Московский Педагогический Государственный Университет

Факультет экономики, социологии и права

Кафедра «Политологии и Социологии»

Направление Политология

Грибачевой Александры Сергеевны

4-ого курса, 402-ой группы

Квалификационная работа бакалавра

Контент-анализ как метод конкретных политико-социологических исследований

Научный руководитель:

к.ф.н., д-т Грачев М.Н.

Допустить к защите:

Зав. кафедрой “Политологии и Социологии” прф.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ Зыбайлов Л.К.

“\_\_\_” “\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_” 2002 года.

Москва 2002

Контент-анализ как метод конкретных политико-социологических исследований.

Введение

Глава I. Метод контент-анализа и его применение в отечественной социологии.

1. Возможности контент-анализа и его появление в советской социологии.
2. Контент-анализ в социально-политических исследованиях.

Глава II. Исследование программ политических партий, объединений, блоков, движений методом контент-анализа.

1. Основные процедуры контент-анализа.
2. Описание процедуры исследования
3. Построение таблиц отношения

Глава III. Подготовка и интерпретация результатов исследования программ

1. Полевой этап исследования
2. Описание результатов исследования, построение схем
3. Выводы и заключение

Список использованной литературы

**Введение**

# Актуальность темы исследования

В условиях меняющейся внутриполитической ситуации избирательный процесс играет немалую роль в становлении взаимоотношений между властью и обществом, между государственной властью и местным самоуправлением. Пожалуй, любой участник избирательного процесса претендует на обладание программой – определенным набором идей, проектов – по которой избиратели могут судить о его возможной дальнейшей деятельности, а также о том, стоит ли голосовать за данную кандидатуру. Вполне естественно, что каждый кандидат в ходе предвыборной кампании стремится привлечь на свою сторону как можно большее количество избирателей, а, соответственно, ориентируется на их ценности при составлении программы будущей партии. Однако можно предположить, что здесь мы можем столкнуться с завуалированностью информации, высказываниями «между строк». Добраться до истины в данном случае можно только тогда, когда вы тщательно исследуете документ, несущий в себе информацию. Одним из наиболее подходящих для такого рода исследования методов является метод контент-анализа[[1]](#footnote-1). Этим термином принято обозначать методику выявления частоты появления в тексте определенных, интересующих исследователя характеристик, с помощью которой появляется возможность сделать некоторые выводы относительно намерений создателя данного текста или возможных реакций адресата. Применение метода контент-анализа в политологических исследованиях позволяет более глубоко и всесторонне изучать пути формирования депутатского корпуса а, следовательно, влиять на подобное формирование.

**Новизна данной работы** заключается в возможности упрощенного проведения практикующими политологами и социологами контент-анализа при минимальной затрате средств и технических возможностей. Для проведения контент-анализа в максимально короткий срок без особых материальных затрат и с высокой достоверностью предлагается использовать диалоговое окно “Найти и заменить” в компьютерной программе Microsoft Word. Напомню, что это действительно упрощенный вариант проведения контент-анализа, но при отсутствии технических ресурсов и компьютерных программ именно этот метод позволит максимально приближенно изучить политические, да и не только, документы. Пример применения диалогового окна “Найти и заменить” будет приведен ниже (см. Гл. II (2)).

**Степень разработанности проблемы.** В нашей стране метод контент-анализа стал использоваться сравнительно недавно, где-то в середине XX века, но сейчас становится все более популярным. Его применяют в практике изучения писем, поступающих в различные организации и органы управления, в социальной психологии и педагогике, в криминологии, искусствоведении, этнографии, для анализа исторических текстов и установления авторства или подлинности того или иного текста.

В последнее время в отечественной научной среде наблюдается заметное повышение интереса к методу контент-анализа. И, несмотря на то, что подчас бывает непросто найти книгу по данной тематике, интерес к данному способу интерпретации информации возрастает, проводятся дискуссии по теме, предлагаются решения, проводятся исследования. На сегодня помимо упоминания метода в работах монографического плана, посвященных общесоциологическим вопросам, а также в публикациях по теме коммуникации проблематика контент-анализа присутствует в профессиональной периодике: в журналах «Вестник МГУ. Сер.10, Журналистика»[[2]](#footnote-2), «Социологический журнал», «Социология – 4М», «Социологические исследования»[[3]](#footnote-3), и на ежегодных конференциях на факультете журналистики МГУ по проблемам массовых коммуникаций. Важный вклад в развитие процедур контент-анализа внесли российские и эстонские социологи, особенно Алексеев А.Н., Вооглайд Ю., Вихалемм П., Грушин Б.А., Дридзе Т.М., Лауристинь М., Баранов А.В., Шляпентох В., Федотова Л.Н. и многие другие.[[4]](#footnote-4) Небольшие работы по контент-анализу можно найти сейчас и у студентов различных ВУЗов. Так, например, достаточно интересными, на мой взгляд, являются работы Элеазера А.В. «Исследование избирательных стратегий – метод контент-анализа», Рытова А., «Опыт применения контент-анализа в биографическом исследовании цесаревича Александра Николаевича Романова» и Четверикова С. «Контент-анализ экономической информации».

Кроме того институт социологии РАН создает в настоящее время программные системы для обработки информации - экспертно-диагностическая система «МАКС», программа «АЛЕКС», система контент-анализа, программа «КСЕНИЯ» и др[[5]](#footnote-5).

Исходя из вышесказанного, определены следующие **цели работы**:

* раскрыть суть метода контент-анализа и его возможностей для проведения конкретных политико-социологических иссследований;
* обрисовать границы применения метода;
* провести анализ программ 4 партий (Единство, КПРФ, СПС, Яблоко)

Исходя из поставленных целей в выпускной работе решаются следующие **задачи**:

* определить место контент-анализа в структуре методов социологического исследования;
* выявить, описать и использовать в исследовании основные процедуры метода;
* раскрыть возможности метода контент-анализа в современных политико-социологических исследованиях;
* описать применение метода контент-анализа в исследовании программ партий;

**Объект исследования** – метод контент-анализа как метод количественных исследований

**Предмет исследования** – исследовательские возможности, условия, границы и процедуры применения метода контент-анализа

**Теоретическая значимость** данной работы заключается в возможной разработке нового спецкурса по контент-анализу для бакалавров и магистрантов, обучающихся социологии и политологии.

**Практическая значимость** – методы и результаты данной работы могут способствовать привлечению стандартного программного обеспечения современного персонального компъютера для учебно-аналитических исследований в рамках учебных занятий.

**Глава I. Метод контент-анализа и его применение в отечественной социологии**

**1. Возможности контент-анализа и его появление в советской социологии**

Время рождения метода контент-анализа приходится на рубеж XIX-XX веков. В науке об обществе в данный период наблюдается тенденция к социологизации и кроме того, существует и «субъективная» необходимость в такого рода методе: теоретики и практики журналистики много говорят о роли и возможностях средств массовой коммуникации в обществе. В текстах подозревается огромная сила воздействия на массы. В первых теориях массовой коммуникации людская масса представлялась абсолютно беззащитной перед набирающей обороты пропагандистской машиной. Метод контент-анализа применялся вначале для изучения эффективности массовой пропаганды (какой эффект произведет тот или иной текст массовой информации, как создавать такие тексты, которые произведут на людей наибольшее впечатление). Помимо всего прочего, в обстановке войны этот метод был единственной возможностью изучать в широких масштабах пропаганду противника, моральный дух населения страны противника, события, происходящие в данной стране. В работах Лассвелла Г.[[6]](#footnote-6), с именем которого связывается определенный вклад в разработку существенных принципов этого метода, основная цель изучения текстов пропаганды выглядит так: определить, что пропагандист ставит в центре внимания, чтобы добиться определенного эффекта у аудитории. Ныне метод контент-анализа стал сильнейшим средством анализа различных документов. В политологических исследованиях контент-анализ позволяет анализировать различные текстовые документы, а, следовательно, создавать, например, образ той или иной партии. Под текстами в контент-анализе понимают книги, книжные главы, эссе, интервью, дискуссии, заголовки газетных статей и сами статьи, исторические документы, дневниковые записи, речи выступлений, рекламные тексты и т.д.

В современной науке наблюдается два полюса восприятия метода контент-анализа:

**количественный** контент-анализ, интересующийся, в первую очередь, частотой появления в тексте определенных характеристик (переменных) содержания;

**качественный** контент-анализ, позволяющий делать выводы даже на основе единственного присутствия или отсутствия определенной характеристики содержания;

Различие двух подходов довольно легко проиллюстрировать примерами. В 50-е годы западные аналитики на основе количественного анализа статей газеты "Правда" обнаружили резкое снижение числа ссылок на Сталина. Отсюда они сделали закономерный вывод, что последователи Сталина стремятся дистанцироваться от него.

С другой стороны, качественный аналитик мог бы сделать аналогичный вывод на основе единственного факта, что в публичной речи одного из партийных функционеров, посвященной победе СССР в Великой Отечественной войне, Сталин вообще не был упомянут. Прежде такое было бы немыслимо. В данной работе речь пойдет об использовании количественного контент-анализа в политико-социологических исследованиях.

Конечно нельзя говорить о повсеместном использовании именно количественного контент-анализа. Вероятно, будет неразумно использовать данный метод в том случае, если мы имеем дело с уникальными

 документами, или же перед нами описания весьма сложных явлений, или данных недостаточно для массивной обработки, они нерепрезентативны. По мнению одного из основателей метода количественного анализа текстов Берельсона Б. [[7]](#footnote-7), лучше всего использовать количественный метод анализа данных в том случае, если требуется высокая степень точности при сопоставлении однопорядковых данных, если существует в наличии необходимое количество материала и он репрезентативен.

В ведении было упомянуто несколько небольших работ по контент-анализу, представленных аспирантами и магистрантами различных университетов. Так, Элеазер А. В.,студент 2 курса магистратуры отделения политологии факультета Социальных наук РГПУ им. А.И.Герцена, в своей работе «Исследование избирательных стратегий – метод контент-анализа»[[8]](#footnote-8) раскрывает суть метода контент-анализа и его возможностей при исследовании индивидуальных избирательных стратегий кандидатов в депутаты на примере выборов в Законодательное собрание Санкт-Петербурга второго созыва в 48 избирательном округе. Рытов А., аспирант исторического факультета Белгосуниверситета (г.Минск) применяет контент-анализ в биографическом исследовании: «Опыт применения контент-анализа в биографическом исследовании цесаревича Александра Николаевича Романова». Он пишет: «Использование контент-анализа, при изучении источников данного типа, способно придать результатам исследования точность и соответственную научную валидность. Именно (и только) текст, в данном случае написанный рукой исследуемого персонажа, несет в себе скрытую информацию о его психологической уникальности, являясь продуктом социальной среды в широком смысле. Он (текст) несет в себе следы влияния разнообразных социальных и психологических факторов, что дает возможность обнаружения и замера этих факторов и соответственное постижение так называемой внетекстовой реальности, используя при этом формализованный подход к источнику.»[[9]](#footnote-9) Нельзя не упомянуть в этой связи и новосибирскую современную школу социологии и таких авторов как, например, В. Шляпентох, Ф. М. Бородкин и мн. др.

За последние годы институт социологии РАН создал ряд программных систем, которые отвечают современным требованиям к уровню обработки информации: экспертно-диагностическая система «МАКС», программа «АЛЕКС», система контент-анализа, программа «КСЕНИЯ» и др. Система контент-анализа предназначена для исследования текстов любого типа, включает в себя количественный и качественный подходы к анализу. Данная система позволяет изучать социально-психологические потребности аудитории, анализировать письма, документы, устанавливать авторства текстов, может применяться для анализа потока информации в информационных сетях и мн. др. Например, программа «Контент-анализ» используется телекомпанией ОРТ для автоматического отбора информации и информативных массивов, доступ к которым осуществляется через Интернет[[10]](#footnote-10). Вполне естественно, что такая программа стоит немалых денег, поэтому доступна она совсем не многим. В данной работе будет сделана попытка провести контент-анализ при помощи обыкновенной Microsoft Word – программы, которая имеется под рукой практически у каждого.

