

Тематичний аналіз матеріалів «Дзеркала тижня» про університет: соціальнокомунікаційний підхід

А. В. Волик

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики, м. Київ, Україна
Corresponding author. E-mail: alina_mav@ukr.net

Paper received 30.11.20; Accepted for publication 12.11.20.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-243VIII43-13>

Анотація. У статті коротко окреслено сутність соціальнокомунікаційного підходу та методи досліджень, які у ньому використовуються, визначено маркери, які розкривають тематику журналістських матеріалів про університет, методом контент-аналізу визначено загальну кількість цих маркерів на сторінках видання і, як висновок, – сформовано тематичні групи матеріалів про університет тижневика «Дзеркало тижня». Визначено, що найчастотнішими темами статей про університет є автономія ВНЗ, реформування вищої освіти та зовнішнє незалежне оцінювання.

Ключові слова: університет, соціальні комунікації, соціальнокомунікаційний підхід, методологія досліджень, контент-аналіз.

Вступ. Інтернет стрімко увійшов у наше повсякдення й зумовив появу великої кількості онлайн-видань, які насичують свої віртуальні сторінки оперативною інформацією й працюють в режимі нон-стоп. Не зважаючи на стрімкий розвиток електронних ЗМІ, традиційні медіа не втратили актуальності й продовжують бути складником українського інформаційного простору. Друковані видання масово створюють онлайн-версії, ведуть стрічку новин, регулярно наповнюють свої сторінки в соцмережах, навіть розроблюють офлайн додатки для смартфонів. Серед друкованих видань, які пристосувалися до нових тенденцій інформаційного світу, – суспільно-політичний тижневик «Дзеркало тижня».

Дослідження Інституту масової інформації показують, що в 2017-2019 роках тижневик «Дзеркало тижня» займає 1-3 позиції у рейтингу дотримання професійних стандартів в онлайн і друкованих медіа, тобто є одним із лідерів серед українських ЗМІ [1]. Матеріали освітньої та наукової тематики відокремлені однією рубрикою, містяться майже в кожному випуску й висвітлюють нагальні, соціально значущі проблеми української освіти, зокрема вищої школи. Це дослідження може стати частиною більш ґрунтовної роботи на тему образу університету в медіа, роль ЗМІ у формуванні образу університету в майбутніх абітурієнтів та студентів, у глобальній перспективі бути джерельною базою для створення практичного механізму формування образу вищих освітніх інституцій у суспільстві.

Мета дослідження. Через призму соціальних комунікацій провести тематичний аналіз освітніх матеріалів тижневика «Дзеркало тижня» на прикладі матеріалів про університет. Відповідно до мети поставлено такі завдання:

- окреслити сутність соціальнокомунікаційного підходу;
- методом контент-аналізу підрахувати відсоток матеріалів, які характеризують університет;
- визначити тематику освітніх матеріалів про університет.

Матеріали й методи. У статті використано такі загальнонаукові методи як порівняльно-історичний, описовий, класифікаційний, а також спеціальний метод соціальних комунікацій – контент-аналіз. Джерель-

ною базою дослідження є матеріали тижневика «Дзеркало тижня» про університет за 2017-2019 роки. Загальна кількість проаналізованих випусків – 100.

Короткий огляд публікацій по темі. У 2007 році соціальні комунікації відділилися від філології й стали окремою наукою. Становлення нової науки зумовило появу великої кількості запитань та проблем, найважливіше з них – «яким чином проводити дослідження, щоб вони були саме соціальнокомунікаційними, а не, до прикладу, філологічними?» [9]. Методологічним підходом до вивчення явищ, процесів, функцій соціальних комунікацій є соціальнокомунікаційний підхід. Сміслом цього нового для науки підходу є фіксація, моніторинг, опис, аналіз та інтерпретація даних у системі понять соціальнокомунікаційного інжинірингу, а точніше – з точки зору того, чи здійснює об'єкт дослідження на соціум той вплив, який технологічно закладався, і як соціум відреагував на об'єкт впливу [9].

