

СУТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ В ДОСЛІДЖЕННІ ІНФОРМАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ КАМПАНІЙ В УКРАЇНІ

У статті представлено основні положення та особливості контент-аналізу як інструменту дослідження інформаційних матеріалів президентських виборчих кампаній в Україні. Визначено суть та значення контент-аналізу в процесі дослідження та вивчення кількісно-цифрових показників інформативності матеріалів президентських виборчих кампаній. Встановлено, що контент-аналіз дозволяє отримувати інформаційні дані з високою часткою достовірності.

Ключові слова: контент-аналіз, інформаційні матеріали, президентські виборчі кампанії, аналіз тексту, документ, комунікації.

I.O. Secunova

ESSENCE AND MEANING OF CONTENT-ANALYSIS IN THE STUDY OF INFORMATION MATERIALS OF PRESIDENTIAL ELECTION CAMPAIGNS IN UKRAINE

The article deals with the main provision and features of content-analysis as a tool for the information materials study of presidential election campaigns in Ukraine. The essence and meaning of content-analysis in research of quantitative indicators of presidential election campaigns materials information value are determined. As a result, the author comes to the conclusion that content-analysis enables a researchers to get information data with a high degree of authenticity.

Keywords: content analysis, information materials, presidential election campaigns, text analysis, document communication.

Під час роботи з документами доволі непростим є вміння читати дані на мові гіпотез дослідження. Адже документ створюється зовсім не для того, щоб перевірити гіпотези. Тому, перш ніж аналізувати документальні матеріали по суті, потрібно виконати роботу з пошуку в документі ознак ключових понять дослідження. Якісний аналіз документів – необхідна умова для всіх кількісних операцій. Але перш слід зауважити, що кількісне вираження якісних ознак текстів далеко не завжди доцільно.

Якщо документальних даних недостатньо для масової обробки або вони нерепрезентативні, якщо перед нами описи вельми складних явищ, якщо йдеться про роботу з унікальними документами [11, С. 427-438], де головна мета вивчення – це всебічна змістовна інтерпретація матеріалу – не слід звертатися до кількісного аналізу.

Кількісний аналіз текстів доречний, якщо потрібна висока ступінь точності при зіставленні однопорядкових даних і коли досить багато матеріалу, щоб виправдати зусилля, пов'язані з його кількісною обробкою, якщо цей матеріал репрезентує сфери вивчення [10, С. 62-65]. Кількісне вираження якісних ознак текстів необхідно, коли текстового матеріалу не тільки достатньо, але настільки багато, що його не можна охопити без сумарних оцінок і можливе воно за умови, коли досліджувані якісні характеристики з'являються з достатньою частотою.

Найбільш доцільно використовувати кількісний аналіз, якщо кваліфіковані тексти зіставляються з іншими, також кількісними характеристиками. Наприклад, виражені в

статистичних розподілах особливості змісту газетних повідомлень зіставляються з чисельністю абонентів, їх думками про ці матеріали, теж вираженими в числах.

Кількісне вираження якісних ознак текстового матеріалу отримало вельми широке поширення, і в середині ХХ-го століття для нього була розроблена спеціальна процедура, названа «контент-аналіз» – переведення в кількісні, показники масової текстової (або цифрової) інформації з подальшою статистичною її обробкою. Але й сьогодні, як ніколи, контент-аналіз актуальний з точки зору достовірності результатів дослідження матеріалів президентських виборчих кампаній в Україні. Тому об'єктом даного дослідження є контент-аналіз як спосіб визначення змістовної суті матеріалів президентських виборчих кампаній в Україні. Предметом – реалізація та застосування контент-аналізу в процесі дослідження матеріалів президентських виборчих кампаній в Україні. Метою даної публікації є визначення суті і значення контент-аналізу в дослідженні інформаційних матеріалів президентських виборчих кампаній в Україні.

