилення контакту політиків (чи інституцій) з громадськістю через ЗМІ [20, с. 102-103]. Іншими словами, контакт між представниками влади та громадськістю нині є безпосередньо складним і потребує посередництва інформаційних ресурсів, тобто текстів, поміщених у продуманий контекст.

Окремого розгляду заслуговує дискурсивна теорія Е. Лаклау та Ш. Муффа, які доводять, що в межах політичного дискурсу відбувається формування ідеології шляхом зміни структури мови. Політика є сферою, конструюючою й трансформуючою соціальною реальністю, а суспільство – це відкрита система, в якій є присутньою безліч значень, що змінюється. Дискурси постійно знаходяться у боротьбі за право надання тим або тим

подіям певних значень. Е. Лаклау і Ш. Муфф намагалися зрозуміти, яким чином відбувається привласнення того або того значення соціальному феномену, тобто як відбувається трансформація дискурсу [34].

Одним із методів, що використовується для вивчення питань у політичному дискурсі, є "контент-аналіз", який передбачає якісний та кількісний аналіз змісту документів з метою виявлення та кількісної оцінки різних фактів і тенденцій, відображених у документах. У політичному дискурсі цей метод здебільшого використовується "на ранніх стадіях політичних досліджень, при аналізі загальної ситуації в тій чи іншій сфері". У цьому випадку зміст повідомлення необхідно інтерпретувати в контексті поставлених автором цілей, які також потребують визначення" [22].

У практиці вивчення тем політичного дискурсу використовується як кількісний, так і змістовний контент-аналіз, який ґрунтується на вивченні слів, тем і повідомлень, тобто контенту. Суть цього методу полягає у визначенні ключових слів, які характеризують проблему, та підрахунку частоти їх вживання в повідомленнях. Однак, щоб не зробити неправильних висновків, необхідно враховувати відсоток ключових слів у загальній кількості слів, контекст, оцінку тощо. Для всебічного аналізу лише ключових слів необхідно включати відповідні терміни, категорії та поняття в досліджуваний матеріал у складі словосполучень, речень і, за необхідності, цілих абзаців [22].

Дискурсивний підхід до аналізу політичних текстів вимагає, серед іншого, виявлення специфічних питань (концептуальних змінних у термінах контент-аналізу), релевантних для дослідження конкретної політичної ситуації". У таких випадках під темою політичного дискурсу розуміють смисловий аспект дискусії, відображений на мовному рівні набором семантично пов'язаних слів або словосполучень, тезою акту

обговорення тощо" [3, с. 11]. [3, с. 11]. Конкретні питання можуть розглядатися як з хронологічної (динамічної) точки зору, наприклад, зміни політичного ставлення до цього питання в часі, так і з лінійної (статичної) точки зору, наприклад, ставлення до цього питання різних політичних рухів, партій, політиків тощо.

Модель, яку можна використовувати для збору даних, може бути тезаурусом - набором слів або термінів, які певним чином описують тематичну область. Найефективніший спосіб побудови тезауруса - це, з одного боку, визначити апріорні знання експерта про проблемну область, а з іншого - модифікувати ці знання під час збору фактичного текстового матеріалу. Набір ідентифікаторів, що описують відповідну проблемну область, зіставляється з темою. Дескриптори - це нормалізований набір словоформ у мові, і їхня поява в тексті вказує на те, що обговорюється відповідна тема. Мовою методу контент-аналізу ідентифікатори представляють концептуальні змінні (теми) в даному тексті [3, с. 19].

Як показує аналіз теоретичного матеріалу (метод систематизації), наукові підходи до вивчення політичного дискурсу в сучасній лінгвістиці можна виокремити такі.

1) Вузкий підхід: Широкий підхід, який охоплює лише тексти, безпосередньо створені політиками, і включає всі тексти на політичну тематику;

2) Польовий підхід: дослідження використовує стенограми заяв політиків, публічних виступів та інтерв'ю, політичний дискурс засобів масової інформації: тексти, створені журналістами та поширені через ЗМІ;

3) Порівняльний підхід: Метою є виявлення "національних особливостей у сприйнятті політичної дійсності та у формах мовного

вираження, які пояснюються історичними умовами формування національної психіки та політичної культури" [6, с. 36]. За такого підходу носії різних мов визнаються носіями не лише різних ментальностей, але й різних політичних культур. Порівняльні дослідження дозволяють виявити як загальні закономірності різних політичних дискурсів, так і специфічні національні особливості;

4) Когнітивний підхід є однією з базових позицій сучасної політичної лінгвістики: мовна діяльність розглядається як відображення картини світу, що існує у свідомості носія мови, а політична комунікація визнається насамперед ментальним феноменом. Питання метафоричної репрезентації певних політичних явищ викликає особливий інтерес у наукових колах. Когнітивні підходи аналізують політичні концепти і фрейми та конструюють ментальні схеми і тактики мовної поведінки [10, с. 238];

5) Дескриптивні підходи спрямовані насамперед на опис і пояснення явищ політичного дискурсу. Важливо зазначити, що в дослідженнях, проведених у межах дескриптивного підходу, неможливо дати позитивну чи негативну оцінку описуваним подіям. У сучасній політичній лінгвістиці різновидом дескриптивного підходу є дослідження мовної поведінки політиків, метою якого є вивчення мовних засобів і методів мовного переконання та маніпулювання. "Водночас важливе місце в дескриптивному підході до вивчення політичного дискурсу посідає метод контент-аналізу, за допомогою якого вчені роблять висновки про якісні характеристики політичного дискурсу на основі статистичних даних" [6, с. 60-61];