Соціальнокомунікаційний підхід у науці висуває вимогу щодо опису соціальнокомунікаційних методів досліджень. Це мають бути, у першу чергу, загальнонаукові методи, пристосовані до умов нової наукової галузі, так і спеціальні методи. Важливим спеціальним соціальнокомунікаційним методом є контент-аналіз, який вживається для «дослідження продуктів масового спілкування та розуміння того, які знання та конотації закладаються авторами в інформаційні продукти і яких результатів впливу на масову аудиторію можна очікувати» [8].

Контент-аналіз — це якісно-кількісний метод вивчення документів, який характеризується об'єктивністю висновків і строгістю процедури та полягає у квантифікаційній обробці тексту з подальшою інтерпретацією результатів. Предметом контент-аналізу можуть бути як проблеми соціальної дійсності, що висловлюються чи, навпаки, приховуються в документах, так і внутрішні закономірності самого об'єкта дослідження [4], [6, с. 4].

Головний теоретик контент-аналізу Г. Лассуелл вважав, що основний принцип контент-аналізу – розчленувати, певним чином анатомувати суцільний масив тексту так, щоб найдрібніша одиниця аналізу несли в собі властивості цілого, і на підставі переваги тих чи інших стверджень виявити тенденції розвитку

[2, с.113]. Одним із найважливіших етапів контент-аналізу є постановка вибірки. Зважаючи на те, що в багатьох випадках досліджувана сукупність документів є настільки великою, що не можна вивчати її всю, постає проблема вибору з цієї сукупності представників, аналіз яких дав би уявлення про всю сукупність документів [7, с. 14]. Для якісно-кількісного контент-аналізу також необхідно чітко визначити часові рамки дослідження та довести їхню репрезентативність для конкретного дослідження.

Попри прогностичний характер контент-аналізу цей метод є базовим спеціальним соціальнокомунікаційним методом у дослідженні інформаційного контенту. Ми використали цей метод, щоб визначити частоту використання маркерів, які позначають університет. Вибірка нашого дослідження – репрезентативна та випадкова, частота перегляду газети – щотижня, тобто кожен випуск. Часові рамки дослідження – 2017-2019 роки.

Щоб об'єктивно визначити кількість згадувань про університет, ми використали шість маркерів, які його характеризують: «університет», «інститут», «виш», «ВНЗ», «вуз» та «ЗВО», а також обрали для дослідження рубрики «Освіта» та «Наука» «Дзеркала тижня». Окреслимо основні лексичні відмінності понять «університет»/«інститут» і «виш»/«вуз».

Найголовнішою відмінністю між «університетом» та «інститутом» є те, що підготовка фахівців в університеті ведеться за різними профілями й об'єднує навчальні програми в різних областях знань, тоді як інституту досить здійснювати підготовку фахівців однієї спрямованості. Об'єктом нашого дослідження є університет та інститут як заклади, що надають освітні послуги.

Український мовознавець О. Пономарів говорить про походження аббревіатури «вуз» як про «вищий учбовий заклад, російський еквівалент аббревіатури виш», а «виш» – «скорочення слів «вища школа», бо школа буває початкова, середня й вища» [5]. У часи зближення мов виш замінено на російське слово вуз. Тепер виш посів належне йому місце в лексичному складі української мови» [5]. Аналогічної думки щодо етимології понять «виш» та «вуз» притримуються українські науковці М. Гуць, Я. Чорненький та С. Шевчук, які вважають, що аббревіатура «вуз» є ненормативною та утворилася внаслідок тривалої взаємодії української та російської мов, правильними аббревіатурами є «ВНЗ» або «виш» [3, с. 47], [10, с. 136], [11, с. 159]. Попри те, що етимологія слів є справою лінгвістики й не входить в сферу дослідження соціальних комунікацій, встановлення походження цих понять є важливим для чіткого розуміння тематики матеріалів про університет у журналістських текстах.

Результати та обговорення. Загальна кількість статей у тижневику за 2017-2019 роки – 3700, із них статей, які формують тематичні групи про університет, – 112. Тож, кожного місяця у «Дзеркалі тижня» виходило 6 матеріалів про університет, а кожного випуску – 1,5 матеріала. Зважаючи на те, що середня кількість матеріалів в одному випуску 37, а рубрик – 8-13, можна зробити висновок, що тематика вищої освіти не є центральною у виданні.