Основная трудность при работе с доступными (т.е. нецелевыми) документами – умение читать данные на языке гипотез исследования. Ведь текст (документ) был составлен вовсе не для того, чтобы проверить гипотезы социолога. Поэтому, прежде чем анализировать документальные материалы по существу, социолог вынужден проделать утомительную работу поиска в документе индикаторов (признаков) ключевых понятий исследования.

Качественный анализ документов – необходимое условие для всех количественных операций. Но прежде следует заметить, что квантификация текстов далеко не всегда целесообразна. Как уже говорилось выше, неразумно прибегать к количественному анализу текста, если мы имеем дело с уникальным документом. Здесь главной целью изучения будет всесторонняя содержательная интерпретация материала. Количественный анализ текстов уместен, если требуется высокая степень точности при сопоставлении однопорядковых данных. Далее, - когда текстового материала не только достаточно, но столько много, что его нельзя охватить без суммарных оценок. Наиболее целесообразно использовать количественный анализ, если сопоставлять текст с иными, также количественными характеристиками. Например, выраженные в статистических распределениях особенности содержания газетных сообщений сопоставляются с численностью подписчиков, их мнениями об этих материалах, тоже выраженными в числах.

Квантификация текстового материала получила широкое распространение, и в 40-х годах для нее была разработана специальная процедура, названная «контент-анализ». Контент-анализ – это перевод в количественные показатели массовой текстовой (записанной на пленку или иные носители) информации с последующей статистической ее обработкой. Его основные операции были разработаны американскими социологами Лассуэллом Г. [[11]](#footnote-11) и Берельсоном Б. [[12]](#footnote-12). Гарольд Лассуэлл применяет методы семантики — раздела лингвистики, занимающейся изучением значений языковых единиц. Он разрабатывает методы семантического анализа текстов, предполагавших исследование ключевых терминов, лозунгов и доктрин под углом зрения того, как их понимают потребители информации. Его подходы к проблеме количественного контент-анализа политической коммуникации стали классическими. Пожалуй, всем известна формулировка Лассуэла Г., согласно которой "акт коммуникации" рассматривается по мере ответа на комплекс вопросов: "КТО — ЧТО сообщает — по какому КАНАЛУ — КОМУ — с каким ЭФФЕКТОМ?".

Одной из первых работ с использованием метода контент-анализа содержания в советской социологии было исследование А. В. Баранова[[13]](#footnote-13).

Объектом изучения в данном исследовании была газета «Известия», предметом – субъективный фактор в механизме общественной жизни: его доля упоминаний в анализируемых номерах газеты наряду с материально-техническими, экономическими и социально-политическими факторами. В качестве субъективного фактора выступали психологические качества личности или группы, которые повлияли на описываемые газетой события. Кроме того, автора интересовала детализация этих «двигателей» человеческих поступков, мотивов человеческого поведения, выяснение того, «какие нравственные качества (чувства) человека выступают как активные силы в общественной жизни».[[14]](#footnote-14)

На это же десятилетие приходится освоение контент-анализа как социологической методики в социологической службе Гостелерадио, в новосибирской школе социологов под руководством Шляпентоха В..

Массированное применение этот метод нашел в крупном социологическом проекте под руководством Грушина Б.А. в рамках отдела «Общественное мнение»» Института конкретных социологических исследований АН СССР (1967-72). Программой проекта был предусмотрен замер функционирования в пределах среднего города СССР общественного мнения в его содержательной плоти, что влекло за собой информационный замер всех текстов, существующих на линии обмена «социальные институты – масовое сознание», в частности, текстов, проходящих по каналам СМК.[[15]](#footnote-15)

Как сам проект, так и ряд использованных в нем методик продемонстрировали большие возможности социологического анализа действительности, практически были одним из самых крупных событий в истории советской социологии конца XX века.

Анализ содержания как метод был применен в рамках исследования районной газеты в лаборатории изучения функционирования печати факультета журналистики МГУ.[[16]](#footnote-16)

Это был период активного освоения метода отечественными социологами. Об этом красноречиво свидетельствует тот факт, что контент-анализу были посвящены две профессиональные встречи социологов: Сибирский социологический семинар «Проблемы контент-анализа в социологии», организованный Сибирским отделением советской социологической ассоциации в 1970 году, и рабочее совещание социологов «Методологические и методические проблемы контент-анализа» в 1973 году в Ленинграде.[[17]](#footnote-17)

На конец 70-х – 80-х гг. приходится деятельность группы анализа эффективности телевидения факультета журналистики МГУ, которая использовала этот метод для многолетнего мониторинга телевизионной информационной программы «Время» (Федотова Л.Н., Красавченко И.А.), а также анализа телевидения различных стран.

Если этому периоду были свойственны исследования с применением контент-анализа в рамках крупных социологических проектов, когда этот метод использовался вкупе с другими социологическими процедурами исследования информационных потоков, то нынешняя ситуация в российской социологии с применением контент-анализа характеризуется тем, что это, как правило, единичные исследования. Публикация о них чаще всего содержит результаты исследования, а описание методологического арсенала отсутствует. Еще большая часть исследований, имеющая эксклюзивный характер, востребованная в рамках политических мониторингов в русле политического маркетинга, практически вообще не имеет широкой прессы.

 **2. Контент-анализ в социально-политических исследованиях**

Метод контент-анализа широко применяется в политологических исследованиях. Так как основным объектом контент-анализа являются документальные источники, политическая сфера жизни общества предоставляет исследователю огромное количество единиц анализа, которые удобно и нужно изучать, используя количественный подход. Среди таких документальных источников: протоколы заседаний органов власти (Государственной Думы, законодательных органов всех уровней), планы проведения заседаний, количество и содержательная сторона политических решений всех органов власти и многое другое.

Отдельный интерес у исследователей вызывает деятельность средств массовой информации и коммуникации, направленная на политическую сферу жизни общества. Это может быть количество и суть статей на политические темы, вопросы, обсуждаемые политическими обозревателями СМИ, исследование других проблем, направленных на выявление степени влияния СМИ на политическую жизнь.

Наконец, метод контент-анализа предоставляет исследователю возможность изучения такого аспекта политической жизни как функционирование избирательной системы. Исследование документов избирательных кампаний позволяет лучше понять механизм избирательного процесса, выявить его закономерности, объяснить и научиться повторять выигрышные ходы избирательных стратегий кандидатов на выборные посты.

Выше уже говорилось о работе Элеазера А.В.,магистранта отделения политологии факультета Социальных наук РГПУ им. А.И.Герцена «Исследование избирательных стратегий – метод контент-анализа». В его работе было проведено исследование влияния рекламной деятельности кандидатов в депутаты на формирование индивидуальной стратегии. По мнению самого Элеазера, «такое исследование подтверждает возможности метода контент-анализа в изучении избирательных технологий как части избирательного процесса – составляющей политической системы общества ... и одной из наиболее актуальных вопросов современной политологии.»[[18]](#footnote-18) В качестве примера был взят 48 избирательный округ города Санкт-Петербурга на выборах Законодательного собрания Санкт-Петербурга второго созыва, прошедших в декабре 1998 года. Основной единицей анализа выступил агитационный материал листовочной формы. Политическая листовка была взята за основу анализа не случайно. Несмотря на относительное многообразие видов и типов агитационных материалов, политическая листовка – основа избирательной стратегии кандидатов на выборах районного масштаба. Кроме нее, единицами анализа также выступили:

* возраст кандидатов
* их профессиональный статус
* способ выдвижения

Единицами счета в данном случае являются, соответственно:

* число лет
* группы профессионального статуса
* группы способов выдвижения

Исследуя такую единицу анализа как политическая листовка, автор делит ее на более мелкие смысловые единицы анализа. В качестве таких единиц были задействованы:

* количество листовочных материалов (сама листовка)
* формат листовок (стандартный формат А4)
* количество фотографий (фотография)
* сюжет фотографий (сюжетная группа)
* смысловая единица текста (группа сюжета текста)

Полученные данные сравнивались с процентными результатами итогов голосования в первом туре.

Итак, метод контент-анализа, или количественный метод обработки информации включает в себя систематическую числовую обработку, оценку и интерпретацию формы и содержания информационного источника. Информационный (или документальный) источник – это любая информация, фиксированная в печатном или рукописном тексте, на магнитной ленте, на фото- или кинопленке или в электронном виде.

Метод широко используется исследователями в случаях работы с документальной информацией, когда существует необходимость в сравнении с большой точностью однопорядковых данных. В политологии для использования контент-анализа открываются широкие возможности, которые демонстрируются на примере прикладного исследования индивидуальных избирательных стратегий кандидатов в депутаты, в которым главной единицей анализа является политическая листовка.

Еще одним примером использования метода контент-анализа явилось исследование высказываний г-на Березовского[[19]](#footnote-19), пример такого исследования приводит в своей работе студент Иркутской Государственной Экономической Академии Четвериков С.. Основной задачей было выявление невыраженной информации о Березовском. Для обработки текстов была разработана специальная категориальная схема, в которой учитывались различные группы объектов, отражающие сущностные стороны представлений Березовского. Это географические названия, терминология, имена государственных и иных деятелей, различные темы и т. д. С целью выяснения отношения к ним Березовского учитывалась эмоциональная окраска того или иного понятия, термина или темы. В дальнейшем производилась статистическая обработка результатов кодировки и сопоставлялись результаты по разным тематическим фонам. Результаты получились весьма интересные.

В интервью и статьях Березовский подает себя прежде всего как российский политик. Если мы посмотрим на выраженную информацию этих материалов, то в центре внимания Березовского – Россия и ее благополучие. Как исполнительный секретарь СНГ Березовский, казалось бы, должен уделять большое внимание соответствующим странам. Результаты контент-анализа рисуют куда более сложную картину.

 Россию Березовский называет чаще, чем другие страны. Но даже по общей сумме упоминаний баланс положительных и отрицательных оценок примерно одинаков, что уже само по себе не дает оснований говорить о положительном отношении к стране. Речь может идти только о повышенном внимании.

 Если же оценить не только частоту и характер упоминаний, но и то, в каком контексте упоминается страна, то оказывается, что Березовский относится к России негативно. Когда Россия упоминается в связи с принятием каких-либо ответственных решений или Березовский говорит о ней, характеризуя свою систему политических, моральных или иных ценностей, все его высказывания носят либо нейтральный, либо негативный характер. Более того, Россия – единственная страна, к которой выявлено негативное отношение по решающим тематическим фонам.

 Явную положительную реакцию у Березовского вызывают западные страны. Прежде всего США, Израиль, Великобритания и Швейцария. Анализ же высказываний, связанных со странами СНГ , показывает: и по частоте упоминаний, и по эмоциональности эти страны существенно уступают как России, так и Западу, что весьма странно для исполнительного секретаря СНГ.

Ничего конкретного об интересах Березовского на Западе узнать исследователям не удалось. Березовский называет большое количество персоналий – 101. Восемьдесят пять из них – граждане России. При том, что западные страны вызывают повышенное и устойчивое внимание Березовского, тот факт, что он практически не упоминает имен, имеющих отношение к этим странам, удивляет. Отсюда может следовать такой вывод: все деловые и значимые политические контакты на Западе для Березовского – зона его повышенного контроля.

 Для того чтобы глубже понять Березовского как человека, исследователи обратились к анализу употребляемых им терминов, понятий и тем, в которых раскрываются наиболее фундаментальные особенности личности. У Березовского отмечено 68 упоминаний, относящихся к сфере религиозно-философской терминологии. Этот показатель приближается к соответствующему проценту по фону в бизнес-терминологии. Следовательно, философско-научный контекст при принятии конкретных решений для Березовского почти так же важен, как и бизнес-контекст.

Тематический контент-анализ также показал, что Березовский стремится преобразовать социум, устанавливая свои "правила игры". Среди всех тем, объединенных общим названием "система ценностей по отношению к обществу", по теме "создание собственных правил игры в социуме" прошло 17 сигналов из 38 (44,74 процента). Это слишком много, чтобы просто обозначить пусть даже и очень важную позицию.

