

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-10-74-105>
УДК 81'27

Матвійок Т.А., Перхач Р.Т.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПОРІВНЯЛЬНИЙ КОНТЕНТ-АНАЛІЗ ПЕРЕДВИБОРЧИХ ПРОГРАМ ЛІДЕРІВ ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ВИБОРІВ В УКРАЇНІ ТА США 2019-2020

Анотація. Ця стаття презентує та аналізує результати порівняльного контент-аналізу передвиборчих програм Порошенка Петра Олексійовича, Зеленського Володимира Олександровича, Джо Байдена та Елізабет Ворен як лідерів президентських виборів в Україні та США 2019–2020 року. Кількісний контент-аналіз здійснений в програмі MAXQDA має на меті з'ясувати, як кандидати використовують мову, щоб донести свої політичні повідомлення до суспільства та як ці повідомлення відрізняються. Порівняльне дослідження дозволяє зрозуміти, які теми є найбільш висвітленими в програмах українських та американських кандидатів, а також які теми висвітлюються лише або в українських або в американських програмах. На основі цього можна порівняти суспільно-політичні настрої в кожній з держав та проаналізувати інтереси та потреби громадян України та США.

Ключові слова: політична лінгвістика, передвиборчі програми, передвиборча кампанія, контент-аналіз.

Matviiook Tetiana, Perkhach Roksolana
Lviv Polytechnic National University

COMPARATIVE CONTENT-ANALYSIS OF POLITICAL PROGRAMS OF PRESIDENTIAL ELECTIONS LEADERS IN UKRAINE AND THE USA OF 2019-2020

Summary. This article aims to present and analyze the results of comparative content-analysis of political programs of Petro Poroshenko, Volodymyr Zelenskii, Joe Biden, and Elizabeth Warren as the leaders of presidential elections in Ukraine and the USA of 2019–2020. The quantitative content-analysis is conducted with the help of the MAXQDA software, and the purpose of it is to analyze the language that the candidates use to convey their political messages to their target audiences and the divergences between political messages. The comparative analysis allows to understand which topics and the most frequently discussed in the programs of Ukrainian and American candidates, as well as which topics are unique to either Ukrainian or American programs. Based on these findings, it will be possible to compare the social-political atmosphere in the two countries and to analyze the interests and needs of Ukrainian and American citizens. The article proves that the problems of democracy and economic equality are the most frequently discussed among all the candidates. While the Ukrainian candidates tend to pay the most attention to democracy and international unions, the American candidates discuss the economic equality and the impact of corporations and lobbyists the most often. Only the Ukrainian candidates talk about the problems of language and culture, decentralization, IT-industry development, road construction, real estate, and social payments. Meanwhile, only American candidates bring up the issues of gender and race equality, the opioid crisis, marijuana legalization, immigration, prison reform, gun control, student debt, and impeachment.

Keywords: political linguistics, political programs, election campaigns, content-analysis.

Постановка проблеми. Політична лінгвістика – це наука, що виникла на перетині політології і мовознавства та вивчає зв'язок між мовною комунікацією і соціально-політичними подіями в певній державі. Політичні програми як один із основних об'єктів вивчення політичної лінгвістики є обов'язковим елементом передвиборчих кампаній в демократичних країнах, зокрема в Україні та США. Мета політичних програм – чітко та однозначно заявити про політичні амбіції, плани та цінності певного кандидата чи партії. В США політичні програми називають маніфестами (Candidate Manifesto, Election Manifesto), хоча слово «програма» (Political Program) теж трапляється. Саме політичні програми найкраще відображають політичні проблеми, що в певний момент часу є найбільш актуальними на політичній арені та у суспільстві. Вивчення цих текстів дозволяє проаналізувати стан політичного розвитку суспільства та його ідеологічне спрямування. Одним із основних способів вивчення політичних програм є контент-аналіз.

Контент-аналіз передбачає об'єктивну кількісну оцінку якісних ознак мовного матеріалу із

подальшим статистичним опрацюванням результатів. Цей підхід дозволяє дослідити систематичні характеристики текстів, що відповідають меті певного дослідження [3, с. 4–5]. Контент-аналіз є інтерпретативним, ситуативним, рефлексивним, натуралістичним, індуктивним, гнучким та валідним методом [1, с. 269]. Перевагою контент-аналізу при дослідженні передвиборчих програм кандидатів у президенти є те, що суб'єктивна думка дослідника не впливає на об'єкт та результати дослідження, а отримані дані є надійними і можуть бути легко перевірені [2].