Слід зауважити, що контент-аналіз – це техніка збору інформації, виробленого на основі систематичного виявлення відповідних цілям і завданням дослідження характеристик текстів (понять, дієслів, словосполучень та ін.) Його основні операції були розроблені американськими аналітиками Х. Лассуеллом і Б. Берельсоном. Важливий внесок у розвиток процедур контент-аналізу внесли російські й естонські фахівці, зокрема А. Алексєєв, Ю. Вооглайд, П. Віхалемм, Б. Грушин, Т. Дрідзе, М. Лаурістін [7, С. 7-15]. Даною проблематикою займалися й українські вчені Н. Танатар, А. Федорчук та ін. [2, 9]. Контент-аналіз передбачає використання певних стандартизованих процедур, що забезпечують формалізацію та вимір досліджуваних ознак, що дозволяє робити професійні висновки про характер і особливості досліджуваного об'єкта. Особливо ефективно використання контент-аналізу при дослідженні передвиборчих програм кандидатів в президенти, політичних партій і рухів, коли за ключовими поняттями і словосполученнями можна сформулювати уявлення про відмінні особливості кожної з них. Наприклад, використання контент-аналізу дозволяє на основі підрахунку слів, фотографій чи газетних шпальт, присвячених тому чи іншому кандидату в президенти, визначити його рейтинг в засобах масової інформації.

Контент-аналіз може бути змістовним та структурним. Змістовний контент-аналіз зосереджує увагу дослідника на змісті повідомлення, тоді як структурний – на кількості та особливості згадування контрольного терміну або імені в тексті повідомлення.

Основними завданнями контент-аналізу є.

- виявлення та оцінка характеристик тексту як ознак окремих сторін досліджуваного об'єкта;
- визначення причин або умов, що вплинули на відповідні особливості текстового повідомлення;
- оцінка ефекту впливу повідомлення на аудиторію, встановлення адресних точок такого впливу.

Даний вид аналізу застосовується при дослідженні різного роду публікацій політичного характеру [6, С. 34-37], опублікованих договорів, програм політичних партій, радіо і телепередач, що є складовими президентських кампаній. У даних матеріалах, так чи інакше, відбивається реальна дійсність, в тому числі політична, яка і піддається аналізу. Вважається, що за допомогою цього методу можна більш об'єктивно дослідити як саме відбуваються політичні явища і процеси.

Дослідження починається з аналізу текстів, в яких міститься інформація про зазначені явища і процеси. Перш за все виділяються відповідні смислові одиниці: певні відомості, кількісні показники, оцінки, поняття, що розкривають зміст того чи іншого політичного тексту і, таким чином, політичного явища, що він висвітлює. Оскільки оцінки, поняття виражаються певними термінами і характерними словосполученнями і містяться в тексті відомостей, вони також враховуються при контент-аналізі.

Таким чином, контент-аналіз починається з логічної, лінгвістичної та іншої формалізації досліджуваного тексту (в даному випадку тексту політичного змісту). Оскільки найчастіше досліджуються великі масиви інформації, часом досить складні, то виділяється безліч

сміслових одиниць та розробляється відповідний математичний апарат їх кількісного аналізу. Тим самим контент-аналіз є методом якісно-кількісного вивчення текстів з притаманними йому процедурами формалізації досліджуваного матеріалу [4, С. 111-112]. Виділені смислові одиниці піддаються відповідним математичним операціям. Наприклад, підраховується число згадувань тих чи інших смислових одиниць, які виступають в якості одиниць рахунку, а також число термінів, що їх виражають, словосполучень; кількість тексту, що відноситься до тієї чи іншої смислової одиниці, або витрачена на її згадування кількість часу радіо- або телевізійного мовлення. Отримані ж масиви інформації (нерідко досить великі) обробляються за допомогою сучасної обчислювальної техніки.

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

Контент-аналіз починається з виявлення:

- смислових одиниць¹, в якості яких використовують поняття, виражені в окремих термінах. Очевидно, що аналіз тексту за змістом понять несе немало важливої соціальної інформації. Наприклад, за частотою вживання понять, пов'язаних з діяльністю певного кандидата в президенти, можна визначити, якою мірою джерело інформації орієнтоване і залежне від даного політика;

- тем, виражених в цілих смислових абзацах, частинах текстів, статтях, радіопередачах і т.п. [5, С. 14-15] За тематикою можна ще більш повно представити зміст документа;

