

# КОНТЕНТ-АНАЛІЗ: між дослідженнями текстів і суспільства

Факультет соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка,  
консалтингова компанія «Центр контент-аналізу»,  
компанія «Linking Business with Information» та  
група компаній «NOKs fishes»

провели  
Всеукраїнську науково-практичну конференцію  
«Контент-аналіз: між дослідженнями текстів та суспільства»

## **Тематичні напрями роботи конференції:**

Методологія контент-аналітичних досліджень: від класики до модерну

Процедура контент-аналітичного дослідження.

Конструювання та обґрунтування вибірки в КА дослідженні.

Техніки у контент-аналітичних дослідженнях.

Контент-аналіз в академічному та бізнесовому середовищах (круглий стіл)

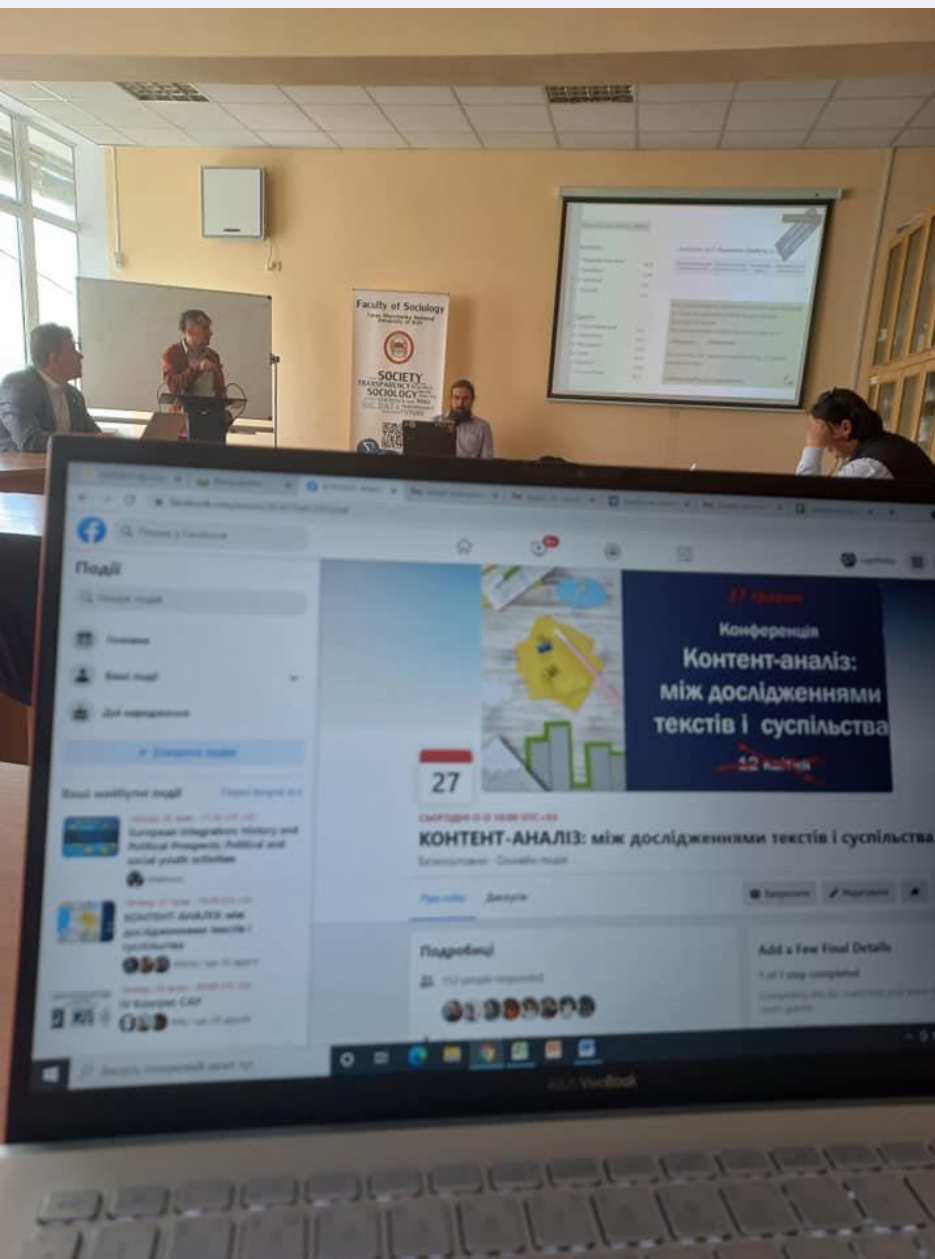
Конференція була проведена у змішаному форматі. Очна частина (за умов відсутності карантинних обмежень) проходитиме на факультеті соціології (м. Київ, просп. Академіка Глушкова 4-Д) і транслювалася за допомогою платформи Zoom для дистанційних учасників, які також матимуть змогу виступати з доповідями та брати участь в обговоренні.