Итак, Березовский не столько политик, сколько бизнесмен и , как это ни парадоксально, своеобразный философ-практик. Он активно действует в социуме, создавая свои "системы", которые работают по тем правилам, которые он разрабатывает для них. Это способ действия достаточно надежный, поскольку системы Березовского - это, образно говоря, набор поплавков, которые удерживают его на поверхности в любой ситуации.

При обработке массивов данных в настоящее время применяются разнообразные математические методы[[20]](#footnote-20). В большинстве своем они могут оперировать только с числовыми переменными, над которыми производятся привычные операции. Но гораздо большее количество информации содержится в текстовых источниках. Ее довольно сложно, а иногда и невозможно преобразовать в числовой формат, поэтому становится актуальной проблема разработки таких методов анализа подобной информации, чтобы можно было извлекать полезные сведения из неоднородной текстовой информации. В приведенном выше примере и была показана возможность применения контент-анализа для обработки текстовой экономической информации. Необходимо также отметить, что контент-анализ объединяет усилия сразу нескольких направлений науки: лингвисты должны составить таблицы повторяемости словоформ, психологи указать на силу и важность связей между этими словоформами, а математики должны провести статистический анализ входящего текста на основе имеющихся таблиц слов.

Так, например, меня заинтересовала работа декана факультета журналистики Московского Международного Университета профессора Михальской А.К. о речевом поведении политиков. В своей работе она пишет о том, что настоящий современный политик – это вовсе не «Homo faciens» - человек действующий, а, скорее, «Homo eloquens» – человек ГОВОРЯЩИЙ, причем говорящий публично[[21]](#footnote-21). Михальская А.К. считает, что для того чтобы узнать что-нибудь о поведении того или иного политического деятеля, необходимо проанализировать его речь. «Обычно политология использует для этого метод контент-анализа текстов, но современная лингвистика обладает некоторыми концепциями и подходами, значительно расширяющими сферу и возможности такого познания,” – пишет она в статье на эту тему[[22]](#footnote-22). Особенно интересны в этой связи предлагаемые методология и методика дискурс-анализа - исследования не собственно текстов в обычном смысле этого слова, а текстов речевого поведения. К изучению политического дискурса эта методика применяется нечасто и непоследовательно, обширных системных и систематических исследований такого рода пока нет ни у нас, ни за рубежом. Тем не менее попытка такого исследования была предпринята и была разработана методика дискурс-анализа применительно именно к дискурсу политики, в сочетании с некоторыми методами сравнительно-исторической риторики - дисциплины, тесно связанной с социологией речи и с политологией. Фрагменты результатов данного исследования были представлены читателям Независимой газеты[[23]](#footnote-23). Для описания и сравнения особенностей речевого поведения героев нашего политического Олимпа[[24]](#footnote-24) исследователи выбрали несколько параметров. Я кратко расскажу только о трех главных.

Численное выражение первого из них называется **индексом многословия**. (Можно брать и обратную величину и называть ее индексом лаконичности.) Индекс многословия - это средний объем ответа политика на один вопрос интервьюера. Высчитывается, как и все прочие параметры, отдельно для каждого интервью, потом усредняется по всем интервью каждого политика. Измеряется в знаках (строках) текста.

Второй важнейший параметр речевого поведения политика в интервью - **речевое лидерство**. Индекс лидерства для текстов интервью в прессе получается простым суммированием величин двух второстепенных параметров - индекса тематической новизны и индекса оценки вопросов.

Исследования речевого поведения человека, выполненные учеными англо-американской лингвопрагматической традиции, показали, что важнейшие речевые черты социального лидера в беседе - это, во-первых, постоянное введение собственных новых тем (а не простое следование темам беседы, которые предлагаются другими участниками), во-вторых, постоянное стремление оценивать высказывания партнеров и словесно выражать свои оценки.

Третий важнейший параметр речевого поведения политиков - их **способность к коммуникативному сотрудничеству**, т.е. налаживанию и поддержанию продуктивного взаимодействия в процессе беседы. Индекс коммуникативного сотрудничества - сложный показатель, который складывается из четырех составляющих; три из них суммируются, а четвертый из этой суммы вычитается. Вот какие черты поведения способствуют установлению коммуникативного сотрудничества с партнером:

* + переформулирование в ответе вопроса партнера (журналиста) с уточнением;
	+ повторы в ответе слов и выражений, содержащихся в формулировке вопроса (вопрос: "Почему? Разве вы сделали ему (Ельцину) что-то плохое?" Ответ: "Нет, ничего плохого я ему не делал и никогда не сделаю.”);
	+ словесное выражение в ответе согласия с формулировкой или содержанием вопроса (вопрос: "Насколько затронул экономику Москвы нынешний финансовый кризис?" Ответ: "Конечно, он ее затронул"; или вопрос: "И вы считаете, что нам удастся здесь найти общий язык с США?" Ответ: "Да, я считаю что мы сможем выйти на взаимоприемлемые формулировки").

Напротив, мешает установлению коммуникативного сотрудничество **антонимическое переформулирование вопроса** (например, вопрос: "Тем не менее на прошлых выборах, наверное, не столько Ельцин выиграл у Зюганова, сколько проиграл Зюганов как человек, олицетворяющий скомпрометированную коммунистическую идею?" Ответ: "Ну, во-первых, никто не победил. Все проиграли...". Или вопрос: "Что же будет весной?" Ответ: "Ничего не будет, просто жрать будет нечего и топить нечем" и т.п.). Поэтому индекс антонимического переформулирования из общей суммы трех предыдущих параметров вычитается. Результаты исследования получились очень интересными, на основе проделанного анализа попытались выявить наиболее дипломатичного и тактичного политика (им оказался

Примаков Е.М.).

На мой взгляд, здесь не стоит проводить строгого разграничения между чисто социологическими, политологическими, психологическими, лингвистическими и другими всевозможными методами, с помощью которых проводится подобное исследование. Для полного и подробного анализа информации необходимо применение различным методик и здесь нельзя говорить о том, что какие-то их них хороши, а какие-то – нет. Все они должны дополнять друг друга, т.к. найти когда-нибудь один-единственный универсальный метод, удовлетворяющий абсолютно всем видам и типам исследований вряд ли под силу даже самым выдающимся деятелям науки. В этой работе, к сожалению, оказалось невозможным рассмотреть особенности речи и поведения политических деятелей (равно как и не удалось провести анализ и самих политических фигур), но я остановилась на анализе программных документов различных партий, претендующих на место в парламенте.

**Глава II. Исследование программ политических партий, объединений, блоков, движений методом контент-анализа**

**1. Основные процедуры контент-анализа**

По Мангейму Д. и Ричу Р., “контент-анализ – систематическая числовая обработка, оценка и интерпретация формы и содержания информационного источника. Контент-анализ снабжает нас методом - вернее, серией методов, - с помощью которого мы можем обобщать те или иные материальные проявления поведения и отношений различных типов политических субъектов”[[25]](#footnote-25).

По Девиду и Джулии Джери, “контент-анализ – методика объективного количественного и систематического изучения содержания средств коммуникации”[[26]](#footnote-26). Эта методика включает в себя составление диаграмм или подсчет выпадения либо совпадения частных величин, относящихся к совокупности предопределяемых категорий. Она использовалась, например, в исследовании политического баланса и влияния в средствах коммуникации посредством подсчета числа ссылок или распределения эфирного времени между политическими группами.

Контент-анализ относится к неопросным методам, поскольку процесс размещения слов, символов и т.д. в тексте, обеспечивающий коммуникацию с читателем или получателем информации, не зависит от влияния со стороны исследователя, анализирующего содержание текста. С помощью этого метода исследователь может сравнить содержание множества текстов и анализировать его с помощью количественной методики (например, диаграмм, таблиц). Контент-анализ может документально, с помощью объективных, количественных индикаторов показать, являются ли наши смутные ощущения, основанные на несистематическом наблюдении, истинными. Он поставляет воспроизводимые, точные результаты на основании исследования текста.

Контент-анализ используется уже около ста лет, и сфера его применения включает в себя литературу, историю, журналистику, политические науки, образование, психологию. Так, на первом заседании Германского Социологического общества в 1910 г. Макс Вебер предлагал его для анализа газетных текстов.[[27]](#footnote-27)

Классический контент-анализ состоит из совокупности определенных процедур, выполнение которых уменьшает возможность ошибки исследователя. Исследование начинается с выявления смысловых единиц анализа. В качестве таковых могут выступать самые разные элементы. В.А.Ядов дает следующую классификацию единиц анализа[[28]](#footnote-28):

1. Понятия, выраженные в отдельных терминах
2. Тема, выраженная в целых смысловых абзацах, частях текстов, статьях, радиопередачах и т.п.
3. Имена исторических деятелей, политиков, выдающихся ученых и деятелей искусства, организаторов производства, лидеров движений и партий, наименования общественных институтов, организаций и учреждений
4. Целостное общественное событие, официальный документ, факт, произведение, случай и т.п.
5. Смысл апелляций к потенциальному адресату.

Такая классификация достаточно полно отражает возможные смысловые единицы анализа текстов документов, но, как уже было сказано выше, не упоминает о возможности анализа графической информации. Между тем, и в фотографиях и рисунках можно найти достаточное количество единиц анализа, часто сходных с текстовыми.

Таковыми могут быть:

1. Смысл процессов и явлений, описанных в графической работе. Например, количество картин, созданных в советское время и посвященных деревенской жизни в сравнении с картинами, созданными до 1917 года.
2. Пункт 3 классификации В.А.Ядова применимо к графической информации. Например, количество шаржей в газетах на известных политиков.
3. Сюжет графической работы применимо к результатам, от нее ожидаемым. Например, соотношение сюжетов предвыборной фотографии с результатами избирательной кампании.

По всей вероятности, этот список неполон и может быть продолжен. Выделение единиц анализа должно проводится исследователем в соответствии с содержанием своего исследования, на основе его целей, задач и выдвинутых гипотез. После определения единиц анализа необходимо также выделить единицы счета. Они могут совпадать либо не совпадать с единицами анализа. В случае совпадения процедура сводится к подсчету частоты упоминания выделенной смысловой единицы, на основании чего делаются дальнейшие выводы.

Во втором случае исследователь на основании анализируемого материала и здравого смысла сам выдвигает единицы счета. В.А.Ядов выделяет следующие возможные варианты:

* физическая протяженность текстов
* площадь текста, заполненная смысловыми единицами
* число строк
* число абзацев
* число знаков
* число колонок текста
* длительность трансляции по радио или телевиденью
* метраж пленки при магнитофонных записях

Естественно, это далеко не полный перечень единиц счета. Эти данные могут быть трансформированы и видоизменены так, как это удобно исследователю. После определения единиц анализа и счета проходит непосредственно процедура подсчета. В общем виде она сходна со стандартными приемами классификации по выделенным группировкам. Для упрощения процедуры применяется составление специальных таблиц, применение компьютерных программ. Возможно применение и специальных формул, таких как "формула оценки удельного веса смысловых категорий в общем объеме текста", статистические расчеты доходчивости текста, его интересности для читателя[[29]](#footnote-29).

 Выше было упомянуто понятие «категория». В качестве категории может выступать набор слов, объединенных по определенному основанию. Можно сказать, что посредством категорий в контент-анализе представлены определенные концептуальные образования. В качестве реального примера можно привести анализ президентских посланий стране, с которыми обратился Б.Клинтон в 1994 и 1995 годах. Эти послания содержат от 7000 до 10000 слов. Были сформированы категории слов, относящихся к экономике, бюджету страны, образованию, преступности, вопросам семьи, международным делам, социальной помощи и др. По изменению относительных частот в посланиях 1994 и 1995 годов были сделаны выводы об изменении политики государства в различных областях. Т.е. все эти темы нашли отражение в обоих посланиях, но в одном из них некоторым темам уделялось больше внимания, а в другом меньше. Например, в послании 1995 года больше внимания было уделено вопросам образования, семьи, но меньше внимания - преступности, международным делам, социальной помощи. Это дало основания для того, чтобы судить о приоритетах правительства США. Изучая послания Б.Клинтона исследователи образовали категорию **ЭКОНОМИКА**, в которую входили слова - **экономика, безработица, инфляция**. В категорию **СЕМЬЯ** входили слова - **ребенок, семья, родители, мать, отец**. Именно учет частот встречаемости категорий, а не отдельных слов, позволяет судить о внимании, уделенном в послании тем или иным вопросам.

