**Содержание**

 **Стр.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Введение** | **6** |
| **1.Типы информационных массивов и единицы**  **контент-анализа** | **8** |
|  **1.1 «Физические» единицы** | **8** |
|  **1.2 Структурно-семиотические единицы** | **10** |
|  **1.3 Понятийно-тематические единицы** | **10** |
|  **1.4 Референциальные и квазиреференциальные** **единицы** | **11** |
|  **1.5 Пропозициональные единицы и оценки** | **11** |
|  **1.6 Макроструктурные единицы** | **12** |
|  **1.7 Единицы, представляющие результаты** **концептуальных операций** | **13** |
|  **1.8 . «Поэтические» единицы** | **13** |
| **2 Частотные и системные характеристики в**  **контент-анализе** | **14** |
|  **2.1 Единицы, категории и признаки** | **14** |
|  **2.2 «Фронтальный» и «рейдовый» контент-анализ** | **14** |
|  **2.3 Обработка, презентация и интерпретация**  **результатов** | **15** |
| **Литература** | **18** |

 **Ведение**

Контент-анализ,количественный анализа текстов и текстовых массивов с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей. Основная идея контент-анализа проста и интуитивно наглядна. При восприятии текста и особенно больших текстовых потоков мы достаточно хорошо ощущаем, что разные формальные и содержательные компоненты представлены в них в разной степени, причем эта степень по крайней мере отчасти поддается измерению: ее мерой служит то место, которое они занимают в общем объеме, и/или частота их встречаемости. *Через все выступления X-а красной нитью проходит тема Y*; *X постоянно обращался в своей речи к проблеме Y*; *Он не упускал ни одного случая, чтобы не лягнуть Z-а*; *Ну, задудел в свою дуду*, – все эти выражения, число которых можно легко увеличить, свидетельствуют об осознании нами такого феномена, как наличие в изливающемся на нас информационном потоке некоторых настойчиво повторяющихся тем, образов, ссылок на проблемы, оценок, утверждений (*Карфаген должен быть разрушен* или *Российская экономика задыхается без инвестиций*), аргументов, формальных конструкций, конкретных имен и т.д. Более того, подобно тому как в мире механики мы ощущаем не скорость, а ускорение, так и при восприятии текста мы особенно хорошо осознаем именно динамику содержания – те случаи, когда, например, кого-то вдруг перестают или начинают бранить или когда в текстах вдруг появляется какая-то новая тема.

