Контент-анализ и его процедура

Содержание

Введение

1. Общая характеристика метода контент-анализа

2. Основные процедуры контент-анализа

3. Стадии разработки и применения контент-анализа

Заключение

Список используемой литературы

Приложение

# Введение

Тема контрольной работы – «Контент-анализ и его процедура».

Контент-анализ – 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. Характеризуется большой строгостью, систематичностью.

Контент-анализ не отменяет необходимости обычного (т.е. содержательного) анализа документов. Первый дополняет второй, их сочетание углубляет понимание смысла любого текста. Контент-анализ позволяет обнаружить в документе то, что ускользает от поверхностного взгляда при его традиционном изучении, но что имеет важныйсоциальный смысл.

Контент-анализ рассчитан главным образом на исследование социологических и психологических аспектов массовой коммуникации, которые реализуются в тексте с разной частотой, поэтому для исследования необходимо привлекать текстовые массивы. Исследование отдельных текстов при помощи этого метода не имеет смысла, за исключением решения узких задач, например установления мотивированности конкретного коммуникатора или автора.

Контент-анализ не отменяет необходимости обычного (т.е. содержательного) анализа документов. Первый дополняет второй, их сочетание углубляет понимание смысла любого текста. Контент-анализ позволяет обнаружить в документе то, что ускользает от поверхностного взгляда при его традиционном изучении, но что имеет важный социальный смысл. Принципиальное отличие этих методов анализа заключено в явно выраженной строгости, формализованности, систематизированности контент-анализа. Он нацелен на выработку количественного описания смыслового и символического содержания документа, на фиксацию его объективных признаков и подсчет последних. По мнению ряда социологов (Маркоффа, Шапиро, Вейтмана и др.), контент-анализ можно было бы назвать «текстуальным кодированием», так как он предполагает получение количественной информации о содержимом документа на основе ее кодирования.

Кроме того, контент-анализ отличается от всех прочих способов изучения документов, тем, что он позволяет «вписать» содержание документа в социальный контекст, осмыслить его одновременно и как проявление, и как оценку социальной жизни. «Вписывание» документа в изучаемую проблему предполагает выявление того, что: а) существовало до него и получило в нем отражение, б) наличествует только в нем, в) будет после него, т.е. явится итогом его восприятия адресатом.

Целью данного контрольной работы является изучение контент-анализа как метода исследования.

Задачи курсовой работы следующие:

1. Рассмотреть понятие контент-анализа
2. Изучить стадии контен-анализа
3. Рассмотреть основные процедуры контент-анализа.

# 1. Общая характеристика метода контент-анализа

Контент-анализ — это техника сбора информации, производимого на основе систематического выявления соответствующих целям и задачам исследования характеристик текстов (понятий, глаголов, словосочетании и пр.). Контент-анализ предполагает использование определенных стандартизированных процедур, обеспечивающих формализацию и измерение исследуемых признаков, что позволяет делать профессиональные заключения о характере и особенностях изучаемого объекта. Особенно эффективно использование контент-анализа при исследовании программ политических партий и движений, когда по ключевым понятиям и словосочетаниям можно составить представление об отличительных особенностях каждой из них. К примеру, использование контент-анализа позволяет на основе подсчета слов, фотографий или газетных столбцов, посвященных тому ли иному кандидату в депутаты, определить его рейтинг в средствах массовой информации.

Контент-анализ может быть содержательным и структурным. Содержательный контент-анализ сосредоточивает внимание исследователя на содержании сообщения, тогда как структурный — на количестве и особенностях упоминания контрольного термина или имени в тексте сообщения.

Основными задачами контент-анализа являются[[1]](#footnote-1):

1. Выявление и оценка характеристик текста как признаков отдельных сторон исследуемого объекта.
2. Выяснение причин или условий, повлиявших на соответствующие особенности текстового сообщения.
3. Оценка эффекта воздействия сообщения на аудиторию, установление адресных точек такого воздействия.

Проведение контент-анализа может быть эффективным, если в ходе соответствующей процедуры будет использован специальный кодировальный бланк, образец которого представляет собой Приложение 1.