6) Критичний підхід, спрямований на аналіз того, як соціальна нерівність виражається в мові та дискурсі. Мова розглядається як індикатор влади та соціального контролю в суспільстві. Матеріалом для аналізу є

політичні тексти, які відображають соціальну нерівність комунікантів. Питання соціальної нерівності є однією з тем критичного підходу. Окрім соціальної нерівності, в рамках критичного дискурсу аналізуються також гендерна та етнічна нерівності;

7) Риторичний підхід продовжує традиційне вивчення політичного дискурсу, що бере свій початок з античної риторики. У цьому підході мовні одиниці розглядаються як засіб передачі думки і як спосіб надання практичного значення думці. Риторичний підхід зосереджується на мові та її естетичних і прагматичних функціях [6, с. 55].

Таким чином, кожен аспект аналізу політичного дискурсу має свої переваги і може підтвердити нові факти. Ці підходи не суперечать один одному і часто використовуються комплексно, створюючи умови для багатогранного вивчення політичного дискурсу у світлі різних його аспектів, у тому числі лінгвістичних і стилістичних.

Вивчення змін у політичних дискурсах за допомогою контент-аналізу є важливим інструментом для політичної науки. Контент-аналіз дозволяє систематично аналізувати та інтерпретувати текстовий, візуальний або аудіовізуальний матеріал з метою виявлення тенденцій, змін у мовленнєвих практиках та динаміки політичного дискурсу.

Один з основних аспектів вивчення змін у політичних дискурсах полягає у використанні контент-аналізу для ідентифікації ключових тем, понять, символів та значущих висловлювань, що присутні у політичних текстах. Крім того, контент-аналіз дозволяє вивчати стилістику, мовні інтонації та ціннісні орієнтації, що впливають на сприйняття політичного повідомлення.

Одним із важливих висновків полягає у впізнанні та вивченні змін у політичних дискурсах з плином часу. Контент-аналіз дозволяє порівнювати текстові або візуальні матеріали з різних періодів, виявляти зміни в політичному мовленні, переконаннях та стратегіях комунікації політичних акторів.

Застосування контент-аналізу у вивченні змін у політичних дискурсах має свої переваги, але також пов'язане з певними обмеженнями. Наприклад, важливо враховувати контекстуальні фактори та визначати адекватні категорії для аналізу. Крім того, результати контент-аналізу мають бути інтерпретовані з урахуванням теоретичного підґрунтя та політичного контексту.

У підсумку, вивчення змін у політичних дискурсах за допомогою контент-аналізу допомагає розуміти еволюцію політичного мовлення, виявляти тенденції та зміни у комунікаційних стратегіях політичних акторів. Це дозволяє політичним науковцям отримувати обґрунтовану інформацію про політичні процеси та розвиток політичних систем, а також формулювати нові гіпотези й розробляти політичні стратегії на основі наукових досліджень.

РОЗДІЛ 3. ЗАСТОСУВАННЯ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ ДЛЯ АНАЛІЗУ МЕДІА-ПРОСТОРУ

3.1 Аналіз змісту політичних новинних програм та статей

Для аналізу змісту медіаконтенту важливо відзначити, що користувачі сучасних електронних ЗМІ – це більше, ніж просто одержувачі чи споживачі інформації. Вони відіграють активну роль у адаптації, зміні та навіть створенні контенту. Інтерактивна медіареволюція, яка почалася з відеоігор у 1970-х роках, продовжилася з домашніми комп'ютерами у 1980-х роках та Інтернетом у 1990-х роках, а на початку XXI століття виросла і переросла у Web 2.0 [23].

З цієї причини контент-аналіз слід розглядати як багатогранний системний процес, який є набагато ширшим, ніж інструменти для збору, класифікації та зберігання великих даних.

Тому контент-аналіз визначається як метод з чітко визначеними етапами та процесами (рис. 1).

Перший процес - це створення та щоденне оновлення бази даних повнотекстової інформації. Цей процес починається з автоматичного збору даних і вилучення контенту з веб-сайтів ЗМІ (веб-скрепінг). Скрапінг - це послідовний пошук і завантаження сторінок веб-сайту за допомогою відповідних програмних засобів, включаючи модулі для виявлення (парсингу) корисного контенту і збереження його в базі даних.

З роками аналіз веб-сторінок став більш складним. На відміну від перших веб-сторінок, які мали просту структуру HTML, сучасні веб-сайти мають багато різномірних, а іноді й динамічних елементів, які не можуть бути зафіксовані функцією збереження сторінок браузера, тому програмне

забезпечення повинно використовувати різні варіанти аналізу сторінок з різною ефективністю залежно від типу та змісту сторінки.

Окрім аналізу та зберігання основної текстової інформації, теги та інші метадані сторінки також можна зберігати для подальшого використання в якості інструменту контент-аналізу. Коментарі до публікації, їхня кількість та емоційне забарвлення сприяють можливості аналізу тональності тексту в майбутньому. Такий контент може допомогти ідентифікувати схожий контент, створений окремими користувачами або редакторами сайту, для подальшого кодування.