Замысел контент-анализа заключается в том, чтобы систематизировать эти интуитивные ощущения, сделать их наглядными и проверяемыми и разработать методику целенаправленного сбора тех текстовых свидетельств, на которых эти ощущения основываются. При этом предполагается, что вооруженный такой методикой исследователь сможет не просто упорядочить свои ощущения и сделать свои выводы более обоснованными, но даже узнать из текста больше, чем хотел сказать его автор, ибо, скажем, настойчивое повторение в тексте каких-то тем или употребление каких-то характерных формальных элементов или конструкций может не осознаваться автором, но обнаруживает и определенным образом интерпретируется исследователем – отсюда принадлежащее социологу А.Г.Здравомыслову полушутливое определение контент-анализа как «научно обоснованного метода чтения между строк». Реально главной отличительной чертой контент-анализа является не его декларируемая во многих определениях «систематичность» и «объективность» (эти черты присущи и другим методам анализа текстов), а его квантитативный характер. Контент-анализ – это прежде всего количественный метод, предполагающий числовую оценку каких-то компонентов текста, могущую дополняться также различными качественными классификациями и выявлением тех или иных структурных закономерностей. Поэтому наиболее удачным определением контент-анализа можно считать то, которое зафиксировано в относительно недавней книге книге Мангейма и Рича: контент-анализ – это систематическая числовая обработка, оценка и интерпретация формы и содержания информационного источника. С точки зрения лингвистов и специалистов по информатике, контент-анализ является типичным примером прикладного информационного анализа текста, сводящегося к извлечению из всего разнообразия имеющейся в нем информации каких-то специально интересующих исследователя компонентов и представлению их в удобной для восприятия и последующего анализа форме. Многочисленные конкретные варианты контент-анализа различаются в зависимости от того, каковы эти компоненты и что именно понимается под текстом. Конкретные прикладные цели контент-анализа также варьируют в широких пределах. Еще в 1952 американский исследователь Б.Берелсон сформулировал 17 целей, воспроизводимых с тех пор в пособиях по контент-анализу; в их числе – описание тенденций в изменении содержания коммуникативных процессов; описание различий в содержании коммуникативных процессов в различных странах; сравнение различных СМИ; выявление используемых пропагандистских приемов; определение намерений и иных характеристик участников коммуникации; определение психологического состояния индивидов и/или групп; выявление установок, интересов и ценностей (и, шире, систем убеждений и «моделей мира») различных групп населения и общественных институтов; выявление фокусов внимания индивидов, групп и социальных институтов и др. Исторически контент-анализ – наиболее ранний систематический подход к изучению текста. Самый первый упоминаемый в литературе контент-аналитический опыт (прикладная цель которого выглядит очень узнаваемой) – это проведенный в Швеции в 18 в. анализ сборника из 90 церковных гимнов, прошедших государственную цензуру и приобретших большую популярность, но обвиненных в несоответствии религиозным догматам. Наличие или отсутствие такового соответствия и определялось путем подсчета в текстах этих гимнов религиозных символов и сравнения их с другими религиозными текстами, в частности запрещенных церковью текстами «моравских братьев». В конце 19 – начале 20 вв. в США появились первые контент-аналитические исследования текстов массовой информации. Их мотивация выглядит удивительно знакомой: авторы задавались целью продемонстрировать прискорбное «пожелтение» тогдашней нью-йоркской прессы. В 1930–1940-х годах были выполнены исследования, признаваемые ныне классикой контент-анализа, прежде всего работы Г.Лассуэлла, деятельность которого продолжалась и в послевоенные годы. Во время Второй мировой войны имел место самый, пожалуй, знаменитый эпизод в истории контент-анализа – это предсказание британскими аналитиками времени начала использования Германией крылатых ракет «Фау-1» и баллистических ракет «Фау-2» против Великобритании, сделанное на основе анализа (совместно с американцами) внутренних пропагандистских кампаний в Германии. Начиная с 1950-х годов контент-анализ как исследовательский метод активно используется практически во всех науках, так или иначе практикующих анализ текстовых источников – в теории массовой коммуникации, в социологии, политологии, истории и источниковедении, в культурологии, литературоведении, прикладной лингвистике, психологии и психиатрии. Разнообразие конкретных проектов, реализованных за примерно 70-летнюю историю интенсивного использования контент-анализа, очень велико. Среди интересных проектов, выполненных за последние годы в России, можно назвать исследование образов и метафор, использовавшихся в 1996–1997 в ходе развернутой тогда в российской прессе дискуссии о национальной идее, а также выполненный в тот же период анализ текстов левонационалистической оппозиции. Локальные контент-аналитические проекты периодически реализуются в ходе различного рода социологических мониторингов – общенациональных и региональных. Наиболее широкое распространение контент-анализ получил в теории массовой коммуникации, политологии и социологии. Этим отчасти объясняется тот факт, что иногда этот термин используется как обобщающий для всех методов систематического и претендующего на объективность анализа политических текстов и текстов, циркулирующих в каналах массовой коммуникации. Однако такое расширительное понимание контент-анализа неправомерно, поскольку существует ряд исследовательских методов – либо специально разработанных для анализа политических текстов (например, метод когнитивного картирования), либо применимых и применяемых для этой цели (например, метод семантического дифференциала или различные подходы, предполагающие изучение структуры текста и механизмов его воздействия), – которые не могут быть сведены к стандартному контент-анализу даже при максимально широком его понимании.

Тем не менее контент-анализ действительно занимает среди аналитических методов особое место в силу того, что является среди них самым технологичным и в силу этого в наибольшей степени подходящим для систематического мониторинга больших информационных потоков. Помимо этого, контент-анализ достаточно гибок для того, чтобы в его рамки мог быть успешно «вписан» весьма разнообразный круг конкретных типов исследований. Наконец, будучи в основе своей количественным методом (хотя и содержащим немалую качественную составляющую), контент-анализ в определенной степени поддается формализации и компьютеризации.