Применяется при исследовании разного рода публикаций политического характера, опубликованных договоров, программ политических партий, радио- и телепередач и т.д. В данных материалах так или иначе отражается реальная действительность, в том числе политическая, которая и подвергается анализу.

Считается, что с помощью этого метода можно более объективно исследовать происходящие политические явления и процессы.

Исследование начинается с анализа текстов, в которых содержится информация об указанных явлениях и процессах. Прежде всего выделяются соответствующие смысловые единицы; определенные сведения, количественные показатели, оценки, понятия, раскрывающие содержание того или иного политического текста и, следовательно, отражаемого им политического явления. Поскольку содержащиеся в тексте сведения, оценки, понятия выражаются определенными терминами и характерными словосочетаниями, они также учитываются при контент-анализе.

Таким образом, контент-анализ начинается с логической, лингвистической и другой формализации изучаемого текста (в данном случае текста политического содержания). Поскольку чаше всего исследуются большие массивы информации, порой весьма сложные, то выделяется множество смысловых единиц и разрабатывается соответствующий математический аппарат их количественного анализа.

Тем самым контент-анализ является методом качественно-количественного изучения текстов с присущими ему процедурами формализации исследуемого материала. Выделенные смысловые единицы подвергаются соответствующим математическим операциям.

Например, подсчитывается число упоминаний тех или иных смысловых единиц, выступающих в качестве единиц счета, а также число выражающих их терминов, словосочетаний; количество текста, относящегося к той или иной смысловой единице, или затраченное на ее упоминание количество времени радио- или телевизионного вещания и т.д. Полученные массивы информации (нередко весьма большие) обрабатываются с помощью современной вычислительной техники.

Контент-анализ политических текстов способствует более глубокому пониманию не только непосредственного содержания этих текстов, но и того, что сказано «между строк». Кроме того, становится яснее политическая, идеологическая и иная позиция авторов данных текстов.

Метод контент-анализа политических документов и иных текстов все чаще применяется в исследовании политических явлений и процессов.

2. Основные процедуры контент-анализа

Выявление смысловых единиц контент-анализа, которыми могут быть[[2]](#footnote-2):

* понятия, выраженные в отдельных терминах;
* темы, выраженные в целых смысловых абзацах, частях текстов, статьях, радиопередачах и т.п.;
* имена, фамилии людей;
* события, факты и т.п.;
* смысл апелляций к потенциальному адресату.

Единицы контент-анализа выделяются в зависимости от содержания, целей, задач и гипотез конкретного исследования.

Выделение единиц счета, которые могут совпадать либо не совпадать с единицами анализа. В 1-м случае процедура сводится к подсчету частоты упоминания выделенной смысловой единицы, во 2-м – исследователь на основе анализируемого материала и здравого смысла сам выдвигает единицы счета, которыми могут быть:

* физическая протяженность текстов;
* площадь текста, заполненная смысловыми единицами;
* число строк (абзацев, знаков, колонок текста);
* длительность трансляции по радио или ТВ;
* метраж пленки при аудио- и видеозаписях,
* количество рисунков с определенным содержанием, сюжетом и пр.

Процедура подсчета в общем виде сходна со стандартными приемами классификации по выделенным группировкам. Применяется составление специальных таблиц, применение компьютерных программ, специальных формул (напр., «формула оценки удельного веса смысловых категорий в общем объеме текста»), статистические расчеты понятности и аттрактивности текста.

Проведение контент-анализа требует предварительной разработки ряда исследовательских инструментов. Из них обязательными являются[[3]](#footnote-3):

* классификатор контент-анализа,
* протокол итогов анализа, который имеет второе обозначение – бланк контент-анализа,
* регистрационная карточка или кодировальная матрица,
* инструкция исследователю, непосредственно занимающемуся регистрацией и кодировкой единиц счета,
* каталог (список) проанализированных документов.

Классификатором контент-анализа называется общая таблица, в которую сведены все категории (и подкатегории) анализа и единицы анализа. Ее основное предназначение – предельно четко зафиксировать то, в каких единицах выражается каждая категория, используемая в исследовании. Классификатор можно уподобить социологической анкете, где категории анализа играют роль вопросов, а единицы анализа – ответов. Он является основным методическим документом контент-анализа, предопределяющим содержание всех прочих инструментов этого метода.