Наприклад, цифрові камери можуть вбудовувати метадані у фотографії, які можуть включати час, а також тип камери, налаштування камери, інформацію про геолокацію тощо. Так само ЗМІ можуть створювати теги для кожного допису і класифікувати дописи за тематичними групами, щоб читачі та контент-аналітики могли легко орієнтуватися в контенті.

Другий процес - це власне аналіз даних для отримання результатів дослідження контенту та його тональності.

Етап кількісного аналізу особливо важливий, коли потрібні узагальнення, а результати агрегуються для підрахунку частоти вживання слів (частотний аналіз), категорій, тегів і фраз, а також їхнього загального використання в тексті. Оскільки обчислення частоти не вимагає втручання людини, цей тип аналізу можна легко адаптувати до особливостей великих даних. Кількісний контент-аналіз визначає наступні одиниці, які також можуть бути використані для якісного контент-аналізу [24]:

- Одиниця кодування: визначає найменший матеріальний компонент, який може бути оцінений, і найменший текстовий компонент, який може бути включений до категорії;

- Блок контексту: визначає найбільший текстовий компонент, який може бути включений до категорії;

- Блок запису: визначає, які частини тексту контактують з тією самою системою категорій.

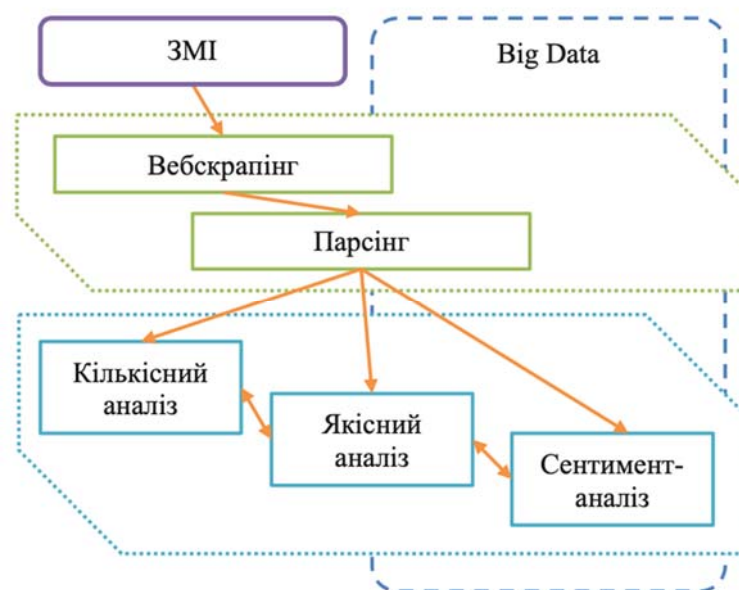


Рис. 1. Аналіз контенту засобів масової інформації

На етапі кількісного аналізу важливо визначити, як певний контент повторюється в подібній формі і з певною частотою. Однак у системі контент-аналізу реєстрація того, як часто зустрічається та чи інша категорія або тег, також може надати додаткову вагу їх значенню та важливості. Звичайно, у кожному випадку це має бути належним чином обґрунтовано. Подальше точне якісне присвоєння категорій певному матеріалу також може бути доповнене більш складними методами статистичної оцінки, якщо вони відповідають меті аналізу та підходять для залученого об'єкта.

У цьому разі поєднання якісного та кількісного етапу аналізу надають особливого змісту всьому процесу [25].

Оскільки відправною точкою якісного аналізу є окремий текстовий компонент, що аналізується (тобто його текстовий контекст), якісні дані є набагато різноманітнішими та складнішими, ніж кількісні. Оцінка текстового фрагмента починається зі встановлення його зв'язку з іншими текстовими компонентами і, як правило, завершується узагальненням матеріалу.

Метою цього виду аналізу є скорочення матеріалу зі збереженням основного змісту. Аналогічно, якісний аналіз може надати додатковий матеріал про певні компоненти тексту (терміни, визначення) для покращення розуміння, пояснення та інтерпретації окремих уривків.

Однак якісний аналіз часто використовують для структурування. Це відбувається тоді, коли є потреба відфільтрувати певні аспекти текстових даних, надати зріз змісту відповідно до заздалегідь визначених організаційних критеріїв або оцінити його за певними критеріями.

Нарешті, аналізується тональність тексту (емоційний аналіз), оскільки автор тексту (або користувач, який залишив коментар) активно використовує різні інструменти, щоб створити бажаний образ і викликати відповідні емоції у свідомості читача з приводу тієї чи іншої події.

Існує низка систем, які автоматично оцінюють емоційне забарвлення текстів за допомогою наступних методів:

- 1) Методи, засновані на правилах, що використовують набір правил, заснованих на аналізі цільової області;
- 2) Методи, засновані на використанні словників тональностей;

3) контрольоване навчання, коли алгоритм тренується на заздалегідь визначеному наборі текстів;

4) неконтрольоване навчання, коли алгоритм навчається на випадковому наборі текстів, а ваги окремих слів визначаються незалежно від контексту їхнього вживання.

Більшість систем для аналізу настрою є потужними комерційними продуктами (наприклад, Semantrum) [26], але існують також вільнодоступні системи, які можуть аналізувати тон невеликих текстових послідовностей. Однією з таких програм є система аналізу настрою Semantria для Excel [27].

