



**Контент-анализ как метод
количественно-
качественного анализа
ТЕКСТОВ**

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ (от англ. *contens* содержание) — метод качественно-количественного анализа содержания документов с целью выявления или измерения различных фактов и тенденций, отраженных в этих документах.

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ — формализованный метод изучения текстовой и графической информации, заключающийся в переводе изучаемой информации в количественные показатели и ее статистической обработке.

Сущность метода контент-анализа состоит в фиксации определенных единиц содержания, которое изучается, а также в квантификации полученных данных.

Особенность контент-анализа состоит в том, что он изучает документы в их социальном контексте. Может использоваться как *основной метод исследования* (например, контент-анализ текста при исследовании политической направленности газеты); *параллельный*, т.е. в сочетании с другими методами (например, в исследовании эффективности функционирования средств массовой информации); *вспомогательный или контрольный* (например, при классификации ответов на открытые вопросы анкет).



Контент-анализ начал использоваться в социальных науках начиная с 30-х гг XX в. в США. Впервые этот метод был применен в журналистике и литературоведении. Основные процедуры контент-анализа были разработаны американскими социологами Х. Лассуэллом и Б. Берелсоном.

В настоящее время активно применяется в социальной психологии, социологии, психодиагностике, политологии, психологии рекламы и пропаганды.



Объекты исследования контент-анализа:

сообщения печати, радио, телевидения, протоколы собраний, письма, приказы, распоряжения и т.д., а также данные свободных интервью и открытые вопросы анкет.

Основные направления применения контент-анализа:

- выявление того, что существовало до текста и что тем или иным образом получило в нем отражение (текст как индикатор определенных сторон изучаемого объекта — окружающей действительности, автора или адресата);
- определение того, что существует только в тексте как таковом (различные характеристики формы — язык, структура, жанр сообщения, ритм и тон речи);
- выявление того, что будет существовать после текста, т.е. после его восприятия адресатом

Контент-анализ включает в себя:

- выделение системы опорных понятий (категорий анализа);
- отыскание их индикаторов - слов, словосочетаний, суждений и т. п. - (единиц анализа);
- статистическую обработку данных.

По сути, контент-анализ предполагает перевод качественно представленной информации на язык счета. Для этого необходимо, во-первых, иметь достаточно объемный и содержательно богатый текст, а во-вторых, обладать определенным уровнем исследовательской подготовленности, позволяющим эффективно реализовать потенциал данного метода.



К числу его несомненных достоинств относятся:

- ❖ возможность точной регистрации внешне неразличимых показателей в объемных массивах эмпирических данных;
- ❖ способность к выявлению скрытых тенденций и закономерностей; допустимость осуществления отсроченного по времени анализа событий и ситуаций;
- ❖ относительная объективность процедур и надёжность результатов;
- ❖ отсутствие проявлений эффекта воздействия исследователя на поведение испытуемых.

Контент-анализу присущи и некоторые ограничения:

- ❖ Характер информации во многом определяется замыслами ее автора и спецификой форм предъявления. Поэтому вполне возможно принятие исследователем вымысла за документальность или упущение каких-либо существенных данных вследствие недостаточной выраженности их в обрабатываемом материале.
- ❖ Искажения информации могут возникать и по вине исследователя, неспособного, к примеру, адекватно выделить категории анализа или учесть все имеющиеся варианты их словесного выражения. Кроме того, далеко не всякий материал поддается необходимой формализации.
- ❖ Предельно трудно было бы применить данный метод, скажем, к описанию поведения лирического героя поэтического произведения.

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА

1 этап. Подготовительный.

I. Определение задач, теоретической основы и объекта исследования, разработка категориального аппарата, выбор соответствующих качественных и количественных единиц контент-анализа.

❖ Выбор объекта исследования.

При контент-анализе документов, специально составленных для целей исследования (например, тексты ответов на открытые вопросы анкеты, тексты интервью и т.д.), анализируются обычно все данные документы. Если же речь идет о документах, не зависящих от исследователя (например, тексты газет, журналов и т.д.), то возникает необходимость в выборке. Построение выборки осуществляется здесь также, как и в других социально-психологических исследованиях. При контент-анализе текстов массовой коммуникации вначале, как правило, выбирается орган массовой коммуникации, затем номера за определенные периоды времени и типы сообщений (например, рубрики, типы публикаций и т.п.).

❖ **Категории анализа** - это ключевые элементы исследовательской концепции, смысловые единицы, выраженность которых подлежит регистрации в соответствии с поставленной целью. В качестве категорий анализа исследователь заранее выдвигает определенные проблемы, идеи или темы. Например, анализируя характер человека по итогам интервью или анкетирования, мы можем выделить следующие категории: отношение его к самому себе, другим людям, деятельности, вещам (предметам), природе. Поскольку в процессе контент-анализа происходит соотнесение определенных элементов текста именно с этими категориями, то очень важно, чтобы они были следующими:

а) Четко и однозначно сформулированными (у разных исследователей должна быть относительно них высокая степень согласия).