**2. Описание процедуры исследования**

 Избирательный процесс, пожалуй, является одной из наиболее динамичных сфер политической жизни. Каждое политическое объединение, претендующее на определенное место в парламенте, стремится представить себя в наилучшем свете в ходе предвыборной кампании. Разумеется, каждая партия (блок, объединение, движение) приходит на выборы со своей программой, в которой ратуют за те или иные ценности, излагают основные положения и цели деятельности организации. На выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации III созыва, которые состоялись 19 декабря 1999 года, в бюллетень для голосования было включено 29 избирательных объединений и блоков. Все они представляли свои программы, манифесты или тезисы. В нашей стране часто происходит так, что люди, обладающие активным избирательным правом и желающие им воспользоваться, голосуют не за программу, не за идеи и предлагаемые стратегии той или иной партии, а за конкретного человека, лидера или группу. При этом надо отметить, что образ, представление о конкретной партии нередко расходится с провозглашаемыми ею принципами, а то и вовсе противоречит им. Что же позволяет раскрыть реальную политическую позицию претендента на высший государственный пост, его место в политическом спектре? Практика показывает: ответ на этот вопрос может быть, в частности, получен на основе оценки характера отношения к нему со стороны других союзных с ним или оппонирующих ему политиков или политических объединений. Характер отношения можно определить с помощью анализа содержания материалов, распространяемых через средства массовой коммуникации от имени данного кандидата, или сведений, касающихся его деятельности. Понятно, что к таким материалам относятся далеко не только бумаги и программные материалы, подписанные деятелем и получившие в этой связи официальный характер. Его ориентацию определяют также высказывания и заявления, которые он делает в своих интервью, статьях, книгах или в ходе публичных выступлений, дискуссий, полемик и т.п. При этом совершенно неважно сам ли он их подготовил или же они написаны его советниками или помощниками-спичрайтерами. Важно то, что он их сознательно “озвучил”, т.е. зафиксировал в массовом сознании свое – пусть даже другим человеком сформулированное - отношение к тем или иным вопросам жизни общества в виде конкретного текста. В этом отношении уместной представляется аналогия с мнением Наполеона, высказанной им по поводу деятельности военных консультантов: “Выиграл сражение не тот, кто дал хороший совет, а тот, кто взял на себя ответственность за его выполнение и приказал выполнить”.

 Сопоставляя программные документы и “проходные” публичные выступления политика, политологи получают возможность определить, какова степень отклонения, так сказать, тактической позиции общественного деятеля, выраженной в конкретном выступлении, от его официальной “стратегической” позиции. Такое сравнение дает в руки исследователям инструмент для оценки последовательности политика или, наоборот, его беспринципности.

Метод контент-анализа в данном случае дает уникальную возможность детально и подробно рассмотреть программу любой партии в кратчайшее время, с минимальным затратом средств на проведение этой операции. В своей работе я хочу провести анализ 4 различных политических организаций, которые участвовали в выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации III созыва в декабре 1999 года, - Союз Правых Сил, Единство, КПРФ, Яблоко. Для анализа каждой организации были выделены следующие категории, заключающие в себе некоторый набор слов, объединенных по определенному основанию:

### Экономика

* + - собственность (частная, государственная, другие виды собственности)
		- ВВП, ВНП (валовой)
		- промышленность
		- агро-, сельск-
		- инвестиции (российские, иностранные)
		- налог

### Общеполитические вопросы

* государство
* регион

### Институциональное измерение

* президент
* парламент
* дума
* федерация
* правительство
* суд
* органы
* армия
* милиция
* прокуратура
* внутренний
* силовой

### Отношение к правлению

* республика
* монархия

### Формы государственного устройства

* унитарное
* федеративное

### Социальная политика

* субсидия
* дотация
* льгота
* пенсия
* стипендия
* пособие

### Образование, наука, культура

* образование
* наука, научный
* культура
* вуз
* школа
* религия
* церковь

### Международные проблемы

* США
* Европа (Западная, Центральная и Восточная)
* Англия (Великобритания)
* Франция
* ФРГ (Германия)
* араб
* Китай
* Индия
* Нато
* СБСЕ
* Европарламент
* НАТО

Напомню, что контент-анализ - это формализованный метод исследования содержания информации посредством выявления устойчиво повторяющихся смысловых единиц текста (названий, понятий, имён, суждений и т.д.). Выполнять подобную работу вручную чрезвычайно сложно и неэффективно. Необходима автоматизированная компьютерная обработка данных. Но для этого требуется соответствующе программное обеспечение. Недавно я обратила внимание на следующий продукт: программа TextAnalyst. Автором данной программы является  НПИЦ "МикроСистемы"[[30]](#footnote-30).

Возможности программы:

* структурный анализ содержания текста;
* реферирование;
* формирование гипертекста;
* смысловой поиск;

Следует отметить, что программа существует в двух вариантах. В *free evaluation версии* TextAnalyst, распространяемой свободно, невозможно сохранить на диске полученные результаты работы. *Лицензионная версия* лишена подобного ограничения, но требует оплаты. Именно поэтому, на мой взгляд необходима пусть и немного упрощенная, но общедоступная программа, заключающая в себе основы контент-анализа.

Для проведения методики контент-анализа и подсчета частот я предлагаю использовать стандартное программное обеспечение современного персонального компьютера –Word 2000 Microsoft Office. Для нахождения и подсчета определенных единиц анализа в тексте осуществляются следующие действия:

1 шаг. Сначала исследователь определяет единицы анализа (исследования) программного документа в наиболее общем виде. Слово (словосочетание) - наименьшая единица из языковых, приемлемая в политологическом исследовании, также она используется в анализе политического языка, исследовании стиля и читабельности. Единицей анализа в текстах выступает явление, выраженное в различных терминах. Например, **Экономика –** собственность, промышленность, инвестиции, налог, ВВП, ВНП.В данном исследовании единицы анализа совпадают с единицами счета. Единицей анализа и счета выступает слово.

2 шаг. Далее в компьютерной версии политического документа в таблице инструментов открываем “Правку”, находим функцию “Найти и заменить”.

3 шаг. В открывшемся диалоговом окне “Найти и заменить” в графе “Найти:” вводим нужную единицу анализа.

4 шаг. В графу “Заменить на:” вводим точно такую же единицу анализа.

5 шаг. Устанавливаем при необходимости необходимые параметры замены. Для наглядности найденных единиц анализа возможно при помощи функции “Формат” выделение цветом.

6 шаг. После того как все необходимые параметры заданы применяем функцию “Заменить все”. Появляется диалоговое окно, в котором сообщается, сколько было произведено замен.

На основании этого сообщения исследователь делает выводы о документе, содержащем цифровую информацию по поставленной задаче.

7 шаг. Далее, получив информацию о количестве употребления конкретной единицы анализа, мы используем функцию «Найти следующее», которая позволяет нам просмотреть каждую единицу анализа, проследить контекст, определить, в каком значении употребляется слово.

Чтобы более точно обозначить спектр интересующего значения, необходимо опустить падежное окончание, так как диалоговое окно “Найти и заменить” не учитывает его. Например, значение “коммунизм” может быть представлено в текстовом документе и как “коммунизму” и как “коммунизма”.

 Слово набирается исключительно по основе. Например, “**коммунизм”** – набираем “**коммун”**. После нахождения и подсчета единиц анализа необходимо определить, в каком контексте употребляется данное слово (см 7 шаг). Для этого строятся таблицы отношения, которые будут приведены в последней главе при описании результатов. Каждая единица анализа рассматривается по трехбальной шкале отношений: положительный ( + ) контекст употребления данной единицы анализа, нейтральный ( 0 ) или же негативный ( - ) . На основе контекста употребления и частоты употребления можно будет сделать вывод о предпочтениях и проектах каждой из четырех рассматриваемых мной политических организаций.

3. Построение таблиц отношения

**КПРФ**

|  |
| --- |
| Экономика |
| собственность госуд | + | 0 | -  |
| 1 | 1 |  |
| собств частная | 1 |  | 1 |
| другие виды собств | 4 | 4 | 1 |
| валовой |  |  |  |
| промышленность | 4 | 1 |  |
| агро-, сельск- | 5 | 2 |  |
| инвестиция российск |  |  |  |
| инвестиция | 1 |  |  |
| инвестиция иностран |  |  |  |
| налог | 2 | 1 |  |

|  |
| --- |
| Общеполитические вопросы |
| государство | + | 0 | -  |
| 30 | 15 | 1 |
| регион | 2 | 1 |  |
| социалистический | 10 | 5 |  |

|  |
| --- |
| Институциональное измерение |
| президент | + | 0 | -  |
|  | 1 | 2 |
| парламент | 1 |  | 1 |
| дума |  |  |  |
| федерация | 3 | 7 |  |
| правительство | 1 | 3 |  |
| суд | 1 |  |  |
| орган | 5 | 1 |  |
| армия |  |  |  |
| милиция | 1 |  |  |
| прокуратура | 1 |  |  |
| внутренний | 1 | 2 | 1 |
| силовой |  | 1 |  |

|  |
| --- |
| Отношение к правлению |
| республика | + | 0 | -  |
|  | 2 |  |
| монархия |  |  |  |

|  |
| --- |
| Формы государственного устройства |
| унитарное | + | 0 | -  |
|  |  |  |
| федеративное |  |  |  |

|  |
| --- |
| Социальная политика |
| субсидия | + | 0 | -  |
|  |  |  |
| дотация |  |  |  |
| льгота |  |  |  |
| пенсия | 2 |  |  |
| стипендия | 1 |  |  |
| пособие | 2 |  |  |

|  |
| --- |
| Образование, наука, культура |
| образование | + | 0 | -  |
| 5 | 2 |  |
| наука | 7 | 11 |  |
| культура | 11 | 3 |  |
| вуз |  |  |  |
| школа | 1 |  |  |
| религиозный | 3 |  |  |
| церковный |  |  |  |

|  |
| --- |
| Международные проблемы |
| США/Америка | + | 0 | -  |
|  |  |  |
| Европа Центр/Вост |  |  |  |
| Европа Зап |  |  |  |
| Англия/Великобр |  |  |  |
| Франция |  |  |  |
| ФРГ/Германия |  |  |  |
| араб |  |  |  |
| Китай |  |  |  |
| Индия |  |  |  |
| НАТО |  |  |  |
| СБСЕ |  |  |  |
| Европарламент |  |  |  |
| ООН |  |  |  |