Методом контент-аналізу ми також підраховали кількість уживаних маркерів у матеріалах тижневіка «Дзеркало тижня» про університет за обраний період: «університет» – 412, «інститут» – 372, «ВНЗ» – 91, «виш» – 123, «вуз» – 39, «ЗВО» – 27. Підсумовуючи кількість маркерів загалом – 1064. За допомогою простих математичних підрахунків ми визначили, що середня кількість маркерів тематичних груп про університет за один випуск, округливши до цілого числа, – 10.

Проаналізувавши числову статистику, звернемо увагу й на лексичну складову вживання маркерів тематики про університет.

Смисловим прикладом вживання понять «університет» та «інститут» на сторінках тижневіка є цитата із статті Лідії Суржик «(Не) прохідні»: «Коли мені сказали, що директор *Інституту* літератури (і академік-секретар відділення!) розіслав до всіх ректорів *університетів* офіційного листа з проханням підтримати на вчених радах кандидатуру М. Сулими (заступника директора інституту. – Л.С.), я просто не могла в це повірити, бо ж це прямий тиск і використання адміністративної влади». («(Не) прохідні», Лідія Суржик, №10, 2018). Тобто «інститут» – вузькопрофільний навчальний заклад, який займається радше науковою, ніж освітньою діяльністю й готує фахівців за одним напрямом, тоді як «університет» – багатoproфільний, різноплановий освітній заклад, який може об'єднувати кілька інститутів. До прикладу, «Кампанія про роль освіти для майбутнього, про престижність професійної освіти, про свідомий вибір *університету* і необхідність планування кар'єри» («Виховати спікерів, підтримати агентів і знайти бюджет на ТБ-рекламу», Оксана Онищенко, №43-44, 2017), «Нещодавно мені трапилося на очі інформація з журналу *Bostonia* (вересень 2017 р.), який випускає Бостонський *університет* (США). Там повідомлялося, що один з випускників цього *університету* (а нині, напевно, свідомий бізнесмен) Rajen Kilachand виділив університету 115 млн дол...» («Кому вигідна дискредитація НАНУ», Володимир Стрелко, №7, 2018), «У Київському державному педагогічному *інституті* Віра Миколаївна здобула професію тифлопедагог, вчитель шкіл сліпих і слабозорих» («Світ левеняти», Марина Пахомова, №11, 2018).

Ще одним значенням поняття «інститут» на сторінках видання є сукупність осіб, установ, які забезпечені певними матеріальними засобами й здійснюють конкретну соціальну функцію [12]. Яскравим прикладом вживання є цитати «...насправді, якщо довіри до спецрад немає, то єдиний вихід – ліквідувати їх як *інститут*» («Учені ступені без спецрад», Яків Хазан, №2, 2018), «*університет* як самостійна інституція має право на автономію» («Дорожня карта реформування вищої освіти України», Сергій Квіт, №10, 2018).

Щодо ролі вживання аббревіатур «виш», «вуз» та «ВНЗ», робимо висновок, що ці поняття є синонімічними й не мають жодного лексичного відтінку стосовно одне одного, але відрізняються порівняно з «університетом» та «інститутом». Проаналізувавши матеріали освітньої та наукової тематики тижневіка з'ясуємо, що «виш» несе в собі просторічну складову та використовується в матеріалах, що будуть цікаві

майбутнім абітурієнтам, студентству, і зменшує смислове навантаження тексту, наприклад, «Здається, у вступній кампанії все просто: склав ЗНО, приніс сертифікати до *вишу*, там тобі порахували конкурсний бал, і – вперед, іди змагайся з конкурентами» («Як зробити вступну кампанію ефективнішою», Оксана Онищенко, №20, 2017), «...школи й *виши* продукуватимуть не знання, а атестати й дипломи, а батьки платитимуть хабарі за «вступ» до *вишів* дітей» («Куди прямує система атестації наукових кадрів», Євген Ніколаєв, №6, 2018), «Додамо до цього впевнене зростання кількості випускників наших шкіл, що вступають до іноземних *вишів*» («Необдуманість чи зрада?»), Мирослав Бондар, №12, 2018).

