

- Розробка системи ефективного енергоощадного теплозабезпечення всіх районів міста, особливо віддалених. Реалізація через співпрацю інвестор + міська рада (ДПП). Залучення коштів інвестора через надання гарантії за допомогою укладання Договорів економічного сервісу. Необхідно розділити усі об'єкти на складові та доводити їх до енергоефективності (результат). Зменшення плати за послугу. Техніко-економічне обґрунтування.
- Модернізація системи освітлення (заміна ламп на енергоефективні - світлодіодні з встановленням датчиків руху, датчиків день-ніч, заміна приладів обліку електроенергії на двотарифні). Розділити цей захід на: модернізацію системи зовнішнього освітлення (МКУП "Міськвітло"); модернізацію та заміну внутрішньобудинкових мереж освітлення.
- Встановлення когенераційних установок для спалювання біогазу. Таке вже існує, потрібно розширяти як додатковий захід. Не є першочерговим. Запропоновано встановлення установок на біопаливі.

Однозначно позитив.

Отже, попри деякі недоліки, можна стверджувати, що "Концепція інтегрованого розвитку міста Вінниці 2030", дозволяє адекватно реагувати на виклики часу.

Список літератури:

1. Концепція інтегрованого розвитку міста Вінниці 2030. URL: https://www.vmr.gov.ua/SiteAssets/Lists/IntegratedUrbanDevelopment/Default/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%86%D1%96%D1%8F%20%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83%20%D0%92%D1%96%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%96%D1%8F%202030.pdf?fbclid=IwAR0EmTIsU_ACMc2-zuNgJIHbmU4VgQ4g1Z_5biT24cCVIyJkG_EXZPpHS4Q. Дата звернення: 24.04.2020.

УДК 32:303:327.8

*Попович Б. В. студент 3 курсу спеціальності 052 «Політологія»
Бондаренко С. В к.політ.н.,
доцент кафедри політології та державного управління*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВ У МЕДІАПРОСТОРІ

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

Анотація. Розглядаються методи дослідження інформаційного простору. Виокремлені категорії моніторингу та контент-аналізу. Визначені ключові

комп'ютерні програми для контент-аналізу. Виділені критерії для показників моніторингу.

Ключові слова: контент-аналіз, моніторинг, дискурс-аналіз.

Постійні зміни, що відбуваються в інформаційному просторі країн можуть нести негативний або позитивний характер для їх розвитку. Для розуміння впливів на країни важливо застосовувати сучасні, ефективні, вже апробовані іншими науками методи для аналізу.

Найбільш суттєві дослідження з даної тематики були проведені: К.П Боришполецем, Тоні ван Дейком, Т.В Семигіною, Н.К Кравченко, О.В Семотюком, О.М Степко, Л.В. Чирун, О.В Іванов.

Мета роботи: розкрити зміст аналізу дискурсу, контент-аналізу та моніторингу ЗМІ, як методів дослідження інформаційних впливів на держави. Аналіз дискурсу є одним із якісних конструктивістських методів аналізу та інтерпретації феноменів соціальної дійсності. Він дозволяє дослідити, як в соціумі виникають певні ідеї, які потім поширюються та утверджуються в суспільстві і сприяють суспільним змінам.

Аналіз дискурсу є не лише сукупністю дослідницьких технік, які уможливають добре структурований якісний аналіз тексту. Цей метод базується на кількох методологічних засадах, які дозволяють проаналізувати характер мови та ставлення певного політичного лідера до того, чи іншого явища [1, с.79].

Коли ми робимо дискурс-аналіз як соціальний аналіз, ми стаємо залучені в організацію контролю і влади, а дискурс в них є лише однією з небагатьох соціальних практик, які ще необхідно осмислити. Детальне дискурс дослідження складних владних структур має низку методологічних проблем пов'язаних з доступом до даних. Ми можемо аналізувати публічний випуск новин, наукову статтю чи підручник, програми політичних партій, але ми рідко можемо проаналізувати «вершини» взаємодії – кабінетні зустрічі, наради з редактором газети, збори лідерів політичних партій чи дискусії у правлячих колах бізнес-компанії [2, с.31-32].

Чим вищий статус дискурсу тим менше він афішується на публіці, а іноді це закріплено юридично, що можна спостерігати з «кабінетними» нарадами у керівників владних структур [2, с.31-32].

Контент-аналіз – є методикою дослідження, яка дозволяє аналізувати текстові масиви. Можна дослідити різні тексти включаючи листування політичного лідера, коментарі у соціальних мережах, статті у що дозволяє спрогнозувати його поведінку у різних ситуаціях. Його використовують і для аналізу публікацій у ЗМІ і газетах [3, с.333].

Існують різновиди контент-аналізу: кількісний і якісний, не спрямований і спрямований, фронтальний і рейдовий контент-аналіз.

Кількісний контент-аналіз передбачає аналіз частоти появи певних категорій, що характеризують цей текст з різних боків. В свою чергу, якісний контент-аналіз орієнтований на облік кількісних і якісних під рахункових категорій, які найефективніші у виявленні цілей суб'єкта при написанні тексту.

Не спрямований пошук ґрунтується на раніше створеній гіпотезі, що певні слова із тексту можна використати для надання характеристики всьому тексту. Вони можуть часто зустрічатися в тексті і нести прихований зміст, який дослідник не вказав у тексті. Якщо ці слова рівномірно розподілені по тексті і часто зустрічаються, то це може свідчити про те, що текст несе пропагандистський характер.