**Единство**

|  |
| --- |
| Экономика |
| собственность госуд | + | 0 | -  |
|  |  | 1 |
| собств частная | 3 | 1 |  |
| Другие виды собств |  | 1 |  |
| валовой |  |  |  |
| промышленность | 1 |  | 1 |
| агро-, сельск- |  |  |  |
| инвестиция российск |  | 1 |  |
| инвестиция |  |  |  |
| инвестиция иностран |  |  |  |
| налог | 1 |  |  |

|  |
| --- |
| Общеполитические вопросы |
| государство | + | 0 | -  |
| 14 | 6 | 5 |
| регион | 7 | 2 |  |

|  |
| --- |
| Институциональное измерение |
| президент | + | 0 | -  |
|  | 2 | 1 |
| парламент |  |  |  |
| дума | 6 | 1 |  |
| федерация | 2 | 1 |  |
| правительство | 1 |  |  |
| суд |  |  |  |
| орган | 2 | 2 |  |
| армия |  | 1 |  |
| милиция |  | 1 |  |
| прокуратура |  |  |  |
| внутренний |  |  |  |
| силовой | 1 |  |  |

|  |
| --- |
| Отношение к правлению |
| республика | + | 0 | -  |
| 1 |  |  |
| монархия |  |  |  |

|  |
| --- |
| Формы государственного устройства |
| унитарное | + | 0 | -  |
|  |  |  |
| федеративное | 1 |  |  |

|  |
| --- |
| Социальная политика |
| субсидия | + | 0 | -  |
|  |  |  |
| дотация |  |  |  |
| льгота |  |  |  |
| пенсия | 2 | 1 |  |
| стипендия |  |  |  |
| пособие |  |  |  |

|  |
| --- |
| Образование, наука, культура |
| образование | + | 0 | -  |
| 2 |  |  |
| наука | 4 | 1 |  |
| культура | 5 | 1 |  |
| Вуз |  |  |  |
| школа |  |  |  |
| религиозный |  |  |  |
| церковный |  |  |  |

|  |
| --- |
| Международные проблемы |
| США/Америка | + | 0 | -  |
|  |  |  |
| Европа Центр/Вост |  |  |  |
| Европа Зап |  |  |  |
| Англия/Великобр |  |  |  |
| Франция |  |  |  |
| ФРГ/Германия |  |  |  |
| араб |  |  |  |
| Китай |  |  |  |
| Индия |  |  |  |
| НАТО |  |  |  |
| СБСЕ |  |  |  |
| Европарламент |  |  |  |
| ООН |  |  |  |

**Яблоко**

|  |
| --- |
| Экономика |
| собственность госуд | + | 0 | -  |
| 1 | 1 | 1 |
| собств частная | 4 |  |  |
| Другие виды собств | 1 | 1 |  |
| валовой |  |  |  |
| промышленность | 3 | 4 | 1 |
| агро-, сельск- |  |  |  |
| инвестиция российск | 4 |  |  |
| инвестиция | 8 | 6 | 1 |
| инвестиция иностран | 3 |  |  |
| налог | 17 | 18 | 1 |

|  |
| --- |
| Общеполитические вопросы |
| государство | + | 0 | -  |
| 20 | 29 | 11 |
| регион | 13 | 15 | 10 |

|  |
| --- |
| Институциональное измерение |
| президент | + | 0 | -  |
|  | 4 |  |
| парламент | 1 | 3 |  |
| дума | 1 | 2 |  |
| федерация | 17 | 19 | 1 |
| правительство | 1 | 6 | 3 |
| суд | 17 | 5 | 1 |
| орган | 8 | 13 | 2 |
| армия | 5 | 1 |  |
| милиция | 2 |  |  |
| прокуратура |  |  | 2 |
| внутренний | 1 |  |  |
| силовой |  | 2 | 6 |

|  |
| --- |
| Отношение к правлению |
| республика | + | 0 | -  |
| 1 | 2 |  |
| монархия |  |  | 1 |

|  |
| --- |
| Формы государственного устройства |
| унитарное | + | 0 | -  |
|  |  |  |
| федеративное | 4 | 1 |  |

|  |
| --- |
| Социальная политика |
| субсидия | + | 0 | -  |
|  |  |  |
| дотация |  |  |  |
| льгота | 8 |  |  |
| пенсия | 6 | 1 |  |
| стипендия | 1 |  |  |
| пособие | 1 |  |  |

|  |
| --- |
| Образование, наука, культура |
| образование | + | 0 | -  |
| 15 | 2 |  |
| наука | 13 | 1 |  |
| культура | 10 | 2 |  |
| вуз | 1 |  |  |
| школа | 3 | 1 |  |
| религиозный | 2 | 1 |  |
| церковный | 1 |  |  |

|  |
| --- |
| Международные проблемы |
| США/Америка | + | 0 | -  |
| 1 |  | 1 |
| Европа Центр/Вост | 4 | 1 |  |
| Европа Зап |  |  |  |
| Англия/Великобр |  |  |  |
| Франция |  |  |  |
| ФРГ/Германия |  |  |  |
| араб |  |  |  |
| Китай |  |  |  |
| Индия |  |  |  |
| НАТО |  |  | 2 |
| СБСЕ |  |  |  |
| Европарламент |  |  |  |
| Евросоюз | 1 |  |  |
| ООН | 3 |  |  |

**СПС**

|  |
| --- |
| Экономика |
| собственность госуд | + | 0 | -  |
|  | 1 | 1 |
| собств частная | 3 | 2 |  |
| другие виды собств | 2 |  |  |
| валовой | 2 | 6 | 1 |
| промышленность | 7 |  |  |
| агро-, сельск- | 2 | 1 |  |
| инвестиция российск | 2 |  |  |
| инвестиция | 5 | 1 | 1 |
| инвестиция иностран | 2 |  |  |
| налог | 16 | 11 | 5 |

|  |
| --- |
| Общеполитические вопросы |
| государство | + | 0 | -  |
| 16 | 32 | 13 |
| регион |  |  | 2 |

|  |
| --- |
| Институциональное измерение |
| президент | + | 0 | -  |
| 3 | 2 | 2 |
| парламент | 2 | 2 | 5 |
| дума |  | 4 |  |
| федерация | 4 | 3 |  |
| правительство |  | 11 | 2 |
| суд | 8 |  | 1 |
| орган | 2 |  | 3 |
| армия |  |  |  |
| милиция | 1 |  |  |
| прокуратура |  |  | 1 |
| внутренний |  |  |  |
| силовой |  |  |  |

|  |
| --- |
| Отношение к правлению |
| республика | + | 0 | -  |
|  | 1 |  |
| монархия |  |  |  |

|  |
| --- |
| Формы государственного устройства |
| унитарное | + | 0 | -  |
|  |  |  |
| федеративное | 2 | 5 |  |

|  |
| --- |
| Социальная политика |
| субсидия | + | 0 | -  |
| 1 | 1 |  |
| дотация |  |  | 1 |
| льгота |  | 2 | 4 |
| пенсия | 7 | 5 |  |
| стипендия |  |  |  |
| пособие | 1 |  |  |

|  |
| --- |
| Образование, наука, культура |
| образование | + | 0 | -  |
| 4 |  |  |
| наука | 4 |  |  |
| культура | 3 |  |  |
| вуз |  |  |  |
| школа |  |  |  |
| религиозный |  |  |  |
| церковный |  |  |  |

|  |
| --- |
| Международные проблемы |
| США/Америка | + | 0 | -  |
| 1 |  |  |
| Европа Центр/Вост |  |  |  |
| Европа | 1 | 1 | 1 |
| Европа Зап |  |  |  |
| Англия/Великобр |  |  |  |
| Франция |  |  |  |
| ФРГ/Германия |  |  |  |
| араб |  |  |  |
| Китай |  |  |  |
| Индия |  |  |  |
| НАТО |  |  |  |
| СБСЕ |  |  |  |
| Европарламент |  |  |  |
| ООН |  |  |  |

**Глава III. Подготовка и интерпретация результатов проведенного исследования политических программ**

1. **Полевой этап исследования**

Каждое социологическое исследование венчается результатом. Но ему предшествует огромная работа, собственно социологическое «поле» - сбор информации, обработка, и только после этого – написание отчета. Чаще всего именно последняя стадия становится известной широкой научной общественности и лишь отдельные фрагменты предшествующей работы попадают в поле ее зрения. Поэтому, на мой взгляд, необходимо остановиться на столь важном и мало освещаемом этапе социологического исследования контент-аналитика.

Сразу хочу оговориться, что моя работа не требует применения некоторых нижеописываемых методик, поскольку я применяю простую программу для подсчета единиц измерения. А речь пойдет о составлении кода и инструкции к нему. Эти документы разрабатываются в тесном взаимодействии со специалистом, который будет осуществлять обработку полученной информации на ЭВМ. Чем в большей степени построение документа, на котором будет фиксироваться исходная информация, будет соответствовать правилам ввода информации в компьютер, а также правилам ее дальнейшей агрегации, тем меньше затрат потребуется на этой стадии.

После составления кода требуется специальная стадия – проверка кода на соотносительность результатов (reliability). Как правило, эта стадия состоит в том, что исследователь предлагает для анализа по данному коду один и тот же текст нескольким кодировщикам и проверяет, однообразно ли они используют код и насколько сходяться их результаты[[31]](#footnote-31). Другой вариант проверки – повторно дать закодировать этот же текст нескольким кодировщикам по истечении определенного промежутка времени. Цель в данном случае та же: посмотреть на идентичность анализа, так сказать, во времени и в пространстве.

Все необходимые поправки и изменения, которые еще можно будет предусмотреть в коде и в инструкции к нему, следует делать именно на этой стадии. Здесь же происходит коллективное обсуждение реальной кодировки, оттачиваются примеры, которые должна содержать инструкция. Так, в исследовании российской прессы на предмет ее отношения к лидерам и фракциям Госдумы, инструкция содержала примеры конкретных текстов из реальных газет, содержащих разные оценки: «Пока же преимущество в искусстве ведения судебного спора явно на стороне президентско-правительственной команды. Во-первых, она хорошо подобрана и в ней четко распределены роли. Впереди официальные представители – Сергей Шахрай, Юрий Батурин и Олег Кутафин. Все трое – юристы со степенями, хорошо освоившие приемы публичного спора. И психологическая уравновешенность у них тоже на высоте.»[[32]](#footnote-32)- позитивная оценка С. Шахрая, как лидера определенной фракции.

«Кроме Егора Гайдара, предстоящие выборы могут принести большое разочарование и Жириновскому, и его ЛДПР. Некогда мощнейшей партии сегодня симпатизирует лишь 6,6 процента голосов. Очевидно, имиджу Жириновского не помог пролитый в сражении с Б. Немцовым апельсиновый сок. Да и в целом скандальностью наших людей теперь удивить крайне трудно, хотя тяга к ярким личностям остается.»[[33]](#footnote-33) - негативная оценка Жириновского и его фракции.

Эти примеры приведены здесь неслучайно – установки руководителя исследования здесь недостаточно и некоторые кодировщики оценили второй пример как сбалансированную оценку В. Жириновского.

Вот только начало инструкции к данному исследованию: «Кодировщик читает всю газету целиком, чтобы не пропустить упоминание интересующих исследование Субъектов/Объектов анализа, которые перечислены на карточке для кодировки. Кодировка начинается с того, что выписывается дата и номер газетного выпуска и число материалов с упоминаниями. После того, как на отдельном листке выписаны заголовки всех материалов, где встретились эти упоминания, - чтобы не упустить ни одного из них, - приступаем к анализу каждого из этих материалов. Для этого требуется более скрупулезное, внимательное, чем на первой стадии, чтение каждого их этих материалов».И далее подробно объясняется каждая характеристика, даются примеры, объясняются способы фиксации результатов (если обработка результатов ручная) и т.д.

Если пробный анализ покрывает недостаточную степень совпадения (американские авторы допускают в некоторых случаях степень совпадения в 60%), следует выяснить причины – это могут быть как механические ошибки (пропустил, не отметил и т.д.), так и содержательные расхождения – закодировано неправильно. Поэтому пилотажный анализ должен предусмотреть проверку каждого материала.

Кроме того, очень часто в инструкциях кодировщикам используется такое требование-объяснение: «Оценка формируется как с помощью «сильных» оценочных эпитетов, обнаруженных в тексте, так и самим содержанием ситуаций, в связи с которыми появляется в тексте интересующий нас субъект или группа: это могут быть как положительные ситуации, с которыми традиционно, в массовом сознании ассоциируется «благо», так и ситуации, с которыми ассоциируется «зло».

Когда мы говорим, что подсчет частоты появления каждой характеристики будет лишь первичным анализом текстов, мы отнюдь не хотим умалить самоценность количественно выраженных результатов исследования. Наоборот, для социолога, автора исследования, эти результаты – важный этап в работе. Тем мне менее, цифры – это, конечно, не самоцель. Они начинают новую жизнь в комментариях. Наиболее простой путь для комментатора – это найти возможность сравнить полученные им результаты. Здесь встает резонный вопрос: а с чем их сравнивать? В социологической практике применяются различные виды сравнений:

* сравнение характеристик текстов разных каналов
* сравнение характеристик текстов разных средств информации
* сравнение характеристик текста с установками издателя
* сравнение деятельности источника в динамике
* сравнение характеристик текста с данными исследований других составных частей коммуникативной цепи
* сравнение характеристик текста с теоретическими представлениями автора-исследователя

Я же хочу сравнить результаты своего исследования с разработанными Грачевым М.Н. схемами многопартийности[[34]](#footnote-34) и поместить каждую из рассматриваемых мной партий соответственно ее местоположению на семантической шкале. Это будет сделано в следующей главе.