Також передбачено трансляцію наживо на платформу *YouTube* для зареєстрованих слухачів, які не мали змогу виступати, але могли надсилати запитання модератору дискусії.

Відеозапис заходів конференції був розміщений у відкритому доступі через місяць після її проведення.

## **Концепція конференції**

Сьогодні суспільство недаремно визначається як «інформаційне», адже ми усі спостерігаємо та відчуваємо на собі надмірний обсяг інформації, її впливи. У наш час навіть пересічний споживач інформації стикається з такими поняттями і явищами, як фейки, постправа, інформаційні маніпуляції тощо. Тож не дивно, що дослідження інфопростору набули популярності. А часто вони стають необхідністю, адже, наприклад, через інформаційні впливи сайтів соцмереж відбувається трансформація політичних систем різних країн. У таких умовах надзвичайно важливим є усвідомити значущість інформаційних потоків як м'якої сили (згідно з Джозефом Найєм) та досліджувати їх, використовуючи коректну методологічну стратегію, обґрунтовані вибірки тощо.



Зі зростанням наповненості нашого простору інформацією відбувається й популяризація контент-аналізу як базового класичного методу в емпіричних дослідженнях документів в Україні. Він стає дедалі популярнішим як у сфері академічних, так і комерційних досліджень. Проте, зважаючи на мультипарадигмальність та мультидисциплінарність сучасних середовищ використання даного методу, назріла необхідність обговорення критеріїв оцінки якості таких досліджень. Особливо це стосується кількісної аналітики найрізноманітніших типів документів у широкому розумінні – від текстового коментаря до серіалу «НВО». Результати досліджень часто подаються в агрегованому вигляді (підсумкових частот, відсотків тощо). Вони виглядають переконливо, проте мало хто цікавиться, яким чином ці цифри були отримані, навіть якщо ця інформація відкрита. Закритість методик відбору та аналізу даних серед медіа-моніторингових компаній — ще одна проблема, яка потребує обговорення.

У сфері кількісних опитувань наразі вироблено достатньо критеріїв оцінки якості соціологічної інформації. Вони пропагуються через ЗМІ, обговорюються на конференціях, круглих столах, відкритих семінарах із методології. У публічному дискурсі «соціологія» стала синонімом «опитувань». Натомість наукових заходів сфокусованих на методології та практиці контент-аналітичних досліджень ще не проводилось. Наша конференція має на меті започаткувати такі обговорення у колі фахівців з контент-аналізу та поширити їх результати серед зацікавленої аудиторії. До участі запрошуються дослідники у сфері соціальних наук (соціологи, політологи, медіа-аналітики тощо), які фахово використовують контент-аналіз у своїй діяльності.

В межах конференції планується проведення круглого столу учасників емпіричних контент-аналітичних та медіа-моніторингових досліджень на тему «Контент-аналіз в академічному та бізнесовому середовищах».

## Об'єкти репрезентації



«Американська готика»  
Грант Вуд, 1930 р.



245 варіантів картини  
(прикладні зображення)

## Методологія

Аліса Гейко  
lesianeyko@gmail.com



Одиниці підрахунку: речення у яких присутні категорії аналізу

Вибірку джерел склали публікації сайту Міністерства охорони здоров'я (МОЗ) та його структурного підрозділу Центру громадського здоров'я (ЦГЗ) за пошуковим запитом "здорове харчування для дітей" та статті за темою "здорове харчування"

Також до аналізу були включені нормативно-правові документи на які були посилання у публікаціях Міністерства охорони здоров'я (МОЗ).

Загальний розмір вибірки склав 92 одиниці аналізу (70 статей з сайту Міністерства охорони здоров'я, 6 нормативно-правових документів та 17 статей з сайту Центру громадського здоров'я)





of Sociology  
shevchenko National  
University of Kyiv



**SOCIETY**  
EFFICIENCY  
**LOGY**  
STRENGTH  
MIND  
PROFESSIONALS  
FUTURE



ІНТЕР'АКТИВНО





### Чим і як живе студентство факультету?



Конференції, дискусійні клуби, конкурси та ігри, виступи, концерти, вечери, благодійні акції, тренінги, спортивні заходи та багато іншого.

