

УДК 070:81-139

ЗАСТОСУВАННЯ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ В ДОСЛІДЖЕННЯХ ПРЕСИ ЯК МАСОВОГО ДЖЕРЕЛА

Орест Семотюк

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська 1, 79000, Львів, Україна, e-mail: semotiuk@mail.lviv.ua*

Подано коротку характеристику методу контент-аналізу. Проаналізовано наукову доцільність цього методу для вивчення преси як масового джерела. Докладно описано процедуру проведення контент-аналізу.

Ключові слова: контент-аналіз, інформація, достовірність, кількісні методи, системний словник, інформаційна місткість.

Система застосування кількісних методів дослідження масового джерела, яким є преса, для одержання результативних показників інформаційної місткості публікацій посідає традиційно помітне місце в сучасному джерелознавстві. Останнім часом методика прийомів математичного аналізу набула поширення у лінгвістиці, джерелознавстві, політології для системних оцінок інформаційних масивів.

Проте актуальність застосування кількісних методів дослідження масових джерел, зокрема преси, визначається не лише підвищенням питомої ваги їх результатів у комунікативній системі інформаційного обслуговування складових політичної системи України, а й підвищенням рівня сучасних досліджень преси. Це цілком природно. З огляду на те, що помітно збільшилась кількість масових джерел, зокрема пресових публікацій, що залучаються до наукового обігу, використання кількісних методів набуває особливої актуальності [1]. З урахуванням досвіду європейських та американських фахівців нинішні дослідники масових джерел мають змогу дедалі активніше вдаватися до кількісних методів досліджень, зокрема прийомів формалізованого аналізу. Розкриваючи принципову сутність методу контент-аналізу, Я.С. Калакура зазначає, що цей метод дає змогу ніби розчленувати певне соціальне явище на складові, вивчити докладно кожну з них, збагнути їхню суть, з'ясувати найхарактерніші ознаки [4].

В арсеналі дослідників преси саме контент-аналіз виявився досить ефективним через його випробувану та усталену методику застосування. Звісно, в процесі його використання дослідники не тільки опрацьовують отримані результати, а й прагнуть також вдосконалити методику та упорядкувати понятійний апарат. Л.Д. Дергачова розглядає контент-аналіз як метод формалізованого спостереження і статистичних процедур при аналізі сукупностей текстів періо-

дичних публікацій [2]. Це визначення загалом не викликає заперечень, хоча з погляду конкретизації у такій редакції нічим не відрізняється від кореляційного методу. Це пояснюється тим, що у представленому формулюванні не зафіксовані основні функціональні ознаки контент-аналізу, механізм його реалізації на практиці.

Стосовно ж визначення самої суті контент-аналізу в найузагальненішому вигляді, то він дійсно полягає у підрахунках певних ознак джерела, які мають відображати суттєві якості його змісту. У такому разі якість тексту стає вимірюваною, доступною для точних обчислювальних операцій. Цей метод використовують переважно тоді, коли безпосереднє використання наявного і великого за обсягом і несистематизованого матеріалу ускладнено. Такий підхід корисний, коли категорії, важливі для цілей дослідника, характеризуються частотністю появи у текстах, що вивчаються.

На першому етапі контент-аналізу складають список (перелік) символів (первинних понять), що цікавлять дослідника, а потім впроваджують категорії — більші за обсягом змістовні одиниці, що є класами символів. Індикатори (символи) за своїм характером можуть бути неоднорідними: окремі слова чи словосполучення, які стосуються теми, терміни, імена людей, назви організацій, географічні назви, згадки про події тощо. При вивченні текстів, пов'язаних, наприклад, з політичними проблемами, змістові одиниці можуть включати внутрішньо- й зовнішньополітичні події, осіб, які є їхніми учасниками і ініціаторами, ставлення до подій. Суттєвими характеристиками у процесі контент-аналізу є, поряд з врахуванням частотності змістових одиниць, також й ставлення до цих одиниць комунікаторів.