1. **Описание результатов исследования, построение схем**

При помощи методики контент-анализа, описанной выше, удалось провести исследование предвыборной программы “Яблока” – БУДУЩЕЕ. ДОВЕРИЕ. БЕЗОПАСНОСТЬ.[[35]](#footnote-35); предвыборной программы СПС – Правый манифест[[36]](#footnote-36); программы коммунистической партии РФ[[37]](#footnote-37); тезисов платформы избирательного блока «Межрегиональное Движение «Единство» (Медведь)[[38]](#footnote-38). (См. Глава II. 3.Построение таблиц отношения). Результаты анализа оказались достаточно интересными. Первое, на что поневоле пришлось обратить внимание было то, что практически у всех вышеперечисленных организаций отсутствуют единицы анализа, относящиеся к международным отношениям, к внешней политике. Исключение составляют лишь Союз Правых Сил и Яблоко. Но и у этих партий наблюдается весьма скудное рассмотрение внешнеполитических вопросов.

В программе **СПС** мы встречаем 1 положительное упоминание США (в аспекте будущего сотрудничества российской и американской авиапромышленности), а также 3 упоминания, относящихся к Европе, европейскому образу жизни, из которых 2 упоминания положительны, одно нейтрально. Из контекста видно, что СПС несомненно проповедует стремление к европейскому образу жизни в России. На этом освещение международных проблем в программе избирательного блока Союз Правых Сил заканчивается. В области образования провозглашается равенство стартовых возможностей, реформа образования, постепенное расширение платных форм образовательных услуг. Все 6 упоминаний сферы образования положительны. То же самое относится и к научной и культурной сферам (из 7 упоминаний – все положительные) – развитие научной и культурной деятельности. Что касается социальной политики, то здесь большое внимание уделяется пенсиям (7 положительных упоминаний из 12). Планируется проведение пенсионной реформы, предполагающее конкурирование государственных и негосударственных пенсионных фондов, переход на распорядительно-накопительную пенсионную систему. Предлагается отмена ряда льгот властьимущим, в хозяйственной жизни, льгот, установленных без учета нуждаемости. (4 отрицательных употребления из 6). Формы государственного устройства – явна склонность к укреплению федерализма (2 положительных, 5 нейтральных упоминаний). В программе не фигурирует какое бы то ни было отношение к форме правления (только одно упоминание «республики» – и то нейтральное). Нельзя отказать данному избирательному блоку в критике современного правительства (ни одного положительного упоминания: 11 нейтральных и 2 отрицательных). При этом идет и негативная оценка парламента (5 негативных упоминаний, 2 нейтральных и 2 положительных). Большая роль отводится повышению эффективности судов, достаточно нейтральное отношение к президенту (7 упоминаний распределяются практически равномерно: 3 «за», 2 «против» и 2 «нейтрально»). В области общеполитических вопросов идеал видится в создании правового государства, с минимальным вмешательством в экономику, сильной и независимой судебной властью, минимальным количеством льгот (государство заботиться только о тех, кто не в состоянии позаботиться о себе сам) – 16 «за», 32 «нейтрально», 13 «против». 2 негативных упоминания регионов. В экономической области СПС выступает за существенное снижение налогового бремени, но усиление надзора за уплатой налогов теневыми структурами, лицами с высоким доходом (16 положительных упоминаний против 5 отрицательных). Существенную роль в экономике должны играть инвестиции (по большей части, правда, не понятно, какие – иностранные или российские; слово «инвестиция» в разных вариантах встречается в различных контекстах, и при этом в 7 случаях из 11 употребляется абстрактно, без акцента на иностраннную помощь или свои силы). Отрицательное отношение к государственной собственности, четко отстаивают позиции частной и иных форм собственности (кроме государственной). Достаточно существенное внимание уделяется подъему промышленности – Россия должна быть развитой индустриальной страной, выпускающей конкурентоспособную продукцию (7 упоминаний – все положительные). Меньше внимания в программе отведено аграрному или сельскохозяйственному сектору (всего 3 упоминания, 2 положительных).

Экономическая программа **Коммунистической Партии Российской Федерации** существенно отличается от других и содержит в себе ряд интересных моментов. Так, например, очевиден переход от государственной собственности к другим видам (гос. собственность – 2 упоминания, из них 1 со знаком +; нейтральное отношение к частной собственности – 2 упоминания, одно положительное, другое отрицательное; общественная собственность – из 9 упоминаний 4 положительных, 1 отрицательное, 4 нейтральных). Наблюдается также больший акцент на поднятии сельского хозяйства, жизни села и деревни (из 9 упоминаний 7 положительных). При этом промышленность встречается только 5 раз (4 в положительном аспекте). Один раз говорится о необходимости инвестирования отечественного производства, но при этом остается неясным, каким инвестициям отдается предпочтение (российским или зарубежным). Необходимым также считается проведение налоговой реформы, ужесточение налоговых сборов с граждан, имеющих «сверхвысокие доходы»[[39]](#footnote-39). При этом вмешательство государства в экономику продолжает оставаться высоким. Участие масс в управлении государством планируется осуществлять через «Советы, профсоюзы, ... и другие органы народовластия»[[40]](#footnote-40). В программе 30 раз встречается положительное упоминание государства (15 нейтральных и одно отрицательное), часто проходит идея о возрождении единого союзного государства, о борьбе за национально-государсвтенные интересы. Правда, не смотря на идею союзного государства, присутствует достаточно мало упоминаний о регионах, на которые КПРФ «возлагает большие надежды»[[41]](#footnote-41) (2 положительных упоминания из 3). В то же время неоднократно говорится об опасности возведения государственного контроля и управления в абсолют. Необходимость досрочных президентских выборов. Исключение революционного исхода, не отрицается парламентский способ борьбы. (1 положительное упоминание, 1 отрицательное). Говорится о создании правительства народного доверия и спасения (в основном, упоминания правительства нейтральны – 1 положительное из 4). Немалая роль отводится органам власти (5 положительных упоминаний из 6) – обеспечение безопасности, защита прав граждан и т.д. По одному положителному упоминанию у милиции, прокуратуры. Ничего не говорится об армии, но делается акцент на укреплении военно-помышленного комплекса. Провозглашается построение социалистического общества (10 положительных упоминаний, 5 нейтральных). В области социальной политики, как это ни странно, но особоых льгот со стороны государства не отмечается (всего 5 упоминаний различного рода социальных гарантий – стипендий, пенсий, пособий – в положительном аспекте). Большое внимание уделяется науке, образованию, развитию культуры, правда при этом только одно упоминание школы – ей отводится несравнимо несущественная роль, хотя, казалось бы, именно школа должна стать основой социалистического воспитания. В целом вся программа партии ориентирована только на решение внутренних проблем (полное отсутствие внешнеполитических задач, целей). Интересно весьма лояльное отношение партии к религии (под свои знамена КПРФ не прочь принять гонимых ранее верующих, православных). Провозглашается уважение к любым религиозным верованиям (всего 3 положительных упоминания).

Открывая тезисы платформы избирательного блока **«Межрегиональное Движение «Единство» (Медведь)»**, сталкиваемся с тем, что экономическая составляющая тезисов прописана очень бегло и неподробно. Проанализировав тезисы, можно сделать вывод о том, что Единство отрицательно относится к государственной собственности (1 упоминание - и оно отрицательное), при этом предпочтение отдается частной собственности (3 положительных упоминания из 4). Что касается промышленности, то ее упоминание встречается только 2 раза в отрицательном и положительном аспектах, причем положительное отношение заключается в поддержке развития и усиления армии и военно-промышленного комплекса. Аграрный или сельскохозяйственный комплекс не упоминается вообще, из чего следует вывод, что и особое значение ему не придается. Вскользь говорится о необходимости снизить налоги (1 положительное упоминание). Построение честного, справедливого государства, государства-защитника своих граждан. В целом – лояльное отношение к самому понятию «государство» и его вариациям (14 положительных упоминаний, 6 нейтральных, 5 отрицательных). Опора на регионы, поддержка и продвижение региональной политики, восстановление прав «ущемленных» регионов. Форма правления – президентская республика, но при этом необходим пересмотр президентских полномочий. Расширение думских полномочий, справедливый, честный, бескорыстный и компетентный состав Думы (6 положительных упоминаний из 7). Федеративное устройство государства, крепкая, сильная федерация (3 «за», 1 «нейтрально»). Единство обращает внимание на решение актуальных проблем в стране (в частности, проблема в Чечне – решение в основном силовыми способами). Поддержка правоохранительных органов, органов местного самоуправления (2 положительных употребления из 4). В сфере социальной политики внимание обращено только на пенсии (достойные, регулярные). В области образования, культуры – стремление возродить российскую науку, увеличить финансирование науки, культуры, образования. Отсутствие внешнеполитических задач.

Наиболее полно представлена программа общественного объединения **“Яблоко”**. Наибольшее предпочтение отдается частной собственности (4 положительных упоминания), но при этом не исключаются и другие формы собственности, в том числе государственная). Необходимо развивать промышленность (3 «+», 4 (0), 1(-) упоминаний). Отношение к сельскому хозяйству не отражено. Большая роль отводится инвестициям, причем как российским (4 положительных упоминания), так и иностранным (3 положительных упоминания). Остальные 15 упоминаний инвестиций не конкретизируются. Провозглашается также снижение налоговой нагрузки, налоговые льготы для ряда культурных организаций, упрощение налоговой системы (17 положительных упоминаний, 18 нейтральных, 1 негативное).

Что касается общеполитических вопросов, то здесь необходимо отметить частое упоминание сильного правового государства, проявляющего заботу о народе. Государство – это отражение интересов большинства населения, это профессионалы и компетентные специалисты. Но в то же время область государственного ведения и владения ограничивается во избежание государственного произвола и вседозволенности. В результате анализа получаем следущую картину: 20 положительных упоминаний государства, 29 нейтральных и 11 негативных. Предлагается федеративное укрепление России, недопущение дальнейшего территориального развала страны. Провозглашается необходимость помощи регионам, контроль за средствами, которые предназначены для регионов, преодоление разногласий между регионами и центром. Необходимо уничтожить произвол в регионах, правда при этом регионы не должны испытывать на себе сильную зависимость от центра, равно как и последний не должен злоупотреблять своими полномочиями. В целом отношение к регионам и региональной политике сводится к следующему распределению единиц анализа: 13 положительных упоминаний, 15 нейтральных и 10 негативных. Достаточно большой (по сравнению с другими) акцент в программе сделан на «реальной федерации»[[42]](#footnote-42) как на наиболее эффективном способе управления государством, на развитии принципов федерализма (17 положительных упоминаний, 19 нейтральных и 1 негативное). Заметно негативное отношение к существующему правительству[[43]](#footnote-43) (1 положительное упоминание, 6 нейтральных и 3 негативных). Большое внимание в программе уделяется роли судов и армии. Речь идет об усилении судебных полномочий, проведении судебной реформы, создании независимого, уважаемого и компетентного суда (17 положительных употреблений, 5 нейтральных, 1 негативное). В области военной политики планируется переход к профессиональной армии, усиление и укрепление военной мощи России (5 положительных упоминаний, 1 нейтральное). В области социальной политики существенное внимание уделяется обеспечению льгот: налоговых (в большей степени), льгот по призыву в армию, пенсий (людям пенсионного возраста, а также определенные стипендии талантливым российским ученым). Отдельно по каждой единице анализа получается следующее распределение:

|  |
| --- |
| Социальная политика |
|  | + | 0 | -  |
| льгота | 8 |  |  |
| пенсия | 6 | 1 |  |
| стипендия | 1 |  |  |
| пособие | 1 |  |  |

 Пожалуй, наиболее полно (по сравнению с другими рассматриваемыми мной программами партий) вопрос об образовании, науке и культуре рассмотрен именно у Яблока. Планируется создание эффективной, общедоступной школы (3 (+), 1 (0)), строгое распределение финансовых потоков на нужды образования («образование» употребляется 15 раз в положительном аспекте, 2 – в нейтральном), реализация культурных запросов всех народов России («культура» - 10 положительных упоминаний, 2 нейтральных), увеличение расходов на науку, поддержка предпринимательства в научной деятельности, развитие программы интеграции науки («наука» - 13 положительных упоминаний, 1 нейтральное).