Поняття «ВНЗ» є простим скороченням терміну «вищий навчальний заклад» й використовується з метою спрощення журналістського тексту та економії місця на газетній шпальті. «Законом визначається, скільки в складі агенції має бути представників від державних і недержавних *ВНЗ*, від академій наук, роботодавців. І ми вважаємо, що, приміром, державні *ВНЗ* делегують своїх штатних працівників – професорів, доцентів. Але насправді *ВНЗ* можуть висувати кого завгодно, бо законом цього не заборонено («Чотири мільярди на плагіат», Лідія Суржик, №20, 2017), «...ми звернулися до 20 експертів з питань вищої освіти, які працюють у провідних вищих навчальних закладах (*ВНЗ*), у т.ч. зарубіжних» («Дорожня карта реформування вищої освіти України», Сергій Квіт, №10, 2018).

Однак, аналізуючи освітні матеріали видання, ми помітили, що «ВНЗ» часто вживається в негативному контексті, тобто разом із тими словами, які є маркерами відсутності чогось, негативних аспектів реформування вищої освіти, фінансових утисків та іншого. «*Натомість значна кількість ВНЗ досі ухляється* навіть від обов'язкової українськомовності свого академічного життя на користь іншої іноземної, а саме російської мови» («Реформування вищої освіти в Україні», Сергій Квіт, №37, 2017), «За новою редакцією, серед суб'єктів, які делегуватимуть своїх представників до конкурсної комісії, *немає жодного ВНЗ*. Тобто жоден університет України не буде представлений у конкурсній комісії» («Монстра не стало. Хай живе МОНстр!»), Лідія Суржик, №34, 2017), «Тоді впродовж двох років до всіх пунктів тестування спрямовували представників приймальних комісій *ВНЗ з інших регіонів, однак результати не покращилися*» («Тести ЗНО з усіх предметів були оптимальної складності, складною була лише фізика», Оксана Онищенко, №30-31, 2017).

На сторінках «Дзеркала тижня» ми виявили ще одну аббревіатуру, яка є рідковживаною в українських медіа, – ЗВО, тобто заклад вищої освіти. Відмітимо, що аббревіатура ЗВО є спільною назвою для університетів, інститутів, коледжів і використовується в матеріалах про вищу освіту, у яких йдеться про її загальні тенденції. До прикладу, «Наголошується на тому, що державні, приватні й комунальні *ЗВО* повинні мати рівні права та обов'язки», «...це також вказує на істотне падіння якості й вимогливості в багатьох вітчизняних *ЗВО*», «Причому ми не знаємо достеменно, з якою кількістю *ЗВО* маємо справу» («Дорожня карта

реформування вищої освіти України», Сергій Квіт, №10, 2018»). Про відтінок узагальнення в понятті «ЗВО» говорять прикметник «багато», іменник «кількість», однорідні прикметники та перелічувальна інтонація. Ми знайшли цю аббревіатуру тільки в одній статті, однак використана вона була 15 разів. Тож, зробимо висновок, що скорочення ЗВО використовується як узагальнююче поняття для окреслення закладів вищої освіти та вживається в тексті з метою уникнення повторів і смислового перевантаження журналістського матеріалу.

Крім частоти вживання маркерів поняття університету в журналістських текстах, для соціальних комунікацій є важливим і тематичне спрямування матеріалів, у нашому випадку, освітньої тематики. Проаналізувавши ці журналістські тексти, було виокремлено дві центральні теми рубрики «Освіти» та «Науки» в тижневику – реформування вищої освіти та автономія університетів. Крім названих тем, ми виділили ще такі: реформування та проходження зовнішнього незалежного оцінювання (ЗНО), міжнародне співробітництво в галузі освіти та науки, державне фінансування наукової та освітньої діяльності, кадрові проблеми в закладах вищої освіти, проблема знецінення вищої освіти в Україні, якість вищої освіти в Україні, атестація наукових кадрів та система здобуття наукових ступенів.

Опишемо кожну тематичну групу цитатами з матеріалів тижневика «Дзеркало тижня».