Ця система є надбудовою над Microsoft Excel і може класифікувати тональність повідомлень багатьма мовами, але українська не підтримується. Однією з переваг цієї системи є те, що загальну тональність тексту можна визначити в діапазоні від -1,5 до +1,5, а також як позитивну, негативну та нейтральну.

У сучасному інформаційному суспільстві особливо важливо аналізувати інформаційний потік у ЗМІ. Це дослідження узагальнює погляди на використання контент-аналізу.

Основне застосування цього методу полягає в перетворенні текстової інформації в кількісний формат, який можна глибоко проаналізувати за допомогою сучасних методів аналізу великих даних і штучного інтелекту. Це є необхідністю при роботі з медіа-матеріалами з різною текстовою тональністю, пов'язаною з однією темою дослідження, тоді як аналіз медіа-контенту може сильно відрізнятися залежно від суб'єктивної інтерпретації кожного дослідника.

Процес контент-аналізу має ґрунтуватися на поєднанні якісних і кількісних методів; основним завданням є визначення моментів або аспектів процесу аналізу, які можна оцінити кількісно.

Підсумовуючи, зауважимо, що запропонована в дослідженні методологія є основою для реалізації сучасних засобів контент-аналізу з використанням сучасних інформаційних технологій, методів і моделей штучного інтелекту.

3.2 Контент-аналіз соціальних медіа

Поява соціальних мереж дозволила користувачам створювати контент і ділитися ним з іншими користувачами. Сьогодні кожен користувач є цінним джерелом інформації, ділиться своїми думками, поглядами та вподобаннями з іншими. В останні роки соціальні мережі переживають стрімке зростання, особливо в країнах, що розвиваються. Особливо мобільні та потокові платформи, онлайн-форуми, веб-сайти та служби миттєвих повідомлень зазнали стрімкого зростання, що призвело до широкого використання соціальних медіа.

За даними агенції We Are Social, яка нещодавно опублікувала щорічний звіт із дослідження стану й перспектив розвитку світової сфери діджиталізації (Digital 2022 Global Overview Report, [28]), частка користувачів інтернету в світі на початок 2022 р. склала близько 5,3 млрд. осіб або 60% населення (біля 88% – у розвинених країнах), а кількість активних користувачів різноманітних соціальних мереж за останні 10 років зросла майже втричі – з 1,48 млрд. у 2012 р. до 4,62 млрд. у 2022 р. (рис. 2).

Необхідно зауважити, що соціальні медіа і соціальні мережі не є тотожними поняттями. Головні відмінності соціальних медіа від соціальних мереж – функціональність та масовість. Так, наприклад, Telegram – це

месенджер, яким користується 500 млн. користувачів [29], але при цьому він не є соціальною мережею. Теж саме стосується і Slack – чат-платформи для роботи, денна аудиторія якої перевищує 10 млн. осіб. Все це – соціальні медіа.

Основними інструментами соціальних медіа є можливість створення, дистрибуції та редагування контенту з вибудовуванням комунікації. Основні функції соціальних медіа:

- обмін контентом;
- створення комунікаційних зв'язків між користувачами;
- вирішення певних завдань в Інтернеті;
- дозвілля та розважальні послуги тощо.

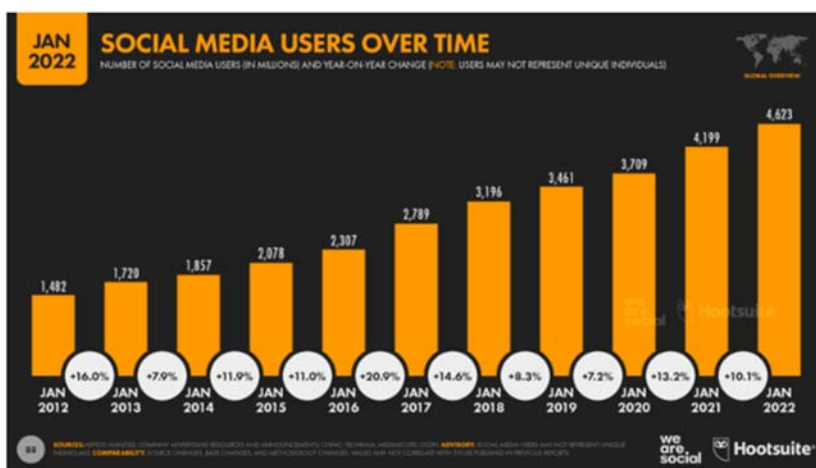


Рис. 2 – Динаміка активних користувачів соціальних мереж протягом 2012-2022 рр. [28]

При цьому, за даними агенції Statista [29], в топ 10 за популярністю мереж як у світі, так і в Україні увійшли Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, Tik Tok (рис. 3).