**1. ТИПЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ МАССИВОВ И ЕДИНИЦЫ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА**

Основа контент-анализа – это подсчет встречаемости некоторых компонентов в анализируемом информационном массиве, дополняемый выявлением статистических взаимосвязей и анализом структурных связей между ними, а также снабжением их теми или иными иными количественными или качественными характеристиками. Отсюда понятно, что главная предпосылка контент-анализа – это выяснение того, что считать; иными словами, определение единиц анализа. Единицы эти в зависимости от целей анализа, типа информационного массива, а также ряда дополнительных причин могут быть (и реально бывают) весьма разнообразными. К ним предъявляются два естественных, но, к сожалению, обычно плохо совместимых требования. С одной стороны, они должны легко и по возможности однозначно идентифицироваться в тексте; в идеале хотелось бы, чтобы их выявление вообще могло быть алгоритмизовано. Понятно, что такому требованию лучше всего удовлетворяют формальные элементы текста или же элементы, имеющие четко выраженные и однозначные формальные соответствия, например слова. С другой стороны, от единиц контент-анализа чаще всего требуется некая субъективная, да к тому же еще и зависящая от контекста значимость, делающая их распределение и динамику такого распределения диагностичными для выявления изменений в индивидуальном и общественном сознании, системах убеждений и т.д. – иными словами, единицы должны быть интересными для последующей (политологической, культурологической, социологической и т.д.) интерпретации. Между тем такие единицы (например, темы) носят собственно содержательный характер, и упоминание их в тексте может осуществляться многими разнообразными способами. Их идентификация в общем случае предполагает семантический анализ текста, проблема автоматизации которого, несмотря на многолетние усилия лингвистов и программистов, далека от решения. Характеристику единиц контент-анализа необходимо предварить кратким соображением о природе анализируемого информационного массива. В самом определении метода контент-анализа нет ничего, что препятствовало бы применению его к отдельно взятому тексту; более того, примеры такого анализа известны. Тем не менее существует ряд причин, по которым объектом контент-аналитических проектов обычно является не отдельный текст, пусть даже значительный по объему, а именно информационный массив, или информационный поток, состоящий из большого количества текстов. Во-первых, статистические закономерности проявляются тем более отчетливо, чем больше объем выборки. Во-вторых, большинство целей контент-анализа предопределяют его тяготение к компаративности; аналитиков чаще всего интересуют не одномоментные срезы, а динамика изменений, а если и срезы, то, как правило, «пестрые», отражающие, например, различные СМИ или сознание различных социальных групп. Наконец, при всем разбираемом ниже разнообразии единиц контент-анализа наиболее популярными являются различные макроединицы: темы и/или проблемы, пропозиции, образы и идеологемы. Таковых в отдельно взятых текстах и особенно в небольших по объему текстах СМИ обычно немного, да и новые макроединицы появляются не столь часто, поэтому оценить их динамику можно лишь на большом временном промежутке или при широком «горизонтальном сопоставлении». Таким образом, идея контент-анализа предполагает анализ больших информационных массивов; с другой стороны, его относительная дешевизна и технологичность делают такой анализ принципиально возможным. Поэтому не приходится удивляться тому, что в истории контент-анализа имеются такие проекты, как анализ 427 школьных учебников, 481 частной беседы, 4022 рекламных слоганов, 8039 (в 1938) и 19 533 (в 1952) редакционных статей или 15 000 персонажей в 1000 часов телевизионного эфирного времени. Конкретное разнообразие единиц контент-анализа практически безгранично, однако среди них можно выделить несколько основных типов. (Классификация, приводимая ниже, построена с учетом типологии К.Криппендорфа, однако отличается от нее весьма существенно.)

**1.1. «Физические» единицы.** Под таковыми понимаются сущности с четко очерченными физическими, геометрическими или временными границами, как, скажем, экземпляры книги, номера газет, экземпляры плакатов или листовок, фотографии и т.п. Идентификация и подсчет их не составляют особого труда, однако необходимость в таком подсчете возникает достаточно редко; подсчет, скажем, листовок или книг чаще всего осуществляется с целью оценки представленности какой-то тематики или оценки, т.е. реально используются единицы других, характеризуемых ниже типов единиц – обычно концептуальных, пропозициональных или тематических.

**1.2. Структурно-семиотические единицы.** Под таковыми имеются в виду основные элементы семиотических систем (*см*. СЕМИОТИКА). В случае естественного языка это:

– лексика языка (слова и их эквиваленты, например выражение *железная дорога* или термин *контент-анализ*, т.е. то, что фиксируется в словарях) и

– грамматические показатели (например, отрицательные частицы или показатели таких категорий, как, скажем, отглагольные имена).

