

ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ ДЛЯ ОБРОБКИ РЕСУРСІВ ВЕБ-МЕДІА

Колесник А.С., Хайрова Н.Ф.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

У сучасному суспільстві великий вплив на свідомість людей мають засоби соціальних медіа, які знаходяться із суспільством у постійній взаємодії. Це не тільки соціальний та культурний феномен, але і окремих суб'єкт суспільної думки, який має здатність впливати на точку зору та настрої окремих індивідів. Тобто сучасні ЗМІ є потужним засобом формування суспільної думки.

Для аналізу текстових даних, що представляються у вільному доступі через ресурси соціальних медіа найчастіше використовуються такий метод соціального аналізу змісту текстів як контент-аналіз.

Контент-аналіз – це особлива методика переведення у кількісні показники масової текстової інформації з наступним її статистичним опрацюванням. Він застосовується у тих випадках, коли виникає потреба в опрацюванні великих масивів документальних джерел і дає змогу зробити висновки про соціальні феномени не втручаючись у конкретну тематику. Суть методу найчастіше полягає в використанні методів Machine Learning для пошуку в текстах певних ознак з подальшим формуванням кількісних та якісних результатів аналізу великих обсягів текстової інформації. Його особливість полягає в тому, що він вивчає документи в їх соціальному контексті. Виходячи з цього необхідно щоб досліджуваній текстовий об'єкт відповідав двом основним принципам: принципу формалізації та принципу статистичної значущості. Вказаним принципам повністю відповідають повідомлення друку, радіо, телебачення, протоколи зборів, листи, накази, розпорядження і так далі, а також дані вільних інтерв'ю і відкриті питання анкет.

Тому для нашого дослідження ми за допомогою спеціально розробленого програмного забезпечення зібрали тексти з популярних сайтів новин англійською, казахською та російською мовами. Таким чином ми створили вибірку текстів, що дасть змогу проаналізувати:

- відображення у текстах Веб-медіа тієї чи іншої події в суспільстві, що є індикатором певних сторін суб'єкту, об'єкту, навколишньої дійсності, автора або адресата;
- різні характеристики мови повідомлення, властивих щодо його тексту (структура, жанр повідомлення, ритм і тон мови);
- можливість існування відповідної реакції суспільства, що існуватиме після тексту повідомлення, тобто після його сприйняття цільовою аудиторією.

Таким чином, технологія контент-аналізу, що розробляється у дослідженні, повинна дослідити новини, що освітлюються ЗМІ, ідеї котрі містять ці новини та оцінити їх вплив на думку суспільства.