Отже, це дослідження має на меті здійснити порівняльний контент-аналіз передвиборчих програм лідерів президентських виборів в Україні та США 2019–2020 року, а саме Порошенка Петра Олексійовича та Зеленського Володимира Олександровича як двох кандидатів в Президенти України, що вийшли в другий тур виборів, і Джо Байдена та Елізабет Ворен як двох кандидатів в Президенти США, що мають найбільшу підтримку серед населення. Це дозволить з'ясувати схожості та відмінності між повідомленнями, які кандидати прагнуть донести,

визначити основний напрямок політики кожного з суб'єктів дослідження, а також скласти список базових понять, з якими виборці асоціюють певного кандидата. Крім того, контент-аналіз дозволяє зрозуміти, на яку цільову аудиторію орієнтується певний кандидат.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основними науковцями, що зробили внесок в розвиток контент-аналізу як лінгвістичного методу, є Макс Вебер, Гарольд Лассвел, Бернард Берельсон, Тамара Дрідзе, Данієль Вілкокс. Першим випадком застосування контент-аналізу вважають шведське дослідження у XVII столітті, коли теологи порівняли збірку релігійних гімнів «Пісні Сіону» з офіційними гімнами церкви [5, с. 169]. Першим американським дослідженням, де було застосовано контент-аналіз, стала робота Дж. Спіда «Чи дають зараз газети новини?» від 1893 року [4, с. 25]. За допомогою цього методу, дослідник з'ясував, що в нью-йоркських газетах присутня тенденція все менше уваги приділяти культурним новинам і все більше уваги приділяти пліткам та скандалам. Іншим важливим дослідженням є робота 1975 року американських дослідників, які вивчали відмінності в текстах популярних пісень написаних білими та чорношкірими виконавцями у період 1962–1973 [6, с. 10]. Серед німецьких дослідників, контент-аналіз застосовували В. Трогер та Р. Майнц, серед французів – В. Морен, Ж. Кейзер та А. Моль, серед англійців – Р. Вільямс та К. Сеймор-Ур. В українській контент-аналітичній сфері найбільше відзначились В. Іванов та Н. Костенко.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Порівняльне дослідження передвиборчих програм Порошенка Петра Олексійовича, Зеленського Володимира Олександровича, Джо Байдена та Елізабет Ворен раніше не проводилось. Таке дослідження є важливим та актуальним, адже на базі його результатів можна буде здійснити порівняльний аналіз основних понять та проблем, що є найбільш релевантними для української та американської суспільно-політичної ситуації. На основі цього можна зробити висновки про те, як відрізняються політичні дискурси цих двох держав.

Формулювання цілей статті. Мета цієї статті – описати результати порівняльного контент-аналізу офіційних передвиборчих програм лідерів президентських виборів, що відбулися в 2019 році в Україні та відбудуться в 2020 році в Сполучених Штатах. На основі цих результатів, стаття повинна з'ясувати різницю між основними повідомленнями кандидатів, між потребами та інтересами українського і американського суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для здійснення контент-аналізу, текст програм кожного з кандидатів було скопійовано з офіційних веб сторінок та перенесено в документ Microsoft Office Word. Чотири документи з програмами було підвантажено в програму для здійснення контент-аналізу MAXQDA, яка дозволяє зібрати, організувати, проаналізувати, проілюструвати та опублікувати дані. Оскільки об'єктом дослідження є політичні стратегії кандидатів у президенти, то фрейм кодування охоплює

різного роду політичні переконання та обіцянки, які можна сегментувати у різні види політики за об'єктом впливу та за сферами суспільного життя. Після сегментації було описано тематичну кодову систему, яка включала шістдесят різних кодів.

Після того, як усі чотири програми були закодовані, було проаналізовано відсоткове відношення кодів з тематичної системи в Україні та США (табл. 1).

Відповідно до результатів дослідження, питання війни є набагато більш гострим для України, ніж для США – 5% і до 1% відповідно. Натомість, дипломатія є більш актуальною для США, ніж для України, 8% та 1% відповідно.