Спрямований кількісний контент-аналіз передбачає попереднє створення списку понять, що характеризують певну категорію в тексті. Ця методика не є такою популярною як інші і використовується як допоміжна для наступних етапів дослідження.

Фронтальний контент-аналіз орієнтований на складання подання про потік інформації, що аналізується протягом певного періоду часу і використовується для відслідковування динаміки того, чи іншого явища [4, с.169-170].

В умовах технічного прогресу було створено велику кількість програм для контент-аналізу. Серед них: MAX-QDA, ATLAS.TI, Йошікодер, Wordstat, Textenz, TextQest, Kwali-tan. Ці програми дозволяють робити якісний і кількісний контент-аналіз і аналізувати різні тексти, аудіо та відео фрагменти досить швидко і достовірно тому метод контент-аналізу є підходящим для аналізу онлайн-ЗМІ.

Ще одним важливим методом є моніторинг ЗМІ. Моніторинг – це метод, який дозволяє проаналізувати певні отримані дані за проміжок часу на предмет відповідності журналістським стандартам, наявності чи відсутності джінси, мови ворожнечі, чи маніпулювання у ЗМІ. Отримані дані можна візуалізувати через діаграми та графіки.

Прикладом позитивної оцінки обраного суб'єкта може бути наступне: суб'єкт А – дуже відомий член парламенту, людям подобається суб'єкт А, він є шанованим політиком. Прикладом негативної оцінки може бути наступне: Б – політик-невдаха, Б – нечесний політик. Якщо позитивна або негативна оцінка відсутня, то повідомлення розцінюється як нейтральне, наприклад, коли у ньому йдеться про таке: суб'єкт В – кандидат. Важливо також розуміти ситуацію і контекст при якому повідомлення несе позитивне чи негативне забарвлення. Суб'єкт А може бути правителем держави, який проведе важливий пакет реформ, що збільшують заробітню плату вчителів або лікарів, або запропонує певний закон, завдяки якому буде скорочений рівень безробіття. Це буде сприйматися більшою мірою позитивно у суспільстві. Нейтральним повідомлення буде коли в ньому переважно негативного або позитивного ставлення до лідера. Негативним повідомлення буде коли наш політичний лідер, який є суб'єктом дослідження висловить фразу яка викличе у суспільстві негативні для нього наслідки.

Під час проведення процедури моніторингу ЗМІ всі показники повинні відповідати двом критеріям - бути надійними та дійсними.

Надійність виявляється у тому, що показники повинні послідовно визначатись будь-яким спеціалістом з моніторингу. Це досягається, через вибір показників, які піддаються об'єктивній перевірці, а не є результатом

суб'єктивних думок чи вподобань спеціаліста з моніторингу. Показники часу повинні бути чітко об'єктивними, як і задані списки кодів, які визначають різні теми або різні категорії людей, які з'являються під час трансляцій.

Критерій дійсності дає змогу побачити, що обрані показники насправді показують те, що мають показувати. Показники повинні вибиратись для чіткої мети і не повинні тлумачитись таким чином, що показує більше, ніж є насправді [5, с. 4-5].

Практичний ефект від застосування методу контент-аналізу, моніторингу і дискурс-аналізу у інформаційній та зовнішньополітичній практиці полягає в одержанні ефективних засобів для аналізу інформаційного простору держав щодо тих чи інших нагальних питань висвітлення вирішення конфлікту на Донбасі, формування іміджу України у інформаційному просторі інших держав.

Список літератури

1. Семотюк О. В. Аналіз дискурсу vs. контент-аналіз: методично-методологічні відмінності і подібності / Орест Семотюк // Людина. Комп'ютер. Комунікація : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, Нац. ун-т "Львів. політехніка", Ін-т комп'ютер. наук та інформ. технологій, Каф. приклад. лінгвістики. — Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2015. 79-82 с. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/32510/1/19-79-82>.
2. Кравченко Н. К. Практическая дискурсология: школы, методы, методики современного дискурс-анализа // Научно-практическое пособие. - Луцьк: Волиньполіграф, 2012. – 200 с. URL: <http://discourse.com.ua/data/uploads/books/prakticheskaja-diskursologija>.
3. Чирун Л. В. Застосування контент-аналізу текстової інформації в системах електронної комерції / Л. В. Чирун, В. А. Висоцька // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2010. – № 689 : Інформаційні системи та мережі. 332–347 с. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/20212/1/35-332-347>.
4. Степко О. М. Методи аналізу при проведенні комунікативних кампаній / Олександр Михайлович Степко // Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія: економіка, право, політологія, туризм, 2011. 169-173 с. URL: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/IMV/article/viewFile/2957/2918>
5. Кузель Р. Методологія проведення моніторингу ЗМІ. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. URL: <https://rm.coe.int/168047688d>

УДК 32.323.324.342.8

*Швець К. А., студентка 1 курсу СО «Магістр» спеціальності 052 «Політологія»
Чальцева О. М., д.політ.н., доцент,
професор кафедри політології та державного управління*

ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ ПІД ЧАС ВИБОРЧОЇ ПРЕЗИДЕНТСЬКОЇ КАМΠΑНІЇ В УКРАЇНІ 2019

Донецький Національний Університет імені Василя Стуса