Протокол (бланк) контент-анализа содержит: во-первых, сведения о документе (его авторе, времени издания, объеме и т.п.); во-вторых, итоги его анализа (количество случаев употребления в нем определенных единиц анализа и следующие отсюда выводы относительно категорий анализа). Протоколы заполняются, как правило, в закодированном виде, но не ради сохранения тайны итогов контент-анализа, а исходя из желательности на одном листе бумаги уместить всю информацию о документе, чтобы удобнее было сопоставлять друг с другом итоги анализа разных документов. Если в исследовании осуществляется контент-анализ малого числа документов, то можно обойтись без кодирования и заполнять эти протоколы в открыто-содержательном виде.

Регистрационная карточка представляет собой кодировальную матрицу, в которой отмечается количество единиц счета, характеризующее единицы анализа. Протокол контент-анализа каждого конкретного документа заполняется на основе подсчета данных всех регистрационных карточек, относящихся к этому документу.

3. Стадии разработки и применения контент-анализа

* формулируются тема, задачи и гипотезы исследования
* определяются категории анализа – наиболее общие, ключевые понятия, соответствующие исследовательским задачам.

Система категорий играет роль вопросов в анкете и указывает, какие ответы должны быть найдены в тексте.

Категории контент-анализа должны быть исчерпывающими (охватывать все части содержания, определяемые задачами данного исследования), взаимоисключающими (одни и те же части не должны принадлежать различным категориям), надежными (между кодировщиками не должно быть разногласий по поводу того, какие части содержания следует относить к той или иной категории) и уместными (соответствовать поставленной задаче и исследуемому содержанию). При выборе категорий для контент-анализа следует избегать крайностей: выбора слишком многочисленных и дробных категорий, почти повторяющих текст, и выбора слишком крупных категорий, т.к. это может привести к упрощенному, поверхностному анализу. Иногда необходимо принимать во внимание и отсутствующие элементы текста, которые могут быть значимыми для контент-анализа.

Таким образом, категории анализа должны быть[[4]](#footnote-4):

* уместными, т.е. соответствовать решению исследовательских задач;
* исчерпывающими, т.е. достаточно полно отражать смысл основных понятий исследования;
* взаимоисключающими (одно и то же содержание не должно входить в различные категории в одинаковом объеме);
* надежными, т.е. такими, которые не вызывали бы разногласий между исследователями по поводу того, что следует относить к той или иной категории в процессе анализа документа.

Необходимо выбрать соответствующую единицу анализа – лингвистическую единицу речи или элемент содержания, служащие в тексте индикатором интересующих исследователя явления.

За единицу анализа может быть принято:

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

Сложные виды контент-анализа обычно оперируют не одной, а несколькими единицами анализа. Единицы анализа, взятые изолировано, могут быть не всегда правильно истолкованы, поэтому они рассматриваются на фоне более широких лингвистических или содержательных структур, указывающих на характер членения текста, в пределах которого идентифицируется присутствие или отсутствие единиц анализа – контекстуальных единиц. Например, для единицы анализа «слово» контекстуальная единица – «предложение».

Необходимо установить единицу счета – количественную меру взаимосвязи текстовых и внетекстовых явлений. Наиболее употребительны такие единицы счета, как время-пространство (число строк, площадь в квадратных сантиметрах, минуты, время вещания и т.п.), появление признаков в тексте, частота их появления (интенсивность).

Единица счета – количественная мера единицы анализа, позволяющая регистрировать частоту (регулярность) появления признака категории анализа в тексте. Единицами счета могут быть число определенных слов или их сочетаний, количество строк, печатных знаков, страниц, абзацев, авторских листов, площадь текста, выраженная в физических пространственных величинах и многое другое.

Важен выбор необходимых источников, подвергаемых контент-анализу.

Проблема выборки содержит в себе выбор источника, количества сообщений, даты сообщения и исследуемого содержания. Все эти параметры выборки определяются задачами и масштабами исследования.