Для України, поняття ЄС, НАТО та інших міжнародних союзів є набагато більш релевантним, ніж для США – 8% та 1% відповідно. Також питанню Росії в програмах України та США відводиться 5% та менше ніж 1% відповідно. Тема Китаю є представлена в США, хоча цей відсоток дуже низький – до 1%, але в програмах українських кандидатів цю тему не розкрито зовсім.

Питання екології розкрито в програмах обох країн, але в американських дещо більше, ніж в українських – 6% і 2% відповідно.

Помітні розбіжності можна спостерігати і в сфері економічної політики. Наприклад, аж 16% американських програм відведено на висвітлення питання корпорацій та лобістів, тоді як в українських програмах це питання не представлено зовсім. Натомість, лише українські кандидати згадують про IT-сектор, заробітчан, промисловість та енергетику (по 1%), пенсії та туризм (по 2%), а також тарифи та субсидії (3%). Цікаво, що подолання бідності висвітлене в програмах обох країн майже однаково – 5% в Україні та 4% в США, хоча рівень бідності в цих двох країнах різний.

Питання освіти та науки в загальному висвітлені і в програмах України (6%), і в програмах США (3%). Проблема студентського боргу є представлена лише в програмах американців (1%). Натомість, питання розвитку транспортної інфраструктури є присутнє лише в українських передвиборчих програмах (3%). Технологічний розвиток в цілому згадується в обох програмах, але для українських програм – це понад 5%, а для американських – менше 1%.

В сфері правової політики, існує велика відмінність щодо висвітлення проблеми судової системи – 9% в програмах Ворен та Байдена, 3% в програмах Зеленського та Порошенка. Питання тюремної реформи та контролю зброї висвітлені лише в програмах США (4% і 2% відповідно).

Що стосується соціальної політики, тут лише українці згадують про мову та культуру (1%). Натомість, лише для американців релевантними є проблеми опіоїдної кризи та легалізації марихуани (2% і до 1% відповідно).

Однак, найбільшою відмінністю є гуманітарна політика. Поняття класової рівності в США є більш актуальним, ніж в Україні – 19% та 4% відповідно. Поняття гендерної рівності, расової та міжетнічної рівності та імміграції є доволі частотними в програмах США – 4%, 7% та 4% відповідно, – але зовсім не представленими в програмах українських кандидатів.

Таблиця 1
Відсоткове відношення кодів з тематичної системи в Україні та США

Код	Україна	США	Всього
ЗОВНІШНЯ ПОЛІТИКА			
Армія та зовнішня безпека	5%	8%	7%
Війна	5%	0%	3%
Дипломатія	1%	8%	4%
ЄС, НАТО і інші міжнародні союзи	8%	1%	5%
Китай	–	0%	0%
Міжнародна торгівля	2%	2%	2%
Росія	5%	0%	2%
ВНУТРІШНЯ ПОЛІТИКА			
Гуманітарна політика			
Права людини	0%	2%	1%
Гендерна рівність	–	4%	2%
Класова рівність	4%	19%	12%
Імміграція	–	4%	2%
Расова та міжетнічна рівність	–	7%	4%
Демократична політика			
Громадянське суспільство	0%	–	0%
Демократія	7%	15%	11%
Депутатська недоторканість	3%	–	2%
Депутатська некомпетентність та кумівство	2%	–	1%
Децентралізація	2%	–	1%
Імпічмент	–	1%	1%
Корупція та зловживання владою	6%	6%	6%
Оновлення влади	3%	0%	2%
Свобода слова	0%	1%	1%
Екологічна політика			
Екологія	2%	6%	4%
Економічна політика			
Корпорації та лобісти	–	16%	8%
IT-сектор	1%	–	1%
Інвестиції	1%	0%	1%
Земля та сільське господарство	2%	4%	3%
Заробітчани	1%	–	1%
Податки	2%	5%	4%
Подолання бідності	5%	4%	4%
Пенсії	2%	–	1%
Заробітна плата	3%	2%	3%
Зайнятість	0%	1%	1%
Промисловість	1%	–	1%
Загальна економіка	5%	3%	4%
Енергетика	1%	–	0%
Бюджет	1%	0%	1%
Бізнес	5%	1%	3%
Ті	3%	–	1%
Туризм	0%	2%	1%
Нерухомість	2%	–	1%
Науково-технічна політика			
Освіта та наука	6%	3%	5%
Студентський борг	–	1%	1%
Транспортна інфраструктура	3%	–	2%
Технологічний розвиток	5%	0%	2%
Правова політика			
Тюремна реформа	–	4%	2%
Правоохоронна система	2%	2%	2%
Контроль зброї	–	2%	1%
Судова система	3%	9%	6%
Соціальна політика			
Мова і культура	1%	–	1%
Діти і молодь	3%	1%	2%
Охорона здоров'я	5%	5%	5%
Марихуана	–	0%	0%
Опіоїдна криза	–	2%	1%
Відсоток не закодованого тексту	9%	4%	6%
Відсоток закодованого тексту	91%	96%	94%
Кількість символів в тексті	28 354	31 813	60 167