Количественный подсчет встречаемости слов в тексте – это, пожалуй, самый простой вариант контент-анализа, который, однако, зачастую способен давать небезынтересные результаты. Чаще всего, конечно, подсчитываются «интересные», или «ключевые» слова и/или словосочетания, например названия ценностных категорий типа *свобода*, *стабильность*, *доверие*, *территориальная целостность*; сценариев типа *предательство* или *разочарование*; достаточно однозначные обозначения тех или иных общественно значимых явлений, например *коррупция*, *преступность* или *терроризм*; значимые атрибуты наподобие *жесткий*, *решительный*; эмоционально окрашенная оценочная лексика типа *разрушительный, неудержимый, подлый, кошмарный, человеконенавистнический*; слова-пароли (тоже зачастую эмоционально окрашенные) типа *патриоты*, *коммунофашисты*, *мондиалисты* или *белопридурки*; слова, сильно активизированные в конкретный момент времени, вроде «Семья» или «Мабетекс» в начале осени 1999 или все та же «Семья» и «Медиа-Мост» в конце весны 2000 в России, *терроризм* во множестве стран мира осенью 2001 и т.д.

Контент-анализ грамматических категорий представляет собой достаточно редкое исследовательское начинание, стимулом к которому является гипотеза (весьма правдоподобная) о том, что употребление грамматических форм в меньшей степени, чем употребление лексики, контролируется автором текста и поэтому может послужить источником таких сведений о нем, которые он сам вовсе не собирался делать доступными своим читателям. В политической психологии существует специальная исследовательская методика, так называемый анализ когнитивной сложности, которая на основе фактически контент-аналитической процедуры позволяет делать выводы о том, насколько простым (или, напротив, сложным) является видение политической ситуации автором текста и как оно меняется со временем. Единицами контент-анализа, лежащего в основе оценки когнитивной сложности, являются, например, относимые обычно к служебной лексике категорические квантификаторы типа *всегда*, *никогда*, *всякий*, которым противостоят квантификаторы типа *иногда*, *некоторый* и т.п.; категорические (вроде знаменитого *однозначно*) оценки истинности в противоположность осторожным *возможно* или *не исключено, что*; языковые средства дифференцированного рассмотрения ситуации наподобие *с одной стороны... с другой стороны*; упоминания *взаимодействия*, *баланса*, *взаимозависимости*, *компромисса* и т.д. Известны и примеры контент-анализа чисто грамматических средств, например исследования соотношения глагольных форм, обозначающих, соответственно, процессы и результаты, исследование номинализованных (с отглагольными именами типа *построение*, *усиление* и т.п.) конструкций в языке партийных документов брежневского времени, отрицания в политическом тексте и др. Поскольку объектами контент-анализа могут быть не только вербальные (естественноязыковые), но и другие виды текстов (например, карикатуры, фотоснимки, рекламные клипы), постольку в числе структурно-семиотических единиц контент-анализа могут присутствовать визуальные и звуковые (чаще всего музыкальные) образы и символы, которые могут анализироваться на тех же основаниях, что и единицы естественного языка.

**1.3. Понятийно-тематические единицы.** В большинстве случаев контент-аналитик интересуется не словами как таковыми и тем более не грамматическими категориями, а стоящими за словами значимыми для него понятиями, темами, проблемами – иными словами, тем, что можно назвать понятийно-тематическими единицами. Исследователь, интересующийся тем, какое место в общественном сознании занимает, скажем, проблема преступности, обязан принимать во внимание не только присутствие в анализируемом информационном массиве слова *преступность*, но и упоминания *заказных* и всяких прочих *убийств*, *бандитского беспредела*, «*крыши*», «*братков*», *авторитетов*, *власти криминала* и проч. Тот, кого занимает проблема свободы, должен в своем анализе реагировать на упоминания *давления на прессу*, *чиновничьего произвола*, *контролируемости СМИ*, *доступа к Internet* и т.д. Интересующийся отношением общественного сознания к каким-то реалиям должен принимать во внимание самый широкий спектр позитивных, негативных и некоторых более конкретных оценок, которые могут быть даны этим реалиям, причем эти оценки вовсе не обязательно должны присутствовать в виде оценочных суждений.