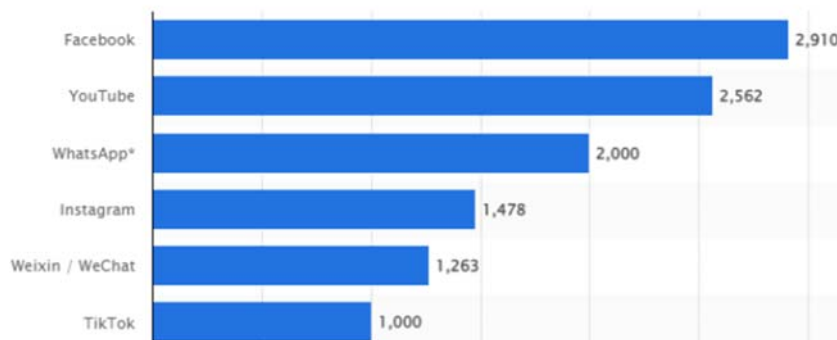


Рис. 3 – Рейтинг популярності соціальних мереж: кількість активних користувачів на місяць, млн. осіб [29]

Існує тенденція до універсалізації характеристик соціальних медіа, але можна розрізнити такі типи, як комунікативні медіа, користувацькі медіа та обмінні медіа. Комунікативні соціальні медіа включають соціальні медіа, які об'єднують людей для спілкування: наприклад, чати, мікроблоги, сайти відгуків, форуми і т.д. Вікіпедія є типовим прикладом соціальних медіа, де інформацію можна додавати, змінювати або редагувати. В обмінних медіа відбувається обмін всіма видами інформації, включаючи фотографії, відео, тексти та музику (наприклад, Youtube, Twitch, Tik Tok, Instagram).

Тому з точки зору методів та інструментів аналізу, особливо контент-аналізу, необхідно враховувати, що соціальні медіа спеціалізуються за основним типом контенту, таким як текст, зображення та відео. Наприклад, Twitter побудований на мікроблогах (коротких текстових повідомленнях), користувачі Instagram здебільшого діляться зі своїми підписниками зображеннями, Youtube позиціонується як відеохостинг тощо.

Використання соціальних медіа виявилось вигідним як для бізнесу, так і для споживачів. Тому компанії зацікавлені у взаємодії зі споживачами через соціальні медіа, оскільки це може значно підвищити впізнаваність бренду та лояльність аудиторії, а також забезпечити підтримку та зворотній

зв'язок з існуючими та потенційними клієнтами, підрядниками та партнерами.

Тим часом, споживачі все частіше використовують соціальні мережі для прийняття рішень про покупку. Вони переглядають відгуки, аналізують думки відомих блогерів і часто приймають рішення на основі того, як часто вони взаємодіють з брендами в соціальних мережах. У своїх постах користувачі залишають відгуки про товари та послуги, створюють тренди, діляться своїми вподобаннями та інтересами. З цієї причини великі компанії все більше зацікавлені в аналізі дуже великих обсягів даних із соціальних мереж.

Контент-аналіз - це формалізований метод дослідження текстової та графічної інформації, який полягає в систематичному та надійному записі певних елементів змісту заданого набору документів, а потім квантифікації (кількісній обробці) отриманих даних [30-32].

Таким чином, контент-аналіз - це метод кількісного аналізу великих масивів інформації (текстових документів, відео-, аудіоматеріалів та зображень). Це важливий метод аналізу змісту повідомлень, постів у соціальних мережах, відповідей на відкриті опитування та інших електронних документів [33].

У найпростішому вигляді контент-аналіз визначає частоту вживання певних ознак у тексті (термінів, біграм, триграм, емотивних слів тощо) і дозволяє зробити висновки про наміри автора щодо тексту та можливі реакції споживачів цього контенту.

Контент-аналіз текстової інформації має три сфери застосування

- виявлення того, що існує до тексту і певним чином відображено в тексті (текст як індикатор певних характеристик об'єкта дослідження, навколишньої дійсності, автора тексту або споживача, який є адресатом): виявлення "того, що існує до тексту і певним чином відображено в тексті";

- визначення "того, що є тільки в тексті" (різні особливості та форми подання інформації, стиль, структура, жанр, тональність, емоційна спрямованість);

- визначення "того, що існує після тексту", тобто того, що існує після сприйняття контенту споживачем (оцінка різних ефектів впливу).

До основних бізнес-завдань, які можна вирішити за допомогою контент-аналізу, належать:

- Моніторинг ЗМІ та аналіз медіа-іміджу. Напівавтоматичний та автоматичний моніторинг контексту, в якому згадуються в медіапотоці бренди, назви компаній, політичні партії, громадські діячі/політики, бізнесмени тощо.

- Аналіз успішності медіа-кампаній. Відстежувати поширення інформаційних повідомлень у ЗМІ та соціальних мережах. Аналіз динаміки уваги, емоційної полярності коментарів та оцінок (позитивні, негативні, нейтральні), виявлення ключових інформаційних акторів, які сприяють або перешкоджають поширенню інформації.

- Аналіз соціальних мереж. Моніторинг поширення інформаційних повідомлень у соціальних мережах. Вивчення онлайн-поведінки певних категорій користувачів: наприклад, молоді, прихильників певної політичної партії, споживачів певного виду продукції або товару тощо. Аналіз соціально-демографічної структури та онлайн-поведінки представників певних груп у соціальних мережах.

- Аналіз конкуренції веб-сайтів. Можна визначити глобальні та національні рейтинги веб-сайтів, рейтинги в певних тематичних нішах (наприклад, серед новинних сайтів), основних конкурентів, джерела трафіку, контекст згадок, популярність певних розділів, найперспективніші платформи для просування веб-сайтів. Одним із найкорисніших інструментів контент-аналізу є створення аналітичних звітів. Медіадослідження для конкретного ринку (галузі, бренду, теми тощо)

дозволяє візуально представити результати у вигляді графіків, рейтингів та діаграм. Окрім кількісних даних, можна також виокремити якісні характеристики, такі як тональність контенту (аналіз настроїв), події, варті уваги, тощо.