Характеризуючи можливості методу контент-аналізу, варто зазначити, що широкого розповсюдження цей метод набув у дослідженнях двох типів:

Зіставлення текстів одного автора (чи, наприклад, одного друкованого органу), що відносяться до різного часу, з метою виявлення тенденцій розвитку поглядів, позицій респондента;

Зіставлення текстів, що належать різним авторам (газетам) з метою виявлення різниць, що властиві цим текстам.

У працях, присвячених використанню цього методу, подаються різні оцінки рівня об'єктивності таких досліджень. Проте, безумовно, його перевагою є відтворюваність результатів, отриманих на його основі. Адже, якщо дослідник зафіксував набір змістових одиниць тексту, то висновки, отримані у процесі роботи, можуть бути перевірені на основі частотних даних, видобутих із тексту. У цьому плані метод контент-аналізу вигідно відрізняється від ілюстративного підходу, коли дослідник підтверджує свою точку зору звичайними витягами з тексту. Звісно, висновки, одержані за допомогою цього методу, можуть бути й помилковими, оскільки значною мірою визначаються підходом дослідника до формування набору змістових одиниць тексту. Проте, як свідчить практика, контент-аналіз, який забезпечує інтерпретацію кількісних показників у якісні ознаки, дає змогу отримати значною мірою неупереджену інформацію [3].

Відомо, що вельми ефективним методом опрацювання масових джерел, зокрема періодичних публікацій, є саме контент-аналіз. Адже саме із завдань вивчення змісту джерел масової комунікації й виник цей метод. Джерелознавча практика свідчить, що замітки, репортажі, звіти, інтерв'ю, статті (передові, ре-

дакційні, пропагандистські тощо), нариси, фейлетони різняться не тільки певними літературно-стилістичними засобами, а й переважанням різних шарів інформації. Вивчення споріднених явищ й процесів на різних рівнях публіцистичних жанрів дозволяє виявити внутрішній взаємозв'язок між первинною й вторинною інформацією, що міститься в публікаціях. Розв'язання цього завдання уможлиблюють зрівняльна типовість, однорідність та повторюваність газетної інформації. Визначаючи суть такої риси як повторюваність, Л.Д. Дергачова характеризує її як традиційність низки тем, наявність у друкованих ЗМІ постійних розділів і рубрик, застосування деяких жанрів у розкритті певної тематики [7].

Різноманітність матеріалів преси робить актуальним їх аналіз з погляду наявності в них експліцитної (неприхованої) і латентної (прихованої) інформації. Перший тип інформації переважає передусім в аналітичних жанрах: замітці, кореспонденції, звіті, які найбільше насичені фактами. Другий — в синтетичних, передовсім у статтях, інтерв'ю. Саме статті особливо привертають інтерес читача, оскільки у них присутня латентна інформація, тобто мотиви і мета публікації, концепція автора і газети.

Звісно, реалізація цих завдань неможлива без застосування до газетних джерел методу контент-аналізу, що дозволяє розкривати якісні ознаки не лише окремих джерел, а й їхніх тематично споріднених сукупностей.

Наукова доцільність використання цього методу зумовлюється тим, що він дає змогу отримати й відповідно проаналізувати не окремі факти, а їхню оптимальну сукупність. На відміну від вельми обмежених можливостей внутрішньої і зовнішньої критики, що зосереджуються в принципі на вивченні окремих джерел, кожне з яких може дати досліднику лише фрагментарний науковий факт, аналітико-синтетична критика зумовлює якісно новий етап у комплексному дослідженні матеріалів преси. Структура джерелознавчих досліджень включає аналітичні елементи, де об'єктами є окремі джерела, а метою — отримання окремих фактів, і синтетичні, де об'єктом є комплекси джерел, а метою — отримання сукупності фактів [8]. Ключовим питанням аналітичної критики є оцінка достовірності, повноти і, таким чином, об'єктивної наукової цінності джерела. В зв'язку з цим актуалізується проблема відображення певного реального соціолінгвістичного явища і рівень об'єктивності відображення цього явища в публікації. Розв'язати це завдання можна лише після того, як автор з'ясує рівень повноти джерела, ступінь проникнення в сутнісну глибину явища. Таким чином, головною ознакою повноти джерела при аналізі газетних публікацій вважається відображення суттєвих рис описуваних подій. При визначенні таких рис вдаються до методів, запозичених в галузі інформатики, суть яких полягає у методиці виділення в тексті релевантної (конкретної) і нерелевантної (супутньої) інформації. Пропорційне співвідношення цих видів інформації значною мірою забезпечує повноту джерела. Насправді, як відомо, повнота й правдивість інформації нероздільно пов'язані.