б) Исчерпывающими, т.е. охватывающими все части содержания документа, определяемые задачами данного исследования.

в) Взаимоисключающими, т.е. одни и те же части содержания документов не должны относиться к различным категориям.

Категории могут подразделяться на более мелкие качественные единицы – подкатегории.

❖ **Единицы анализа** или индикаторы, признаки выраженности смысловых единиц, представляют собой части текста, характеризующиеся принадлежностью к определенной категории. Это могут быть символы, слова, термины, сочетания слов различной протяженности, ситуации, суждения, реплики, интонации и т. д. Это тот материал, который позволяет судить о значении в тексте каждой категории.

Единицы контент-анализа можно разделить на две большие группы: качественные и количественные. Качественные единицы контент-анализа отвечают на вопрос, что надо считать в тексте. Количественные единицы контент-анализа отвечают на вопрос, как надо считать.

К качественным (смысловым) единицам можно отнести категории и их референты в тексте или индикаторы (те элементы текста, те единицы содержания, которые служат референтами, качественными признаками соответствующих категорий и подкатегорий).

Количественными единицами контент-анализа являются единицы контекста и единицы счета:

- Единицы контекста используются для обозначения того сегмента текста, в пределах которого определяется частота упоминания соответствующих категорий и подкатегорий.
- Единицы счета (измерения и регистрации) необходимы для осуществления статистических процедур. Они могут и совпадать и не совпадать с качественными единицами анализа или их показателями.

Таким образом, в качестве единицы анализа текста может выступать:

- слово;
- предложение;
- тема;
- идея;
- автор;
- персонаж;
- социальная ситуация;
- часть текста, объединенная чем-то, что соответствует смыслу категории анализа.

Таким образом, единицами счета могут быть:

- число определенных слов или их сочетаний;
- количество строк;
- количество печатных знаков;
- количество страниц;
- количество абзацев;
- количество авторских листов;
- площадь текста.



II. Составление кодировочной инструкции.

Составление кодировочной инструкции имеет очень большое значение, так как по существу в ней находят свое конкретное выражение основные положения методики исследования. Кроме соответствующего определения категорий и подкатегорий и других единиц анализа в кодировочную инструкцию включаются правила кодирования, оговариваются спорные случаи и т.д.

Инструкции содержат предельно четкие указания на то, каковы все выделенные категории, какой набор признаков в тексте соответствует каждой из них, какого типа единицы счета при этом используются. Объективность результатов контент-анализа будет более полной, если исследователь письменно сформулирует инструкции даже в том случае, когда он сам является кодировщиком.

Кодировочная матрица представляет собой таблицу, удобную для регистрации первичных результатов исследования. Обычно по вертикали в ней даны категории анализа, а по горизонтали - перечень источников информации (отдельные документы, сообщения, персоналии испытуемых и т.п.). Тогда середина таблицы заполняется цифрами, свидетельствующими о частотах присутствия данной категории в том или ином материале.



III. Пилотажная кодировка текста.

На данном этапе осуществляется кодировка части исследуемого массива текстов с целью апробации методики, изложенной в кодировочной инструкции. **Кодировка текста** представляет собой процедуру непосредственного перевода качественных, смысловых единиц (категорий, подкатегорий) через нахождение их индикаторов в тексте в количественные единицы, т.е. перевод текстов в условные обозначения – коды (цифры или буквы, которыми обозначены в кодировочной инструкции те или иные категории и подкатегории).

Подобная пилотажная кодировка дает возможность проверить надежность методики, т.е. испытать ее на обоснованность (соответствие задачам и теоретическим понятиям исследования) и устойчивость (воспроизводимость результатов).

1) Обоснование полноты объема выделяемых смысловых единиц доказывается следующим образом. Выделяются все смысловые единицы из первого анализируемого текста, затем из второго текста – те же единицы плюс заранее не встречавшиеся, из третьего документа – те же, что уже встречались в двух предыдущих, плюс дополнительные и т.д. После изучения 3 – 5 очередных текстов, в которых не попадает ни одной новой единицы, ранее не фиксируемой в предыдущих документах, можно полагать, что «поле» смысловых единиц из изучаемого материала исчерпано.

2) Контроль на обоснованность содержания смысловых единиц проводится с помощью экспертов – специалистов по проблематике данного исследования.

3) Обоснованность по независимому критерию выявляется посредством получения аналогичных данных другими методами (опрос, наблюдение, тестирование).

Помехами для получения надежных результатов могут служить различные причины: недостатки кодировочной инструкции, низкая квалификация кодировщика и др. Следует отметить, что контент-аналитическое исследование требует от кодировщика особенно большого внимания, терпения, упорства и добросовестности. После проведения пилотажного исследования в кодировочную инструкцию обычно вносятся соответствующие изменения для устранения выявленных помех.