Висновки з даного дослідження. Таким чином, контент-аналіз є важливим інструментом для аналізу політичного матеріалу, адже він дозволяє квантифікувати великі масиви тексту та оцінити певні характеристики, обрані згідно з метою дослідження. Більш того, цей метод дозволяє з'ясувати не лише експліцитне повідомлення, а і те, що написано «між рядків». Він є вагомим інструментом для визначення ідеологічної спрямованості певного кандидата, оцінки політичного настрою суспільства, та окреслення основних проблем, що є найбільш актуальними для населення певної країни у певний період часу.

Найбільш часто згадуваними проблемами є демократія та класова рівність. Українські кандидати найбільш часто говорять про демократію (Зеленський) та про ЄС, НАТО і інші міжнародні союзи (Порошенко). Обидва американські кандидати найбільше говорять про класову рівність

та про вплив корпорацій і лобістів. Лише в Україні кандидати згадують про мову і культуру, громадянське суспільство, депутатську недоторканність, некомпетентність і кумівство, децентралізацію, розвиток IT-сектору, промисловості, транспортної інфраструктури та ринку нерухомості, заробітчан, пенсії, тарифи, субсидії та інші соціальні виплати. Натомість, лише американські кандидати говорять про гендерну та расову рівність, опіюїдну кризу та легалізацію марихуани, Китай, імміграцію, тюремну реформу та контроль зброї, студентський борг і імпічмент.

В подальшому, коли вибори в США відбудуться, якщо на основі результатів даного дослідження з'ясувати різницю між політичними посланнями кандидатів у президенти, що перемогли, і їх суперників, що програли, то можна з'ясувати, які проблеми чи поняття є найбільш актуальними для населення України та США в 2019–2020 році.

Список літератури:

1. Benoit W. Content Analysis in Political Communication. *Sourcebook for Political Communication Research: Methods, Measures, and Analytical Techniques*. Abingdon. United Kingdom : Routledge, 2014. 268–279 p.
2. Krippendorff K. Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. 2nd ed. Thousand Oaks, CA : SAGE Publications, 2004. 412 p.
3. Neuendorf K.A., Kumar A. Content Analysis. *The International Encyclopedia of Political Communication* / ed. by Gianpietro Mazzoleni. Hoboken, NJ : John Wiley & Sons, Inc., 2015.
4. Костенко Н., Батаєва К., Іванова В. Сучасні методики контент-аналізу. Київ : Кондор, 2018. 369 с.
5. Степко О.М. Методи аналізу при проведенні комунікативних кампаній. *Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ*. 2010. Вип. 1.
6. Weber R.P. Basic Content Analysis. 2nd ed. Thousand Oaks, CA : SAGE Publications, 1990. 97 p.

References:

1. Benoit, W. (2014). Content Analysis in Political Communication. In *Sourcebook for Political Communication Research: Methods, Measures, and Analytical Techniques*. Abingdon. United Kingdom : Routledge.
2. Kostenko, N., Bataieva, K., & Ivanova, V. (2018). *Suchasni metodyky content-analizu*. Kyiv : Kondor.
3. Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2nd ed.). Thousand Oaks : SAGE Publications, Inc.
4. Neuendorf, K., & Kumar, A. (2015). Content Analysis. In G. Mazzoleni, *The International Encyclopedia of Political Communication*. Hoboken, NJ : John Wiley & Sons, Inc.
5. Stepko, O. (2010). Metody analizu pry provedenni komunikatyvnych kampanii. *Naukovii Visnyk Instytutu Mizhnarodnykh Vidnosyn NAU*, no. 1.
6. Weber, R. (1990). *Basic content analysis* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA : SAGE Publications.