- імен історичних особистостей, політиків, видатних учених і діячів мистецтва, організаторів виробництва, лідерів рухів і партій, найменування суспільних інститутів, організацій та установ. Ці характеристики можуть свідчити про вплив окремих осіб або соціальних інститутів, що їх представляють, спільнот, груп на громадську думку. За кількістю посилань на окремих авторів визначають значущість тієї чи іншої політичної особи: якщо число посилань росте або падає, це свідчить про зростання або падіння авторитету даного політичного діяча. За частотою згадувань громадських рухів або їх лідерів легко зробити висновок про впливовість цих рухів;

- цілісної суспільної події, офіційного документа, факту, твору, випадку тощо, які несуть специфічне смислове навантаження і теж можуть бути прийняті за одиницю аналізу. Частота і тривалість (у часі) згадування суспільної події або державного рішення – свідчення його важливості для суспільства;

- смислу апеляцій до потенційного адресата – користувача рекламованої продукції, або громадянина як можливого прихильника кандидата в президенти. В політичній рекламі містяться апеляції до вікових когорт (наприклад, «молодь обирає ...»), соціальної верстви, що активують різні потреби особистості (здоров'я, соціальний статус), націлені на мотивацію уникнення небезпеки або досягнення успіху і т.д. У політичній рекламі, як правило, одиницями аналізу можуть виступати апеляції до певних цінностей (справедливості, розумності і добра), до моральних норм і прагнення облаштувати життя кращим чином і т.д.

Отже, смислові одиниці аналізу виділяються на основі змісту гіпотез дослідження, підказуються методологічними умовами програми [8, С. 286-289]. Одиниці ж підрахунку можуть і збігатися і не збігатися з одиницями аналізу. Контент-аналіз тексту може бути вельми

¹ Смисловими одиницями можуть бути поняття з області економіки: форми власності, приватизація, фінансова система, технічний прогрес, оптимізація управління та ін; терміни політичного змісту: правлячі кола і опозиція, імперіалізм чи націоналізм, авторитаризм, демократія, міжнародна співпраця, консенсус, конфлікт інтересів; моральні або правові символи: права людини, гуманізм, активність, ініціативність, ділова заповзятливість, порушення законності, злочинність, корупція; наукові: модель, система, космічний простір і т.п. (прим. автора).

різностороннім, причому одночасно використовуються декілька одиниць аналізу і кілька одиниць підрахунку.

Розглянемо, як, наприклад, фіксується зміст інформації щодо діяльності кандидата в президенти (за матеріалами центральних і місцевих газет):

- частота інформації визначається як частота згадування даного кандидата в президенти, зазначених в розділі «в», частота позитивних/негативних оцінок (розділ «г») і частота описово-оціночної інформації (розділ «д»);

- обсяг інформації фіксується двома одиницями: по числу рядків тексту і по питомій вазі інформації про даного кандидата в загальному обсязі газетного тексту;

- зміст повідомлень про цього політика-кандидата групується в таких, наприклад, смислових одиницях, як повідомлення, що стосуються його оцінок стану промисловості, сільського господарства, політичного і суспільного устрою, природних умов, побуту і звичаїв і т.п.;

- інформація визначається як «позитивна» і «негативна», «збалансована» і «нейтральна» щодо ставлення до кандидата в президенти, яка відповідно кодується як «+», «-», «±», «0»;

- тип і характер інформації: - фактографічна, що містить відомості, отримані з невизначеного джерела (джерело не вказується); - коментаторська, де є оцінка фактів, свідком яких був автор повідомлення та коментаторська, де є оцінки фактів, свідки яких не вказуються; - художньо-фактографічна: по типу нарисів, зарисовок «з натури» [1] за участю автора або із зазначенням джерела і художньо-фактографічна: по типу безадресних нарисів із згадкою подій, реальність яких сумнівна; - загальнотеоретична інформація іноземних авторів, що не містить посилань на конкретні факти; - аналогія попередньої – українських авторів; - абстрактно-художня: безадресні вірші, оповідання і т.п. іноземних авторів і та ж сама, але українських авторів.