**1.4. Референциальные и квазиреференциальные единицы.** К референциальным, точнее, конкретно-референциальным единицам относятся обозначения реальных личностей (как современных, так и исторических деятелей), событий, городов, стран, организаций и т.д.; это, так сказать, «энциклопедический» блок единиц анализа. Этот блок, особенно в части персоналий, весьма важен и диагностичен, поскольку позволяет определять личностные рейтинги и, что не менее существенно, оценивать идеологические системы с точки зрения присутствующих в них референтных «знаковых» фигур, своего рода «идеологических героев». Примером интересного исследования роли референтных фигур в российском оппозиционном дискурсе 1996–1997 может послужить работа А.В.Дуки. Способы обозначения в тексте конкретных фигур могут различаться (*В.В.Жириновский*, *Владимир Вольфович*, *Вольфыч*, *Жирик*, *сын юриста*, *лидер ЛДПР*, *самый провосточный российский политик*, *главный либеральный демократ*, *либералиссимус*), однако конкретно-референтная единица здесь во всех случаях одна. Квазиреференциальные единицы в политических текстах чаще всего бывают представлены обозначениями всякого рода «сил» – коллективных актеров политической сцены, референция которых может колебаться от реальной (типа *КПРФ*) через обобщенную (*коммунисты*, *либералы*, *Запад, исламисты*) к откровенно мифологизированной (*мировая закулиса*). Независимо от своей референции все эти персонажи присутствуют в идеологическом пространстве, им могут приписываться действия и оценки, и отношение к ним является немаловажным политико-идеологическим фактором. Грань между квазиреференциальными и некоторыми типами понятийно-тематических единиц размыта в силу того, что некоторые политические понятия способны и даже склонны (например, та же преступность) к метафорической персонификации. **1.5. Пропозициональные единицы и оценки.** Их примеры приводились выше – *Карфаген должен быть разрушен* или *Россия задыхается без инвестиций*. Собственно говоря, это примеры высказываний, в основе которых лежат пропозиции – описания конкретных положений дел (ситуаций) безотносительно к их модальности (в первом примере – требование, во втором – констатация). Наряду с пропозициями для контент-анализа могут представлять (и очень часто представляют) большой интерес оценки (*Это очень опасное решение*). С логической точки зрения они обладают важными отличиями от пропозиций, однако для целей контент-анализа как собственно пропозиция, так и оценка могут рассматриваться как результат связывания некоторого объекта с некоторым атрибутом. Изучение динамики оценочных суждений, высказываемых в адрес тех или иных лиц, событий, институтов, – весьма распространенный тип контент-аналитического исследования.

**1.6. Макроструктурные единицы.** Под макроструктурными единицами понимаются достаточно сложные понятийные конструкции, образующие «верхние этажи» человеческих представлений о мире и, в частности, идеологических систем. Эти конструкции, как правило, носят характер сценариев и описывают стереотипные модели развития, с которыми сопряжены ожидания будущего, соображения о прошлом, эмоциональные ассоциации и т.д. Часто эти конструкции имеют литературные или фольклорные прототипы, что отражается в их названиях. Все они в очень сильной степени претендуют на объяснение действительности. Для обозначения таких конструкций чаще всего используется термин «идеологема»; в различных дисциплинах говорят также о мифологемах, кочующих образах и т.д. Среди подобного рода конструкций, присутствующих в общественном сознании современной России (и распределенных, порою причудливо, по разным идеологическим системам), имеются, например, следующие: Заговор, Оргия коррупции / Криминальная революция / Беспередел, Ограбление / Конверсия власти в собственность, Страна дураков / Город Глупов, «Нет, ребята, все не так», «Возвращение в цивилизацию» и др. Некоторые еще недавно значимые идеологемы (скажем, Борьба за власть, Естественный распад или Тотальная некомпетентность) в последние полтора-два года по различным причинам вышли из фокуса внимания средств массовой информации, а отчасти и населения.