1. Автономія університету:

«Започаткована реформа вибудована довкола ідеї розширення *автономії університетів*» («Реформа медичної освіти – це критично важливо», Інна Совсун, Олександр Лінчевський, №16, 2018), «Університети фактично отримали *автономію* у створенні спецрад для захисту дисертацій» («Позбутися ролі контролера», Андрій Шевцов, №5, 2018), «Українські державні університети...не мають можливості перебрати на себе відповідальність за власну якість, що передбачає *університетська автономія*» («Олег Шаров: „При вступі буде більше математики, фізики, хімії та іноземної мови“»), Оксана Онищенко, №39, 2017);

2. Реформування вищої освіти:

«Багато розмов ведеться про *інтеграцію університетської науки з академічною, з освітою*. Але для того, щоб наука поселилася в університетах, потрібно, крім іншого, звільнити науковців від надмірного викладацького навантаження» («Джордж Гамота: „Насамперед потрібно визначитися з інфраструктурою науки в Україні“»), Лідія Суржик, №15, 2018), «Закон „Про вищу освіту“ закладає передумови для таких змін...що означає ліквідацію кількох етапів розгляду дисертації» («Куди прямує система атестації наукових кадрів?», Євген Ніколаєв, №6, 2018), «Чому релігійні організації в Україні масово відкривають загальноосвітні школи та університети?» («Новації чи профанації?»), Валерій Мазур, №42, 2017), «*Адже розвиток системи вищої освіти – це насамперед реформування самих університетів*. Вітчизняні ВНЗ поки що не можуть посідати лідерські позиції в глобальних університетських рейтингах» («Реформування вищої освіти в Україні», Сергій Квіт, №37, 2017), «*А вони не*

мени реформаторські й передбачають серйозні тектонічні процеси та колізії на розлогому материкі нашої вищої школи» («Монстра не стало. Хай живе МОНстр!»), Лідія Суржик, №34, 2017);

3. Реформування та проходження зовнішнього незалежного оцінювання (ЗНО):

«Близько 280 тис. осіб зголосилися нинішнього року випробувати свої сили та пройти державну підсумкову атестацію, аби потрапити до омріяного ВНЗ» («Проходження ЗНО-2018: обізнаний – отже, озброєний»), Наталя Ковалко, №13, 2018), «Цього року, на відміну від попереднього, Міністерство освіти і науки чітко вказало вишам, *сертифікати ЗНО* з яких предметів потрібно вимагати від абітурієнта при вступі на кожну спеціальність» («Олег Шаров: „При вступі буде більше математики, фізики, хімії та іноземної мови“»), Оксана Онищенко, №39, 2017);

4. Міжнародне співробітництво в галузі освіти та науки:

«...здобувала університетську освіту і робила перші кроки в науці у Києві, а стала відомим у своєму науковому напрямі *вченим у Швеції*» («Лариса Густавсон: „Наука – це інтернаціональне середовище. Не важливо, звідки ти, важливо, що ти робиш“»), Ірина Ніколайчук, №3, 2018);

5. Державне фінансування наукової та освітньої діяльності:

«Люди змушені з власної кишені витратити гроші на поїздки або ж їздити у відраження за рахунок університету чи наукової установи» («Джордж Гамота: «Насамперед потрібно визначитися з інфраструктурою науки в Україні», Лідія Сужик, №15, 2018), «Вишівський стиль проведення наукових досліджень має низку негативних аспектів. Найпоширеніший серед них — підміна оригінальних наукових досліджень методичними роботами» («Яку науку має фінансувати держава?»), Володимир Єрмаков, №3, 2018);

6. Кадрові проблеми в закладах вищої освіти:

«Основною причиною *відпливу з наукових установ* є низький рівень оплати праці» («Руйнація української науки як наслідок кланово-олігархічного ладу», Тетяна Богдан, №13, 2018), «В НАН є кілька моновідділень. Фактично це відділення, представлені одним інститутом (так склалося історично) — інформатики; ядерної фізики і енергетики та ін., які „грають“ від імені свого інституту, і на виборах проходять насамперед „свої“» («Не)прохідні», Лідія Сужик, №10);