Далі по кожному з цих пунктів розробляється докладна інструкція із зазначенням правил віднесення матеріалів в рубрику за індикаторами газетного тексту. Наприклад, при визначенні знака інформації інструкція вимагає від кодувальника визначати знак «не на основі власних вражень від тексту (тим більше не на основі звичних традиційних для засобів масової комунікації способів освітлення того або іншого питання), а виключно на основі видимим чином (і лексиці тексту) вираженого відношення комунікатора до проблеми [1, С. 62-63]. Надається інструкція з тематики і знаку інформації, наприклад, про позицію кандидата в президенти щодо питань державної мови в Україні. Кодувати «+» – виступає за збереження існуючого стану речей; кодувати «±» – займає в даних питаннях нейтральну позицію; кодувати «-» – створює обстановку суспільної напруги. Закодований по детальній інструкції текст заноситься в шифрований лист і далі піддається статистичній обробці, тобто настає фаза процедури підрахунку.

В загальному вигляді процедури підрахунку при контент-аналізі аналогічні стандартним прийомам класифікації за виділеними угрупованнями, ранжируванням і шкальними змінами. Наприклад, при вивченні тематики газети проводиться обчислення відсотків по згрупованим смисловим одиницям різного змісту. Можна зробити перехресну класифікацію (зміст висунутих ідей, кошти, запропоновані для їх здійснення, аргументи).

Таким чином, контент-аналіз, що застосовувався спочатку для вивчення ефективності масової пропаганди, став нині впливовим засобом аналізу всіляких офіційних і неофіційних документів, які мають місце в ході реалізації президентських виборчих кампаній в Україні. Контент-аналіз застосовують також у практиці вивчення листів, що надходять в різні організації та органи управління, в політології, соціальній психології та педагогіці [3, С. 361], в кримінології, мистецтвознавстві, етнографії і т.д. Вкрай трудомісткі процедури обробки даних контент-аналізу істотно полегшуються комп'ютерними програмами. Завдяки широкому застосуванню персональних комп'ютерів і введенню в їх пам'ять текстової інформації з'явилася можливість набагато інтенсивніше використовувати контент-аналіз відповідей респондентів на відкриті питання в анкетах.

Отже, можна зробити висновок, що контент-аналіз за своєю суттю є знаковим механізмом з точки зору визначення достовірних даних і значення його в процесі прийняття правильно-координуючих рішень обумовлює те, що політологічні дослідження широко використовують цю техніку при вивченні політичних документів, програм громадських рухів, відеозаписів масових зібрань, з'їздів, мітингів, які відображають всю багатоаспектність президентських виборчих кампаній в Україні. Адже, по суті, інформаційні матеріали президентських виборчих кампаній, є невичерпним джерелом документальної інформації та представляють фактично основну складову соціальних комунікацій, як універсального механізму соціального впливу.

Використана література

1. Барсамов В.А. Контент-анализ газетных материалов / В.А. Барсамов // СОЦИС : ежемес. науч. и обществ.-полит. журн. – 2006. – №2. – С. 62-64 .
2. Використання інтернет-ресурсів для контент-моніторингу передвиборних кампаній / А. Федорчук, Н. Танатар // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В.І. Вернадського. – 2008. – Вип. 21. – С. 227-236.
3. Иванов В.В. Муниципальное управление. Справочное пособие. / А.Н. Коробова – М. : Инфра-М , 2006. – 718 с.
4. Клупт М.А. Демографическая политика как предмет контент-анализа / М.А. Клупт // Социол.исслед. – 2003. – №12. – С. 108-117.
5. Козлова Н.Н. Методология анализа человеческих документов / Н.Н. Козлова // СОЦИС : ежемес. науч. и обществ.-полит. журн. – 2004. – № 1. – С. 14-26.
6. Мангейм Дж. Б. Политология: Методы исследования / Р.К. Рич. – М. : Издательство «Весь Мир». 1997. – 544 с.
7. Основы прикладной социологии: учебник для вузов / Под ред. Ф.Э. Шереги и М.К. Горшкова. – М. : Интерпракс, 1996. – 184 с.
8. Рой О. М. Исследования социально-экономических и политических процессов : Учебник для вузов. – СПб. : Питер, 2004. – 364 с.
9. Федорчук А.Г. Контент-мониторинг информационных потоков / А.Г. Федорчук // Б-ки нац. акад. наук: пробл. функционирования, тенденции развития. – К., 2005. – Вып. 3. – С. 141-150.
10. Хеллевик О. Социологический метод. – М. : Весь мир, 2002. – 192 с.
11. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности . – М. : Омега-Л, 2007. – 567 с.