

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ КАК МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ИНТЕРНЕТА

Ефимова Н. В.

*Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь,
e-mail: anchor5252@bk.ru*

Контент-анализ (content analysis) – метод качественно -количественного изучения содержания сообщений с целью получения достоверной информации о социальной реальности. Использование данного метода предполагает алгоритмизированное выделение в тексте определенных элементов содержания, их классификацию в соответствии с заранее разработанной схемой, последующий подсчет выделенных элементов содержания и количественное представление результатов.

С появлением и развитием Интернета контент-анализ стал смещаться в онлайн. В связи с тем, что инфраструктура социальных сетей и пользовательский контент рассматриваются исследователями как источник ценной и подробной информации, **готовой для анализа**, повышается актуальность «нереактивных» методов и процедур, к которым относятся, в частности, различные виды анализа онлайн документов (блогов, комментариев, сайтов, публикаций сетевых СМИ, периодических отчетов веб-аналитиков, электронных рассылок и т.д.). Однако существуют проблемы, связанные с адаптацией контент-анализа к специфике онлайн-контента. Одна из них – это проблема выборки (определение генеральной совокупности текстов, параметров репрезентативности, распределения оцениваемых параметров в генеральной совокупности). Важно определиться и с тем, есть ли технический доступ к выбранным единицам. На практике чаще всего исследователи онлайн-контента обращаются к направленной выборке, предварительно обосновав ее логически.

Список категорий анализа, которые используются для исследования онлайн-контента, включает как традиционные, хорошо известные и постоянно используемые в контент-анализе, так и новые, имеющие отношение только к интернету. К первым относятся такие категории, как: тема, информационный повод, тональность, описываемый субъект и др. К категориям второго рода – новым, не использовавшимся до появления интернета – можно отнести следующие: обсуждаемость постов (количество и характер комментариев); активные авторы; количество просмотров для видеохостинга; Friend list (количество друзей блогера, членов группы).