**1.7. Единицы, представляющие результаты концептуальных операций.** Их довольно много, однако наибольший интерес для контент-анализа представляют метафоры, примеры и аналогии, которые в общем плане уже были охарактеризованы выше. Некоторые из метафор активно используются в политических текстах, и их использование считается диагностичным для характеристики как индивидуального сознания автора текста, так и состояния общественного сознания. Например, в политических текстах часто встречается упоминавшаяся «военная метафора» в варианте ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПРОТИВОСТОЯНИЕ – ЭТО ВОЙНА, проявляющаяся в таких выражениях, как *война с бедностью*, *удар по губернатору*, *атака со стороны оппозиции*, *разгромная публикация* и т.д. При использовании такой метафоры политическое противостояние, независимо от того, в какой форме оно реально ведется, переживается как война, что может, кстати, иметь последствия и для реальных форм политического взаимодействия. Между тем «военная метафора» – это не единственный способ описания политического процесса (и, шире, жизни вообще); они могут описываться с помощью, например, «транспортной метафоры» и/или связанной с ней «метафоры пути» (*Мы все вместе вступили на трудную дорогу*), «архитектурной метафоры» (*государственное строительство, выстраивание властной вертикали*) и ряда других. Метафорика политических текстов достаточно подробно изучалась Дж.Лакоффом и его последователями, в том числе и в рамках контент-аналитической методологии (работы А.Н.Баранова); было показано, что, например, возрастание частотности военной метафоры является одним из коррелятов усиления напряженности в обществе.

Не менее диагностичным может быть исследование динамики примеров и аналогий – так, в российских политических текстах до недавнего времени настойчиво повторялась аналогия (принадлежащая В.Янову), в рамках которой Россия сравнивалась с Веймарской республикой.

**1.8. «Поэтические» единицы.** Под таковыми имеются в виду допускающие количественное измерение средства художественной выразительности – например, каламбуров, аллитераций и т.п.

**2. ЧАСТОТНЫЕ И СИСТЕМНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ В КОНТЕНТ-АНАЛИЗЕ**

**2.1 Единицы, категории и признаки.** При том, что контент-анализ является в своей основе количественным методом, в нем, как уже говорилось, почти всегда присутствует и значительная качественная составляющая. В принципе это верно уже постольку, поскольку единицы контент-анализа, как видно из предыдущего раздела, чаще всего все же являются содержательными и их выделение основывается на семантических (смысловых) критериях; многие из единиц представляют собой обобщенные категории (это относится прежде всего к темам и идеологемам). Иными словами, контент-аналитик занимается количественным анализом качественных категорий. Но этим дело не исчерпывается. Во многих контент-аналитических проектах осуществляется не только оценка степени представленности в тексте тех или иных единиц, но и одновременная оценка этих единиц по тем или иным градуированным качественным шкалам. В частности, это могут быть предложенные Ч.Осгудом шкалы абстрактности (фактически – трудности для восприятия) того или иного содержания; расстояния до индивидуума (какие-то содержательные компоненты могут непосредственно касаться читателя или читателей, а какие-то могут представлять лишь досужий интерес). В сочетании с результатами собственно контент-анализа оценка использованных единиц анализа (тематических) по указанным шкалам дает трехмерную схему типа, например, той, что была предложена французским культурологом А.Молем**.** Очевидно, что при анализе могут быть использованы и другие шкалы, кроме того, единицы контент-анализа могут объединяться в различные более широкие категории.

**2.2 «Фронтальный» и «рейдовый» контент-анализ.** Контент-аналитические исследования можно разделить на два больших класса, которые, пользуясь вышеупомянутой «военной метафорой», можно назвать фронтальными и рейдовыми. Задачей фронтального контент-аналитического исследования является составление максимально более полного представления об информационном потоке – либо на моментальном срезе, либо на протяжении некоторого периода с целью оценки динамики. Это, так сказать, попытка получить объективизированный ответ на вопрос «Что пишут?» Единицы такого анализа в принципе могут быть любыми, но чаще всего в таковом качестве выступают либо тематические единицы, либо ключевые слова, реже оценки и пропозиции и еще реже макроструктурные единицы. Такой анализ обычно носит сугубо прикладной характер и ведется в режиме мониторинга. Поскольку целью его является составление общего представления о содержании СМИ и через него – об общественном сознании, он должен в идеале стремиться к возможно более широкому охвату информационного потока. На практике, однако, полный охват чаще всего бывает невозможен, да зачастую и не нужен. Тем самым на повестку дня контент-аналитического исследования встает проблема составления репрезентативной выборки – традиционная проблема эмпирического социологического исследования, которая при неудачном решении может полностью дискредитировать его результаты. Решается она в случае контент-анализа традиционными социологическими методами.

Рейдовый анализ, в противоположность фронтальному, ориентирован на решение частных и порой довольно экзотических задач, вытекающих, как правило, из каких-то скорее исследовательских, нежели прикладных интересов, и применительно к нему проблема выборки решается в связи формулировкой этих исследовательских целей и определением единиц анализа. Обоснование выборки при этом производится с учетом стандартных социологических критериев, но может допускать и их нарушение; важно лишь, чтобы факт этого нарушения осознавался и необходимость нарушения специальным образом обосновывалась.