 В сфере международных проблем можно проследить достаточно нейтральное отношение к США (два упоминания, одно с плюсом, другое с минусом), желание сотрудничать с Европой (4 положительных, 1 нейтральное упоминание), осторожное отношение к НАТО (желание противостоять, а не заискивать или искать пути к сближению: «НАТО» упоминается 2 раза в негативном аспекте), интересы России связываются с повышением роли ООН (всего 3 положительных упоминания).

 Однако задачей данного исследования не является сравнение программ партий между собой. Необходимо определить местоположение каждой партии на семантической шкале. Для этого мне хотелось бы воспользоваться схемой многопартийности. Но перед этим несколько слов о семантической шкале.

Революционным для гуманитарных наук стал разработанный Чарльзом Осгудом в 1957 году метод *семантического дифференциала*, который представляет собой измерительную технику, основанную на применении факторного анализа к исследованию значений. По словам его создателя, семантический дифференциал является в основном комбинацией метода контролируемых ассоциаций и процедур шкалирования. В методике семантического дифференциала процесс описания исследуемого объекта заключается в помещении его в экспериментальный континуум, определяемый парой антонимичных терминов, например, "хорошо-плохо", "тепло-холодно", "север-юг", "добро-зло" и т.п.

Развитием семантического дифференциала в области контент-анализа явилась *семантическая шкала*, которую обычно определяют как алгоритм, с помощью которого осуществляется измерение в тех случаях, когда оно является отображением изучаемых объектов в числовую математическую систему. С помощью семантической шкалы каждому понятию ставится в соответствие число, называемое шкальным значением объекта. Примерами семантических шкал, ориентированных на моделирование политической реальности, могут служить пятибалльные шкалы политической ориентации "*левые(1) — левоцентристы(2) — центристы(3) — правоцентристы(4) — правые(5)*" или "*реакционеры(1) — консерваторы(2) — умеренные(3) — либералы(4) — радикалы(5)*".

Понятно, что эти шкалы могут служить измерительными инструментами в ходе экспертной оценки политической ориентации высказываний политических деятелей. В этом случае, например, политическую ориентацию по результатам анализа высказываний российского политика Владимира Жириновского можно оценить по шкале "левый-правый" как в 4 балла (правоцентристскую), а по шкале "либерал-консерватор" в 2 балла (консервативную).

Очевидно, что использование в ходе моделирования двух или нескольких семантических шкал позволяет создать *семантическое пространство*. Семантическое шкала или пространство, представляют собой систему признаков, описаний объектной и социальной действительности, определенным образом структурированная.

При геометрическом представлении семантического пространства значение отображается соответственно как точка оси или как вектор с заданными координатами внутри n-мерного пространства, координатными осями которого выступают выделенные категории-факторы.

**Схема многопартийности[[44]](#footnote-44)**

####  Левые Правые

4

 3

центристы

2

5

умеренные

6

радикалы

(экстремисты)

1

Из этой схемы видно, что чем дальше отходить от центра влево или вправо, тем сильнее желание достичь своей цели (власти) более быстрым способом. Внутри параболы находится реальное идеологическое поле, которое можно разделить на три части (центристы, умеренные, радикалы). Из этого следует и шесть различных идеологий:

1 – Левые радикалы. Стремление к созданию равенства как можно скорее и в как можно более глобальном масштабе. Здесь наблюдается абсолютное доминирование общественного над индивидуальным. Исключительно революционный вариант развития. Идея реформирования отрицается как на практическом, так и на теоретическом уровнях.

2 - Умеренные левые. Могут называться коммунистами парламентского типа, социалистами или демократическими левыми. Их объединяет признание возможности революции в теории. Но у большинства революция рассматривается как возможный, но наименее желательный путь развития. Установка – на приход к власти через демократические выборы. Отдается предпочтение парламентской работе.

3 – Левый центр. Идея равенства уменьшается. Это социал-реформисты. Могут называться социалистами, правыми социалистами. Отрицание революционного пути развития как такового. Революции просто не должно быть. Процесс преобразований должен занять около 10 лет. Главная задача – обеспечить высокий уровень жизни. В условиях высоко развитой экономики действует принцип перераспределения доходов. Идея рабочего контроля на производстве. Коллективная форма собственности – кооператив.

4 – Правый центр. Либералы. Могут быть неолибералы, либерал-демократы. Истоки идеологии – Западная Европа периода Нового Времени. Идеологи: Дж. Локк (каждый должен быть уверен в сохранении своих естественных прав – на жизнь, на свободу, на имущество). Человек должен поступать с другими так, как хочет, чтобы поступали с ним самим. Но это не предполагает безграничности прав. Позднее эти идеи развивали Кант, А. Смит, Дж. Ст. Миль, Кейнс, Дж. Дьюи. От Канта идет идея о государственном регулировании прав и свобод человека. В центре внимания находится идея человека и его защита от негативного влияния. Незначительный приоритет свободы над равенством. Здесь же развиваются идеи государства всеобщего благоденствия. Оно базируется на вкладе каждого человека во всеобщее благо. Отчасти это реализовано в американском варианте.

5 – Умеренные правые. Элемент индивидуализма присутствует еще больше, чем в предыдущей идеологии. Представители данной идеологической мысли могут называться консерваторами, неоконсерваторами. Представители нашей политики предпочитают называть себя радикальными либералами. Здесь наблюдается идея природного неравенства людей. (XVIII в. – Э. Берг «Размышления о революции во Франции») Абсолютное неприятие революционных преобразований. Обществам изначально присуще неравенство (в физической, экономической и интеллектуальной сферах). Признается идея формального равенства всех перед законом.

Концепция современного консерватизма – общество двух третей. (Процветающая часть 2/3 и неблагополучная одна треть общества). Формальное равенство всех перед законом, выдвигается идея равенства стартовых возможностей (заканчивающаяся неравенством в результатах). Те, кто попадает в неудачный третий сегмент – неудачники, которых процветающая часть не будет на себе тащить. Социальные пособия предусматриваются, но по минимуму.

В этой идеологии наблюдается снижение вмешательства государства в экономику (снижение социальных льгот, налогообложения).

6 – Правые радикалы. Идея неравенства возведена в абсолют. Свобода для сильного. Ответвление от консерватизма. Такие идеологи как Ницше «Доктрина фашизма», Гитлер «Национал-социализм». Присутствует идея расизма. Сейчас представители данной идеологии любят называть себя «новыми правыми».

Картина из шести секторов является не вполне адекватной существующей политической действительности. Раскол культуры при Петре I дошел и до наших дней. Спор о том, стоит ли России перенимать западный образ жизни, ведется до сих пор и во многом находит отражение в идеологиях различных партий. Поэтому необходимо добавить третье измерение, культурно-мировоззренческое. После построения схем разместим на них 4 вышеупомянутые организации.

западники

левые

правые

4

3

незападники

5

2

6

1

Единство 3а – 3б

СПС

ЗАПАДНИКИ (б)

5б

Яблоко 4б

## ЛЕВЫЕ

ПРАВЫЕ

КПРФ

2а

НЕЗАПАДНИКИ (а)

Из нарисованных схем видно, что **«Единство»** попадает в промежуток **между 3а и 3б.** То есть здесь мы находимся в области левого центра, социал-реформистов. Не совсем понятна их позиция «западники-незападники», поэтому мы их расположили посередине.

 **СПС** располагается в правом умеренном крыле. Это современные консерваторы, ориентированные на Запад - **5б**.

 Заметное смещение в идеологии наметилось (по результатам анализа) у **КПРФ**. Они находятся в левом умеренном крыле. Коммунисты парламентского типа, игнорирующие Запад – **2а**.

 И, наконец, **Яблоко** занимает четкую позицию в левом центре, ориентированном на западные ценности – **4б**.

**3. Выводы и заключение**

 В заключение хотелось бы сказать несколько слов о перспективах компьютерных технологий контент-анализа. Вряд ли нужно доказывать, что наличие современной вычислительной техники, средств связи является важным средством политики, то есть средством получения, удержания и использования власти.

 Думается, понятно, что наличие, например, у кандидатов на пост президента или депутата средства, которое позволяло бы собирать, хранить, быстро разыскивать материалы СМИ и другие немаловажные документы, оперативно анализировать их, получать экспертные оценки высказываниям политиков и журналистов, агрегировать эти оценки в гибких компьютерных моделях, дало бы претендентам на кресло главы государства или же парламентского деятеля важное, а возможно и подавляющее преимущество над конкурентами. Действительно, наличие возможности оценивать вероятные изменения в расстановке сил и распределении интересов, прогнозировать возможные последствия тех или иных предвыборных шагов, предсказывать ответные действия оппонентов, отслеживать возможные противоречия в их публичных выступлениях, определять отношение различных СМИ к кандидату, предлагать варианты политических решений, - все это является важными инструментами предвыборной борьбы.

 Более точно знаменитое выражение великого английского гуманиста Фрэнсиса Бэкона "Знание есть сила" следовало бы переводить как "Информация есть власть". Использование семантических инструментов контент-анализа, информации средств массовой коммуникации не только позволяет человеку-кандидату в президенты и т.п. делать системные оценки политической реальности, но и дает возможность узнать "*добро и зло*", то есть стать "*как один из Нас*"[[45]](#footnote-45). Другими словами, контент-анализ является важным инструментом стратегического планирования президентской и других предвыборных кампаний, позволяющий получить важную информацию, необходимую для распределения материальных и людских ресурсов, определения событийного ряда, создания медиа-планов, разработки информационной и рекламной кампаний. Кроме того, это и один из способов манипуляции общественным сознанием.

 Итак, какие же возможности предоставляет исследователю метод социологического анализа текстов? Если у исследователя имеется текст, значит он многое может сказать об его авторе и даже об адрессате. В любой момент можно проследить, что объединяет два или более текстов, что в них различного, проявляется ли какая-нибудь тенденция. Как уже было показано в данной работе, незаменимым является контент-анализ в политической сфере. Анализ материалов, регулярно выходящих в эфир, дает возможность увидеть, какую информационную политику осуществляет то или иное лицо (неважно – юридическое или физическое), какие тематические подборки преобладают в ежедневной информации, каких явно не хватает; какую политическую (культурную) картину рисует определенная организация, компания, группа, партия и проч. для своей аудитории; обеспечивается ли реальный плюрализм или же преобладает монополизм одних и тех же социальных групп. Что отличает один информационный канал от другого, какие информационные источники использует каждый из них, чем отличается тематика конкурентов, что в ней схожего, что именно можно было бы изменить, позаимствовать или привнести – все эти и многие другие задачи можно ставить и решать, используя метод социологического анализа текстов, метод контент-анализа.