Проте в практиці досліджень пресових публікацій поряд із основною проблемою виявлення якісних ознак й підвищення інформаційної віддачі джерела за допомогою контент-аналізу історикам часто доводиться вирішувати питання, пов'язані із атрибуцією газетних джерел.

У зв'язку з цим заслуговує на увагу висловлювання М.М. Романюка про те, що важливим є і суб'єктивне трактування фактів, їх інтерпретація, оскільки це дає змогу з'ясувати позицію редакції й авторів, які виступають в пресі, бо

нерідко вони є виразниками різних соціальних верств, політичних течій і визначають основні напрями ідейних протистоянь досліджуваної епохи [7].

Дуже важливою проблемою, яку не можна оминати при висвітленні методики контент-аналізу, є питання про попередню підготовку масових джерел, якими є газетні публікації, для аналітико-синтетичної критики. Йдеться передусім про механізм здійснення вибірки. Адже практично завжди досліднику доводиться окреслювати коло джерел, які він має намір проаналізувати. Саме тут треба відібрати мінімальну кількість даних, за допомогою яких можна робити висновок про певне соціолінгвістичне явище. Ця проблема задовільно вирішується за допомогою вельми ефективного методу вибірки. Щоправда, у фаховій літературі не завжди чітко розмежовуються суть кількісних методів і зміст методу вибірки, що створює необхідні статистико-кількісні передумови для власне застосування кількісного методу. З огляду на це не можна погодитись із думкою Т.І. Славко, яка розглядає вибірку в одному логічному ланцюзі із різними видами кількісних методів аналізу джерел [8]. Проте, як відомо, про терміни не сперечаються, про них домовляються. Незважаючи на окремі розбіжності у визначенні сутнісно-понятійного змісту вибірки, цей метод має вельми широку практику в плані її застосування щодо матеріалів преси.

Для того, щоб часткове обстеження можна було б вважати репрезентативним, варто дотримуватися однієї умови. А саме: об'єкти для часткового обстеження мають бути обрані випадково, тобто за жеребом чи з огляду на природні умови, що склалися. При поширенні результатів вибіркового дослідження на явище, що вивчається, дослідник робить помилку, так звану похибку репрезентативності. Але передбачити величину цієї похибки можливо, якщо вона є випадковою похибкою. А випадковою вона може бути тоді, коли об'єкти до вибірки потрапляють випадково. Вибірка лише тоді вважається репрезентативною, коли формується з генеральної сукупності таким чином, щоб кожний член такої сукупності мав рівний шанс бути відібраним. Забезпечити випадковість вибірки, якщо історик здійснює відбір даних з великої сукупності публікацій, можна за допомогою жеребкування чи таблиці великих чисел. Також можуть бути використані й інші методи відбору: механічний, типовий (районований) і серійний.

Проте основним питанням, розв'язання якого гарантує максимальний результат контент-аналізу є забезпечення бездоганного з позицій формальної логіки системного словника. Саме його побудова закладає інформаційно-пошукові підвалини формалізованої оцінки інформаційної насиченості публікацій як масових джерел. На жаль, часто-густо в гонитві за модними нині кількісними вимірювачами преси сучасні дослідники нехтують цим правилом. Особливо хибують на невизначеність категоріальної схеми понять, що закладають в основу дослідження, сучасні аматори-політологи, соціологи, різні іміджмейкери, новоявлені знавці передвиборчих технологій тощо. Звісно, якщо йдеться про прагнення видавати бажане за дійсне, підганяючи результати під задану кон'юнктуру схему, можна не дбати про професійну модель базових розрахунків. Проте для наукового дослідження це треба робити обов'язково. Таким чином проблемою номер один на стадії визначення основних напрямів контент-аналізу залишається методика чіткого визначення символів-інформантів як основних пошукових одиниць за допомогою логічних норм поділу та класифікації [6].