**2.3 Обработка, презентация и интерпретация результатов.** Кодирование данных при контент-анализе обычно осуществляется с помощью достаточно простых анкет или компьютерных программ, в которых фиксируется каждое появление в анализируемом тексте искомой единицы. (Проблема подготовки кодировщиков, очень важная в практическом плане, в настоящей статье не затрагивается.) Эта элементарная схема может быть усложнена многими разными способами. Прежде всего, наборы единиц с сопоставленными им количественными оценками, как правило, сопоставляются с другими количественными оценками тех же единиц. Это могут быть, например, результаты подсчета частотности упоминания одних и тех же тем для различных выпусков одного и того же печатного издания или одной и той же регулярно выходящей в эфир новостной программы (временные ряды); результаты аналогичного подсчета для различных изданий/программ или, скажем, обобщенных категорий изданий. Очевидно, что такие данные могут быть представлены с помощью разнообразных графических средств – диаграмм, графиков и т.д., обеспечивающих наглядность. Наглядность, следует заметить, важна не только для аналитика: наглядная диаграмма или впечатляющий график обладают большим потенциалом воздействия, особенно в обществе, привыкшем с почтением относиться к естественнонаучному инструментарию. Классификации зачастую бывают многомерными, и для представления это также могут использоваться различные формальные средства. На практике результаты контент-анализа чаще всего представляются рядами диаграмм, столбчатых или круговых, хотя понятно, что в распоряжении контент-аналитика имеется все разнообразие средств представления количественных данных. А также и качественных: для отображения отношений между единицами контент-анализа и результатов их категоризации используются такие стандартные средства отображения структур, как различные графы. Квантификация данных, естественно, создает необходимые предпосылки для применения к ним средств математического анализа. Помимо анализа частотного распределения, к ним относится анализ различного рода корреляций между переменными, ассоциаций, анализ сопряженности, кластерный анализ. Разумеется, весь этот инструментарий должен применяться корректно. Если при определении единиц контент-анализа и идентификации их в тексте добиться полной объективности возможно лишь в некоторых (как правило, не самых интересных) случаях, то при экспликации и обработке данных обеспечить следование строгим стандартам вполне возможно. Содержательная интерпретация результатов зависит от целей анализа; она является прежде всего творческим актом, результаты которого во многом предопределены политологической квалификацией и интуицией аналитиков. В ходе контент-аналитического исследования как для анализа текста, так и для последующей обработки его результатов может использоваться вычислительная техника. Второй тип использования не вызывает особых проблем: после квантификации, т.е. перевода данных в числовую форму, их математическая и, в частности, статистическая обработка может осуществляться многими разными программными средствами, в том числе стандартными статистическими пакетами типа SPSS. При анализе текста и последующем сохранении результатов этого анализа в базах данных могут использоваться специальные программы, предназначенные для целей лингвистических исследований. В частности, анализ метафорики в русских политических текстах велся с помощью разработанной в Институте русского языка РАН программы Dialex, способной осуществлять составление частотных словарей и конкордансов, а также поиск лексических единиц с их контекстами и сохранять его результаты в базе данных; в настоящее время завершается работа над более совершенной системой, предназначенной для решения тех же задач. Некоторая подсистема контент-анализа входит составной частью в отечественную систему прикладного анализа текстов ВААЛ. Имеется также ряд зарубежных контент-аналитических компьютерных систем, а также систем, потенциально применимых для целей контент-анализа – такова, в частности, система KEDS, разработанная Ф.Шродтом в Канзасском университете и используемая для анализа потока политических событий, отображаемых на ленте информационного агентства «Рейтер».

**ЛИТЕРАТУРА**

Моль А. *Социодинамика культуры*. М., 1973
Мангейм Дж., Б. Рич Р.К. [и др.]. *Политология: методы исследования*. М., 1997
Дука А.В. *Политический дискурс оппозиции в современной России*. – Журнал социологии и социальной антропологии. 1998, т. 1
Серио П. *Русский язык и анализ советского политического дискурса: анализ номинаций*. – Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса. М., 1999
Баранов А.Н. *Введение в прикладную лингвистику.* М., 2000