Таким чином, контент-аналіз соціальних мереж дозволяє виявити тенденції та позиції учасників ринку щодо певних тем. Такі звіти дозволяють

- планувати інформаційну стратегію компанії;
- своєчасно координувати діяльність компанії на ринку;
- відстежувати динаміку згадувань компанії, її брендів, конкретних подій та людей за ключовими словами;
- виявляти важливі інформаційні приводи в ефірі;
- визначити емоційну спрямованість публікації в цілому (негативна, нейтральна, позитивна тощо) або за окремими напрямками (аналіз настроїв за напрямками).

Основний процес контент-аналізу полягає у присвоєнні або виділенні кодів (тегів) фрагментам тексту або зображень. Такими фрагментами зазвичай є речення, абзаци або області тексту чи зображень.

Присвоєння кодів фрагментам тексту дозволяє перетворити високоякісні дані в цифровий формат. Наприклад, текстовий документ можна представити у вигляді числової матриці, де рядки відповідають реченням, а стовпці - числовим кодам певних понять (зображень, шаблонів, шаблонів), які потрібно шукати і виділяти в тексті. Якщо певне зображення розпізнається у відповідному тексті, то у відповідній комірці матриці міститься "1", інакше - "0".

Таким чином, контент-аналіз призводить до формалізації, яка відходить від смислового та експресивного змісту понять у тексті для того, щоб дослідити їхні логічні властивості, дедуктивні та експресивні можливості.

Наступним кроком у первісно якісній обробці даних є операції над векторами (рядками і стовпчиками матриці), які виконуються за допомогою методів і алгоритмів лінійної алгебри та машинного навчання.

Контент-аналіз для оцінки ефективності присутності бренду в соціальних мережах зазвичай визначається набором статичних даних. Тому кількісний аналіз проводиться в соціальних мережах з урахуванням наступних показників:

- 1) Кількість згадок про бренд;
- 2) Доступ до контенту в залежності від дій користувачів;
- 3) Масове зростання та конверсія в покупку. Водночас кількісні (статистичні) підходи можуть виконувати лише поверхневий аналіз, наприклад, виокремлювати конкретні факти та оцінювати їхню частоту (або інші статистичні властивості).

Однак багато реальних завдань контент-аналізу набагато складніші, ніж частотний аналіз, і передбачають вилучення інформації, що вимагає застосування алгоритмів машинного навчання. Залежно від конкретного типу завдання створюються і налаштовуються різні моделі.

Аналіз контенту соціальних мереж є дуже корисним інструментом для вивчення та розуміння сучасного інформаційного середовища. Він дозволяє дослідникам отримати глибокі знання про тенденції, зміни та закономірності, присутні в медіа-контенті, створеному користувачами соціальних мереж.

Контент-аналіз соціальних медіа дає можливість систематично аналізувати текстові, візуальні та аудіовізуальні матеріали, розміщені на платформах соціальних медіа. Це дає змогу виявити нові теми, думки, настрої, способи комунікації та вплив політичних, соціальних, економічних і культурних чинників на суспільство.

Основними перевагами контент-аналізу соціальних мереж є доступність великих обсягів даних, швидкість аналізу та можливість

виявлення глобальних тенденцій і регіональних особливостей. Він дозволяє визначити популярні теми, впливових акторів, групи користувачів та їхню взаємодію, що є корисним для вивчення соціальної динаміки та сприйняття інформації.

Однак контент-аналіз соціальних мереж має певні обмеження. Потрібен ретельний відбір джерел даних, врахування контекстуальних факторів та можливих викривлень у медіа-контенті. Крім того, аналіз результатів потребує подальшої інтерпретації та контекстуалізації для отримання достовірних висновків.

Загалом, аналіз контенту соціальних мереж може допомогти нам поглибити наше розуміння поточного стану знань та їхнього впливу на громадянське суспільство. Це потужний інструмент для аналізу соціальних, політичних, культурних та економічних явищ, що відбуваються у віртуальному просторі соціальних медіа.

ВИСНОВКИ

1. Контент-аналіз є важливим інструментом в політичній науці, який дозволяє систематично аналізувати текстовий, аудіовізуальний та візуальний контент з метою отримання об'єктивної інформації про політичні процеси, поведінку акторів та виявлення змін у суспільстві. Огляд історичного розвитку контент-аналізу в політичній науці показав, що цей метод дослідження постійно еволюціонує, адаптуючись до змін у технологіях та суспільних реаліях.

Історично, контент-аналіз використовувався для вивчення політичних текстів, зокрема промов, документів та ЗМІ. Протягом часу методологія розвинулася, і дослідники почали застосовувати контент-аналіз до соціальних медіа, враховуючи зростаючу важливість цих платформ у політичному спілкуванні.

Одним з основних аспектів розвитку контент-аналізу було удосконалення методів і інструментів для аналізу текстового та візуального матеріалу. Використання комп'ютерних технологій та штучного інтелекту дало змогу автоматизувати процес аналізу, збільшити обсяг досліджуваного матеріалу та зробити аналіз більш точним та об'єктивним.