Чаще всего контент-анализ проводится на годичной выборке: если это изучение протоколов собраний, то достаточно 12 протоколов (по числу месяцев), если изучение сообщений средств массовой информации – 12-16 номеров газеты или теле-, радиодней. Обычно выборка сообщений средств массовой информации составляет 200-600 текстов.

# Заключение

Контент-анализ – это перевод в количественные, показатели массовой текстовой (или записанной на пленку) информации с последующей статистической ее обработкой. Его основные операции были разработаны американскими социологами X. Лассуэллом и Б. Берельсоном. Важный вклад в развитие процедур контент-анализа внесли российские и эстонские социологи, особенно А.Н. Алексеев, Ю. Вооглайд, П. Вихалемм, Б.Л. Грушин, Т.М. Дридзе, М. Лауристинь.

Контент-анализ — это техника сбора информации, производимого на основе систематического выявления соответствующих целям и задачам исследования характеристик текстов (понятий, глаголов, словосочетании и пр.). Основными задачами контент-анализа являются.

* Выявление и оценка характеристик текста как признаков отдельных сторон исследуемого объекта.
* Выяснение причин или условий, повлиявших на соответствующие особенности текстового сообщения.
* Оценка эффекта воздействия сообщения на аудиторию, установление адресных точек такого воздействия.

#### 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 (оценка различных эффектов воздействия).

Контент начинается с выявления смысловых единиц, в качестве которых используют: итак, смысловые единицы анализа выделяются на основе содержания гипотез исследования, подсказываются методологическими посылками программы.

По мнению ряда социологов (Маркоффа, Шапиро, Вейтмана и др.), контент-анализ можно было бы назвать «текстуальным кодированием», так как он предполагает получение количественной информации о содержимом документа на основе ее кодирования.

Кроме того, контент-анализ отличается от всех прочих способов изучения документов, тем, что он позволяет «вписать» содержание документа в социальный контекст, осмыслить его одновременно и как проявление, и как оценку социальной жизни. «Вписывание» документа в изучаемую проблему предполагает выявление того, что: а) существовало до него и получило в нем отражение, б) наличествует только в нем, в) будет после него, т.е. явится итогом его восприятия адресатом.

Список используемой литературы

1. Барсамов В.А. Контент- анализ газетных материалов // Социс – 2006 - №2
2. Богомолова Н.Н., Стефаненко Т.Г. Контент-анализ: спецпрактикум по социальной психологии. М., 2002.
3. Иванов В.В., Коробова А.Н. Муниципальный менеджмент. Справочник. М.: Инфра-М, 2002.
4. Клуппт М.А. Демографическая политика как предмет контент-анализа // Социологические исследования. 2003. № 6.
5. Козлова Н.Н. Методология анализа человеческих документов // Социологические исследования. 2004.
6. Мангейм Дж.Б., Рич Р.К. Политология. Методы исследования: Пер. с англ. / Предисловие А.К. Соколова. М.: Весь Мир, 2007.
7. Рой О. Исследования социально-экономических и политических процессов. СПб: Питер, 2004.
8. Хеллевик О. Социологический метод. М.: Весь мир, 2002.
9. Шереги Ф.Э., Горшкова М.К. Основы прикладной социологии. – М.: Интерпракс, 2006.
10. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2000.

# Приложение

Типичный котировальный бланк для проведения структурного контент-анализа

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Регистрационный номер | Тип статьи | Дата публикации | Кандидат | Газета | Общие преференции | Выделенность материалов | Графические средства | Заголовок | Содержание | Общее число столбцов | Число столбцов, посвященных кандидату |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. Богомолова Н.Н., Стефаненко Т.Г. Контент-анализ: спецпрактикум по социальной психологии. М., 2002. [↑](#footnote-ref-1)
2. Мангейм Дж. Б., Рич Р.К. Политология. Методы исследования: Пер. с англ. / Предисловие А.К. Соколова. М.: Весь Мир, 2007. [↑](#footnote-ref-2)
3. Хеллевик О. Социологический метод. М.: Весь мир, 2002. [↑](#footnote-ref-3)
4. Шереги Ф.Э., Горшкова М.К.Основы прикладной социологии. – М.: Интерпракс, 2006. [↑](#footnote-ref-4)