Якщо не вдаватися до детального аналізу цих вимог, можна окреслити такі основні принципи:

- поділ (класифікацію) слід здійснювати на підставі чітко визначених критеріїв;
- після класифікації кожен об'єкт може входити тільки в один клас;
- під час класифікації об'єктів не можна оминати вид і відразу переходити до підвиду;
- в основу класифікації має бути покладена суттєва ознака.

Поряд із продуманою схемою основних інформаційних ознак матеріалів преси, взятою за основу для здійснення відповідних обчислювальних операцій, також потрібно притримуватися принципу повноти даних про джерело (газету, журнал).

Щодо комплектності даних, то Е. В. Летенков має на увазі усі можливі характеристики періодичного органу: назву, обсяг, тип, періодичність, роки виходу, місце виходу, кількість номерів, що вийшли, чи було видання ілюстрованим, чи мало додатки, спрямованість видання [5].

Щоправда, з останнім пунктом цього твердження, беззастережно погодитися важко — адже “спрямованість видання” не є формалізованою ознакою. Спрямованість — інформаційна рубрика, що потребує тематичної конкретизації залежно від поставленої мети. Іншими словами, ця категорія має бути відповідно змістовно забезпечена.

Досліднику, який вивчає пресу як масове джерело за допомогою контент-аналізу, важливо не лише чітко визначити коло понять, які характеризують інформаційну місткість публікації, а також періодизацію преси. Адже періодизація — це класифікатор хронологічних меж дослідження.

На завершення слід наголосити, що чітке дотримання усталених норм при застосуванні методу контент-аналізу до газетних джерел суттєво унеможливить помилки в отриманні і, відповідно, подальшій інтерпретації результатів.

Тому дослідникам при висвітленні цього процесу не варто обмежуватися викладом кінцевих даних, а розкривати сам процес реалізації методу контент-аналізу. Зазначений підхід забезпечить якісний рівень наукових досліджень.

-
1. *Дергачева Л.Д.* Периодическая печать как массовый источник // Массовые источники по истории советского рабочего класса / Редкол.: И.Д. Ковальченко (отв. ред.) и др. — М., 1982. — С. 159.
 2. *Дергачева Л.Д.* Периодическая печать как массовый источник. — М., 1982. — С. 154.
 3. *Звездинский С.М.* Научная организация информационной деятельности. — Л., 1984. — С. 85-102.
 4. Количественные методы в зарубежной исторической науке. — М., 1987. — 39 с.
 5. *Летенков Е.В.* О некоторых итогах компьютерной обработки данных по периодической печати // Актуальні проблеми сучасного джерелознавства: Матеріали українсько-російського наукового семінару. — К.; СПб., 1999. — С. 57.

6. *Партико З.В.* Логічні норми редагування // Загальне редагування. — Львів, 2001. — С. 175-206.
7. *Романюк М.М.* Українське пресознавство: наукові принципи і методи досліджень. — Львів, 2000. — С. 30-31.
8. *Славко Т.И.* Математико-статистические методы в исторических исследованиях. — М., 1981. — С. 59-83.

CONTENT ANALYSIS AS AN INSTRUMENT OF PRESS INVESTIGATION

Orest Semotiuk

*Ivan Franko National University of Lviv,
Universytetska Street 1, 79000, Lviv, Ukraine*

Tel. office: (032) 296-47-75

E-mail: semotiuk@mail.lviv.ua

This article describes content analysis as an instrument of press investigation. The scientific appropriateness of this method was analyzed and the techniques of investigation were shown.

Key words: content analysis, information, reliability, quantitative methods, system dictionary, informational capacity.

Стаття надійшла до редколегії 22.02.2007

Прийнята до друку 03.03.2007