2. Починаючи з кількісного та якісного контент-аналізу, дослідники розширили свої підходи, використовуючи методи кодування за категоріями, семантичного аналізу та контент-аналізу зображень. Кожен з цих типів аналізу має свої особливості і застосовується для вивчення різних аспектів політичної реальності.

Кількісний контент-аналіз дозволяє виміряти і кількісно описати певні аспекти текстового або візуального контенту. Він корисний для вивчення частоти вживання слів, тем або символів, що містяться у тексті. Якісний контент-аналіз, у свою чергу, дозволяє глибше розуміти контекст,

цінності та інтонації висловлювань. Він застосовується для виявлення нетривіальних аспектів повідомлення та аналізу їхнього змісту.

3. Методологічні аспекти контент-аналізу в політичній науці є важливими для наукової обґрунтованості й достовірності результатів. Визначення дослідницьких питань і цілей є першим кроком у контент-аналізі, допомагаючи зорієнтуватися в матеріалі й встановити необхідні категорії й показники. Вибір відповідної вибірки й методу збору даних важливий для отримання представного набору, що відображає популяцію. Кодування й аналіз даних потребують систематичності й об'єктивності, з встановленням чітких категорій й показників та методів оцінки надійності й достовірності. Інтерпретація результатів контент-аналізу має враховувати контекст та теоретичний підґрунтя, а його висновки можуть використовуватися для формулювання гіпотез, підтвердження теорій й пояснення політичних явищ. Враховуючи ці аспекти, дослідники здатні отримати інформацію про політичні процеси, акторів й динаміку суспільства, що сприяє розвитку політичної науки та обґрунтованому прийняттю політичних рішень.

4. Вивчення змін у політичних дискурсах за допомогою контент-аналізу є важним інструментом для політичної науки. Контент-аналіз дозволяє систематично аналізувати та інтерпретувати текстовий, візуальний або аудіовізуальний матеріал з метою виявлення тенденцій, змін у мовленнєвих практиках та динаміки політичного дискурсу.

Контент-аналіз допомагає ідентифікувати ключові теми, поняття, символи та значущі висловлювання у політичних текстах. Також він дозволяє досліджувати стилістику, мовні інтонації та ціннісні орієнтації, що впливають на сприйняття політичного повідомлення.

Вивчення змін у політичних дискурсах за допомогою контент-аналізу дозволяє порівнювати матеріали з різних періодів та виявляти зміни в

політичному мовленні, переконаннях та стратегіях комунікації політичних акторів.

Застосування контент-аналізу у вивченні змін у політичних дискурсах має свої переваги, але також пов'язане з обмеженнями. Важливо враховувати контекстуальні фактори та адекватно визначати категорії для аналізу. Інтерпретація результатів повинна здійснюватися з урахуванням теоретичного підґрунтя та політичного контексту.

5. У сучасному інформаційному суспільстві аналіз потоку ЗМІ має велике значення. Використання контент-аналізу є ключовим аспектом цього дослідження. Головна мета контент-аналізу полягає у перетворенні текстової інформації на кількісний формат, що дозволяє проводити більш глибокий аналіз за допомогою сучасних методів біг-дата-аналітики та штучного інтелекту. Це особливо важливо при роботі з матеріалами ЗМІ, які можуть мати різні настрої щодо тих самих об'єктів дослідження, тому аналіз медіаконтенту суттєво залежить від суб'єктивної інтерпретації кожного дослідника.

Процес аналізу контенту передбачає поєднання якісних та кількісних методів, і головне завдання полягає у визначенні тих аспектів аналітичного процесу, до яких можна ввести кількісні показники. У підсумку, ця дослідницька методологія є основою для впровадження сучасних інструментів контент-аналізу з використанням передових інформаційних технологій, методів та моделей штучного інтелекту.

6. Контент-аналіз соціальних медіа є важливим інструментом для вивчення сучасного медійного ландшафту та його впливу на суспільство. Завдяки цьому методу дослідники можуть аналізувати широкий спектр соціальних, політичних, культурних та економічних явищ, які відбуваються у соціальних медіа.

Контент-аналіз соціальних медіа дозволяє виявляти та аналізувати тенденції в змісті, які поширюються через соціальні мережі, медійні платформи та інші онлайн-канали. Дослідники можуть вивчати зміни в медійних повідомленнях, емоційну тонільність, популярні теми та дискурсивні практики, що мають велике значення для розуміння публічного діалогу та формування громадської думки.