7. Проблема знецінення вищої освіти в Україні

«Якщо в країні не функціонує економіка й немає попиту на освіту, а є тільки попит на документ про неї, то школи й виші продукуватимуть не знання, а атестати й дипломи, а батьки платитимуть хабарі за

„вступ“ до вишів дітей, які ні за своїми знаннями, ні за своїми здібностями не в змозі навчатися в університеті» («А чи потрібна така спецрада?», Яків Хазан, №6, 2018), «У нас слабкі абітурієнти, слабкі медичні університети і слабкий викладацький склад» («Компромісів не буде», Оксана Онищенко, №27);

8. Якість вищої освіти в Україні:

«Що ж буде, коли окремі університети покажуть погані результати? Формально, за *якість освіти в університеті* відповідає ректор, що записано у його/її контракті, невиконання якого є підставою для звільнення», «Але це за умови, що впродовж певного часу *якість національних іспитів підвищиться* і зникнуть відмінності в результатах національних та міжнародних іспитів» («Реформа медичної освіти — це критично важливо», Інна Совсун, Олександр Лінчевський, №16, 2018);

9. Атестація наукових кадрів та система здобуття наукових ступенів:

«Учені ступені без спецрад», («Як поліпшити якість дисертацій, що захищаються», Яків Хазан, №2, 2018), «*Академічна недоброчесність*, очевидно, буйно квітне й на етапах, які передують засіданням атестаційних колегій. Адже, перш ніж дисертація потрапить на затвердження в МОН, її результати публікуються в наукових журналах, дисертаційні роботи розглядаються в експертних радах» («Атестаційна трагікомедія», Лідія Суржик, №1, 2018), «Хоч як це прикро, *неподобства з присудженням наукових ступенів псевдовченим* відбуваються майже на кожній колегії МОН» («Про „мертві душі“ та липові дисертації», Світлана Арбузова, №1, 2018).

Висновок. Проаналізувавши матеріали видання «Дзеркало тижня», ми визначили загальну кількість статей, які характеризують університет, та окреслили тематичне спрямування журналістських текстів. Було виявлено, що статей, у яких розкривається тематика університету за обраний період – 112 або півтори статті у кожному випуску. Тобто тематика вищої освіти не є провідною в тижневику.

Крім того, було окреслено тематичні групи матеріалів про університет, виділено дев'ять основних напрямків: автономія університету, реформування вищої освіти, реформування та проходження зовнішнього незалежного оцінювання (ЗНО), міжнародне співробітництво в галузі освіти та науки, державне фінансування наукової та освітньої діяльності, кадрові проблеми в закладах вищої освіти, проблема знецінення вищої освіти в Україні, якість вищої освіти в Україні, атестація наукових кадрів та система здобуття наукових ступенів. При цьому основними темами залишається автономія університету та реформування вищої освіти.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дослідження професійних стандартів. Інститут масової інформації. – Доступ [26/04/19]. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/doslidzhennya-profesijnyh-standartiv>.
2. Lasswell, H. (1927). *Propaganda Technique in the World War*. N.Y.: Peter Smith.
3. Гуць М. В. Українська мова в професійному спілкуванні: підручник / М. В. Гуць, І. Г. Олійник. – К.: Міжнародна агенція «BeeZone», 2004. – 336 с.
4. Іванов В. Ф. Формалізовані методи вивчення мас-медіа / Електронна бібліотека Інституту журналістики. – 2014. – Доступ [26/04/19]. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1283>.
5. Пономарів О. Д. Слова «учбовий» немає в українській мові / Блог професора Пономарева BBC. – 2010. – Доступ [26/04/19]. URL: <http://www.bbc.co.uk/blogs/ukrainian/ponomarov/2010/08>.