Список использованной литературы

1. Баранов А.В. Опыт текстового анализа //Материалы совещания «Количественные методы в социальных исследованиях». Сухуми, 1967. М., 1968.
2. Баранов А.В. Опыт текстового анализа газеты // Количественные методы в социальных исследованиях. Инф.бюл. ИКСИ АН СССР. 1968. №9
3. Грачев М.Н. Политика, политическая система, политическая коммуникация. – М.:НОУ МЭЛИ, 1999.
4. Зарубин В.Г., Макаридина В.А. Математические методы в политологии и социологии. – С-Пб., 1993.
5. Известия, 13.07.95 // «Авторов Чеченской республики пока не нашли»
6. Информационный бюллетень ИКСИ АН СССР «47 пятниц (выпуск 1). Функционирование общественного мнения в условиях города и деятельность государственных и общественных институтов», №10(25), М., 1969. «47 пятниц (выпуск 5). Контентный анализ: методика и организация», №15(30). М., 1969.
7. Комсомольская правда, // 01.07.95 «Аркадий Вольский встретился...»
8. Краснов Б.И. Предмет и специфика прикладной политологии // Общая и прикладная политология / Под общ. ред. В.И.Жукова, Б.И.Краснова. – М., 1997.
9. Мангейм Д. и Рич Р. Политология и методы исследований. – М.: Издательство «Весь мир», 1997
10. Мангейм Д., Рич Р. Анализ общественной политики и оценка программ // Политические исследования. 1991. № 3.
11. Михальская А.К. Метод анализа и описания речевого поведения политика в интервью. // Журналистика в 1999 г. Тез.науч.-практ.конф. Часть 5. М., МГУ, 2000. –1 п.л.
12. Михальская А.К. О речевом поведении политиков // НГ-сценарии. 1999.№ 6 (40).
13. Ньюман Л. Неопросные методы исследования. // Социс - М. - 1998 - №6.; Толстова Ю., Масленников Е. Качественная и количественная стратегии //Социс - №10 - 2000.
14. Ньюман Л. Неопросные методы исследований. //Социс, 1998, №6.
15. Правый манифест // Парламентские выборы в России. Год 1999. Избирательные объединения и блоки, их лидеры и программные документы, результаты выборов / Авт.-сост. М.Н. Грачев. – М., 2000 http://www.pravdelo.ru/sps4\_manifest.htm
16. Проблемы контент-анализа в социологии. Мат-лы Сибирского социологического семинара. – Новосибирск, 1970.
17. Программа Коммунистической партии Российской Федерации // Материалы III съезда КПРФ. – М., 1997. http://www.kprf.ru/party/program.html
18. Районная газета в системе журналистики /Под ред. А.И. Верховской и Е.П. Прохорова. М., 1977.
19. Рытов А. «Опыт применения контент-анализа в биографическом исследовании цесаревича Александра Николаевича Романова» http://bpa.by.ru/tsar1.htm
20. Сафразьян Л., Сафразьян Т. Часть правды о Березовском. // "Эксперт". 1999. № 6
21. Сморгунов Л.В. Сравнительная политология: история, методология и тематика // Политические процессы в России в сравнительном измерении. Выпуск 1. Сравнительная политология. – С-Пб., 1997.
22. Тезисы предвыборной платформы избирательного объединения «Межрегиональное движение «Единство» («Медведь») // Парламентские выборы в России. Год 1999. Избирательные объединения и блоки, их лидеры и программные документы, результаты выборов / Авт.-сост. М.Н. Грачев. – М., 2000. http://grachev62.narod.ru/V-99/VB\_99\_14.html
23. Тимохина А.А. Контент - анализ как метод исследования средств массовой информации (на примере исследования рекламы лекарственных средств) - http://www.glasnet.ru/~asch/sociology/questions/quest48html
24. Федотова Л.Н. Методика конкретных социологических исследований и международная журналистика – М.: Научный мир, 1991.
25. Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. – М.: Научный мир, 2001.
26. Федотова Л.Н. ТАСС и РИА в средствах массовой информации // Вестн. Моск. ун-та. Сер.10, Журналистика. 1992. №3
27. Хрусталев М.А. Теория политики и политический анализ. – М., 1992.
28. Чураков А.Н. Компъютерный контент-анализ. М.: Институт социологии РАН, 1996.
29. Элеазер А.В. // Исследование избирательных стратегий – метод контент-анализа // Политология в России http://www.polit.spb.ru/art.php3?rub=34&id=9811
30. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: Издательство «Добросвет», 1998
31. Яковлев И. Электоральные технологии и президентские выборы. // Картес, 2000, №6.
32. Яковлев И.Г. Проблемы политического анализа на основе компьютерных технологий. – М., 1998.
33. Яковлев И.Г. Электоральные технологии и президентские выборы. – Кишинев: CAPTES, 2000.
34. Berelson B. “Content Analysis in Communication Research. Glencoe, I11.: The Free Press, 1952.
35. Berelson B. “Content Analysis in Communication Research. Glencoe, I11.: The Free Press, 1952
36. НПИЦ «МикроСистемы» // http://www.analyst.ru/
37. Будущее. Доверие. Безопасность. http://www.yabloko.ru/Union/Program/prog-99.html
38. Lasswell H. “The Uses of Content Analysis Data in Studying Social Change // Sience and Culture.1967. Vol.33.No4
39. Lasswell H. and associates. The Politically Significant Content of the Press: Coding Procedures // Journalism Quarterly. March 1942. Vol.19.No.1
1. В лексике социологов существует и другое название данного метода – анализ содержания. Данный термин активно использует Федотова Л.Н. в своей книге «Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации», М.: Научный мир, 2001 [↑](#footnote-ref-1)
2. Федотова Л.Н. ТАСС и РИА в средствах массовой информации // Вестн. Моск. ун-та. Сер.10, Журналистика. 1992. №3.с.27-39 [↑](#footnote-ref-2)
3. Ньюман Л. Неопросные методы исследования. // Социс - М. - 1998 - №6.; Толстова Ю., Масленников Е. Качественная и количественная стратегии //Социс - №10 - 2000. [↑](#footnote-ref-3)
4. Подробнее об этом см. Глава I, 1.Возможности контент-анализа и его появление в советской социологии. [↑](#footnote-ref-4)
5. Чураков А.Н. Компъютерный контент-анализ. М.: Институт социологии РАН, 1996 [↑](#footnote-ref-5)
6. Лассвелл Г. «Техника пропаганды в первой мировой войне» 1927 г.Ряд исследователей истории социологии называют Лассвелла «патриархом» контент-анализа. Но при этом не стоит забывать имена таких известных исследователей контент-анализа как Мангейм Дж. Б. и Рич Р.К. Политология и методы исследований. - М. -1997 [↑](#footnote-ref-6)
7. Berelson B. “Content Analysis in Communication Research. Glencoe, I11.: The Free Press, 1952 [↑](#footnote-ref-7)
8. Политология в России // Элеазер А.В. Исследование избирательных стратегий – метод контент-анализа // http://www.polit.spb.ru/art.php3?rub=34&id=9811 [↑](#footnote-ref-8)
9. Рытов А. «Опыт применения контент-анализа в биографическом исследовании цесаревича Александра Николаевича Романова» http://bpa.by.ru/tsar1.htm [↑](#footnote-ref-9)
10. Соколова И.В. «Социальная информатика и социология: проблемы и перспективы взаимосвязи. »
 1999 г. [↑](#footnote-ref-10)
11. Lasswell H. “The Uses of Content Analysis Data in Studying Social Change // Sience and Culture.1967. Vol.33.No4 [↑](#footnote-ref-11)
12. Berelson B. “Content Analysis in Communication Research. Glencoe, I11.: The Free Press, 1952 [↑](#footnote-ref-12)
13. Баранов А.В. Опыт текстового анализа газеты // Количественные методы в социальных исследованиях. Инф.бюл. ИКСИ АН СССР. 1968. №9 [↑](#footnote-ref-13)
14. Баранов А.В. Опыт текстового анализа //Материалы совещания «Количественные методы в социальных исследованиях». Сухуми, 1967. М., 1968. С.80, 86 [↑](#footnote-ref-14)
15. См. Информационный бюллетень ИКСИ АН СССР «47 пятниц (выпуск 1). Функционирование общественного мнения в условиях города и деятельность государственных и общественных институтов», №10(25), М., 1969. 204с., «47 пятниц (выпуск 5). Контентный анализ: методика и организация», №15(30). М., 1969. 199с. [↑](#footnote-ref-15)
16. Районная газета в системе журналистики /Под ред. Верховской А.И. и Прохорова Е.П.. М., 1977. 262 с. [↑](#footnote-ref-16)
17. В ходе выпуска в свет сообщений и докладов участников неоднократно констатировался тот факт, что профессионалов в этой области очень мало и те не являются профессионалами в полном смысле этого слова. См. Об этом Проблемы контент-анализа в социологии. Мат-лы Сибирского социологического семинара. Новосибирск, 1970. С.30 [↑](#footnote-ref-17)
18. Политология в России // Элеазер А.В. Исследование избирательных стратегий – метод контент-анализа // http://www.polit.spb.ru/art.php3?rub=34&id=9811 [↑](#footnote-ref-18)
19. Сафразьян Л.и Сафразьян Т.Часть правды о Березовском. // "Эксперт". 1999. № 6 [↑](#footnote-ref-19)
20. Зарубин В.Г., Макаридина В.А. Математические методы в политологии и социологии. - С-Пб. - 1993. [↑](#footnote-ref-20)
21. Михальская А.К. Метод анализа и описания речевого поведения политика в интервью. // Журналистика в 1999 г. Тез.науч.-практ.конф. Часть 5. М., МГУ, 2000. –1 п.л. [↑](#footnote-ref-21)
22. Михальская А.К. О речевом поведении политиков // НГ-сценарии. 1999..№ 6 (40). [↑](#footnote-ref-22)
23. Михальская А.К. О речевом поведении политиков // НГ-сценарии. 1999..№ 6 (40). [↑](#footnote-ref-23)
24. В работе проводится анализ речевого поведения таких известных политических деятелей как Жириновский В.В., Зюганов Г.А., Лебедь А.И., Лужков Ю.М., Примаков Е.М., Явлинский Г.А. [↑](#footnote-ref-24)
25. Мангейм Д. и Рич Р. Политология и методы исследований. - М. -1997 - стр. 270. [↑](#footnote-ref-25)
26. Яковлев И. Электоральные технологии и президентские выборы. - Кишинев - 2000 - yakovlev@matrik.ru [↑](#footnote-ref-26)
27. Ньюман Л. Неопросные методы исследований. //Социс - №6 - 1998. [↑](#footnote-ref-27)
28. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: «Добросвет», «Книжный дом «Университет», 1998 [↑](#footnote-ref-28)
29. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: «Добросвет», «Книжный дом «Университет», 1998 [↑](#footnote-ref-29)
30. НПИЦ «МикроСистемы» // http://www.analyst.ru/ [↑](#footnote-ref-30)
31. Об этом см.: Lasswell H. and associates. The Politically Significant Content of the Press: Coding Procedures // Journalism Quarterly. March 1942. Vol.19.No.1 [↑](#footnote-ref-31)
32. «Авторов Чеченской республики пока не нашли» // Известия, 13.07.95 [↑](#footnote-ref-32)
33. «Аркадий Вольский встретился...» // Комсомольская правда, 01.07.95 [↑](#footnote-ref-33)
34. Грачев М.Н. Политика, политическая система, политическая коммуникация. – М.:НОУ МЭЛИ, 1999 стр. 79 [↑](#footnote-ref-34)
35. http://www.yabloko.ru/Union/Program/prog-99.html [↑](#footnote-ref-35)
36. http://www.pravdelo.ru/sps4\_manifest.htm [↑](#footnote-ref-36)
37. http://www.kprf.ru/party/program.html [↑](#footnote-ref-37)
38. http://grachev62.narod.ru/V-99/VB\_99\_14.html [↑](#footnote-ref-38)
39. http://www.kprf.ru/party/program.html [↑](#footnote-ref-39)
40. http://www.kprf.ru/party/program.html [↑](#footnote-ref-40)
41. http://www.kprf.ru/party/program.html [↑](#footnote-ref-41)
42. http://www.yabloko.ru/Union/Program/prog-99.html [↑](#footnote-ref-42)
43. Программа была написана в 1999 году. [↑](#footnote-ref-43)
44. Грачев М.Н. Политика, политическая система, политическая коммуникация. – М.:НОУ МЭЛИ, 1999 стр. 79 [↑](#footnote-ref-44)
45. Яковлев И.Компьютерные технологии контент-анализа прессы в планировании президентских избирательных кампаний. // сб. Электоральные технологии и президентские выборы*.* – Кишинев: CAPTES, 2000. – 189 с. [↑](#footnote-ref-45)