Загалом, контент-аналіз соціальних медіа є потужним інструментом для вивчення медійного середовища, виявлення тенденцій, аналізу впливу та сприйняття інформації, а також виявлення суспільних проблем і проявів громадської думки. Це дозволяє дослідникам отримувати цінні уявлення про сучасне суспільство та взаємодію людей в цифровому віці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Петренко І. І. Типи, функції, інструментарій та принципи експертно–аналітичної діяльності. URL: <http://rmn.knu.ua/wp-content/uploads/2014/11/Petrenko2.pdf>
2. Кузнєцов О. Виявлення ключових понять з тексту за допомогою контент-аналізу / О. Кузнєцов // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. – 2014. – Вип. 40. – С. 52–60.
3. Контент–аналіз. URL: <https://vue.gov.ua/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%82-%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7>
4. Почепцов Г. Теорія комунікації. Київ :: Рефл–бук, 2001. 656 с.
5. Неліпа, Д. "Контент-аналіз як технологія збору первинних даних при здійсненні системного аналізу політичних явищ і процесів." *Social-Science. Український науковий журнал.–Вип4* (2011): 322.
6. Іванов О. В. Класичний контент-аналіз та аналіз тексту: термінологічні та методологічні відмінності / О. В. Іванов // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2013. – No 1045. – С.69–73.
7. Berelson B. Content Analysis in Communication Research / Bernard Berelson. – New York : HafnerPress, 1971. – 220 p.
8. Kayser J. Le quotidien français/ Jacques Kayser; [préface de Pierre Renouvi]. – Paris: A. Colin, 1963. – 171 p.
9. FrühW. In halts analyse: Theorie und Praxis / Werner Früh. – 6., überarb. Aufl. – Konstanz : UTB/BRO, 2007. – P. 27.
10. Бондар В. С. Розгляд методу контент-аналізу з погляду кількісно-якісних технік проведення / В. С. Бондар, М. А. Допіра // Наукові записки НаУКМА. –2007. – Т.70: Соціальні науки. – С. 17–26.

11. Іванов О. В. Класичний контент-аналіз та аналіз тексту: термінологічні та методологічні відмінності / О. В. Іванов // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2013. – No 1045. – С.69–73.
12. Симоненко Т. В. Мережеве інформаційно-бібліотечне забезпечення наукових досліджень : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій / Симоненко Тетяна Василівна ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. К., 2011. 18 с.
13. Словникжурналіста:терміни,мас-медіа,постаті/Ужгород.нац.ун-т; авт.-уклад. Ю. М. Бідзілля. Ужгород :Закарпаття, 2007. 224 с.
14. Беззуб'як, М. "Контент-аналіз у політичній науці: питання залучення і застосування." Антологія творчих досягнень (2004).
15. Секунова І. О. Суть та значення контент-аналізу в дослідженні інформаційних матеріалів президентських кампаній в Україні. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2013. No 1. С. 56-59. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2013_1_13.
16. Іванов В.Ф., Костенко Н.В. Контент-аналіз // Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/Контент-аналіз>
17. Лебедева Н. М., Посиліна К. С. Функціонування неологізмів в сучасному політичному дискурсі. *Нова філологія* : зб. наук. праць. Запоріжжя : ЗНУ, 2008. Вип. 32. С. 161–164.
18. Теорія політичного дискурсу Ернесто Лаклау. URL: <https://m-introduction.livejournal.com/38161.html>
19. Лісовський С., Євстаф'єв В. Політичний контент-аналіз. URL: <http://psyfactor.org/lib/content-analysis.htm>

20. Бондаренко О. М., Литвиненко О. К. Оцінювальна лексика в сучасному політичному дискурсі. *Філологічні науки. Вісник Запорізького національного університету*. Запоріжжя, 2014. Вип. 1. С. 171-175.

21. Вакуленко М. О. Термін і термінологія: сучасні уявлення та концепції. Слово и словарь. *Vocabulum et vocabularium*: сб. науч. тр. по лексикографии / под ред. В. В. Дубичинского и Т. Ройтера. Харків : Видавництво Підручник НТУ, 2011. Вып. 12. С. 140–145.

22. Воробйова Г. Ю. Концептуальні підходи дослідження політичних метафор. *Політологічний вісник*. 2015. Вип. 78. С. 236-246.

23. Skalski P.D., Neuendorf K.A., Cajigas J.A., Content Analysis in the Interactive Media Age. *The Content Analysis Guidebook*.

24. Krippendorff K. Validity in content analysis. *Computerstrategien fur die kommunikationsanalyse*. Frankfurt, Germany : Campus, 1980. P. 69–112. URL: http://repository.upenn.edu/asc_papers/291

25. Mayring P. Qualitative content analysis: theoretical foundation, basic procedures and software solution. *Klagenfurt*. 2014. URL: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-395173>

26. Semantrum. Онлайн-сервіс для моніторингу традиційних та Інтернет-ЗМІ. URL: <https://promo.semantrum.net/uk/golovna>

27. Semantria for Excel. Text and sentiment analysis for surveys, social media, and reviews. URL: <https://www.lexalytics.com/semantria/excel>

28. Digital 2022 Global Overview Report. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>.

29. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

30. Костенко Н., Іванов В. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики. Київ: Центр вільної преси, 2003. 200 с.

31. Войтович О. П., Буда А. Г., Головенько В. О. Дослідження методів аналізу соціальних мереж як середовища інформаційних війн. URL:

<https://epsi.vntu.edu.ua/uploads/2017/7686ycc0hnc6o8o3xgkr97hrynqd5m0obr.pdf>

32. Іванов В.Ф., Костенко Н.В. Контент-аналіз. Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/Контент-аналіз>.

33. Берко А. Ю. Системи електронної контент-комерції: монографія / А. Ю. Берко, В. А. Висоцька, В. В. Пасічник. Львів: Вид-во Нац. ун-ту “Львівська політехніка”, 2009. 612 с.

ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА

РЕЦЕНЗІЯ

ВІДГУК НОРМОКОНТРОЛЕРА

ДОВІДКА ПРО АНТИПЛАГІАТ