6. Різун В. В. Історія досліджень медіавпливів / В. В. Різун, В. Ф. Іванов // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. – 2013. – Вип. 1(20): Журналістика. – С. 4-6.
7. Різун В. В. Методи наукових досліджень у журналістико-знавстві: навч. посібник. – 2-е вид., перероб. і доп. / В. В. Різун, Т. В. Скотникова. – К.: Преса України, 2008. – 144 с.
8. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій / В. В. Різун // Світ соціальних комунікацій. – 2011. – Т. 2. – С.7-11.
9. Різун В. В. Соціальнокомунікаційний підхід у науці та галузі соціальної інженерії / Електронна бібліотека Інституту журналістики. – 2014. – Доступ [26/04/19]. URL: http://journalib.univ.kiev.ua/Socialniy_pidhid. Pdf.
10. Чорненко Я. Я. Ділова українська мова: підручник / Я. Я. Чорненко. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 304 с.
11. Шевчук С. В. Українська мова за професійним спрямуванням: підручник / С. В. Шевчук, І. В. Клименко. – К.: Алєрта, 2010. – 696 с.
12. Що таке «соціальний інститут»? Які функції виконують соціальні інститути? / Навчальні матеріали онлайн. — Доступ [26/04/19]. URL: http://pidruchniki.com/15970122/sotsiologiya/scho_take_sotsialniy_institut_yaki_funktsiyi_vikonuyut_sotsialni_instituti.

REFERENCES

1. Doslidzhennia profesiinykh standartiv. Instytut masovoi informatsii [Research of professional standards]. Retrieved from <https://imi.org.ua/monitorings/doslidzhennya-profesijnyh-standartiv>.
2. Lasswell, H. (1927). Propaganda Technique in the World War. Peter Smith: N.Y.
3. Huts, M. (2004). Ukrainska mova v profesiinomu pilkuvanni: pidruchnyk [Ukrainian language in professional communication: textbook]. Kyiv: Mizhnarodna ahentsiia «VeeZone».
4. Ivanov, V. (2003). Formalizovani metody vyvchennia mas-media [Formalized methods of mass media studies]. Elektronna biblioteka Instytutu zhurnalistyky. Retrieved from <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1283>.
5. Ponomariv, O. (2010). Slova «uchbovyi» nemaie v ukrainskii movi [The words "educational" are not in the Ukrainian language]. Bloh profesora Ponomareva BBC. Retrieved from <http://www.bbc.co.uk/blogs/ukrainian/ponomariv/2010/08>.
6. Rizun, V. (2013). Istoriia doslidzhen mediavplyviv [History of media impact research]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu im. T. Shevchenka*, 1(20), 4-6.
7. Rizun, V. (2008). Metody naukovykh doslidzhen u zhurnalistykoznavstvi: navch. Posibnyk [Methods of scientific research in journalism: a manual]. Kyiv: Presa Ukrainy.
8. Rizun, V. (2011). Nacherky do metodolohii doslidzhen sotsialnykh komunikatsii [Sketches for the methodology of research on social communications]. *Svit sotsialnykh komunikatsii*, 2, 7-11.
9. Rizun, V. (2014). Sotsialnokomunikatsiinyi pidkhid u nauki ta haluzi sotsialnoi inzhenerii [Social Communication Approach in Science and Social Engineering]. *Elektronna biblioteka Instytutu zhurnalistyky*. Retrieved from http://journalib.univ.kiev.ua/Socialniy_pidhid. Pdf.
10. Chornenkyi, Ya. (2004). Dilova ukrainska mova: pidruchnyk [Ukrainian business language: a textbook]. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury.
11. Shevchuk, S. (2010). Ukrainska mova za profesiinym spriamuvanniam: pidruchnyk [Ukrainian language for professional orientation: textbook]. Kyiv: Alerta.
12. Shcho take «sotsialnyi instytut»? Yaki funktsii vykonuiut sotsialni instytuty? [What is a "social institution"? What are the functions of social institutions?] *Navchalni materialy online*. Retrieved from http://pidruchniki.com/15970122/sotsiologiya/scho_take_sotsialniy_institut_yaki_funktsiyi_vikonuyut_sotsialni_instituti

Thematic analysis of materials "Mirror of the week" about the university: social communication approach

A. V. Volyk

Abstract. The article briefly outlines the essence of the social communication approach and the research methods used in it, identifies markers that reveal the subject of journalistic materials about the university, the content analysis method determines the total number of these markers on the pages of the publication and, as a conclusion, the thematic description of the materials about the university is formed The weekly "Mirror of the Week". It is determined that university autonomy, higher education reform and external independent evaluation are the most common topics for articles about the university.

Keywords: university, social communications, social communication approach, research methodology, content analysis.