

## РОЗГЛЯД МЕТОДУ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ З ПОГЛЯДУ КІЛЬКІСНО-ЯКІСНИХ ТЕХНІК ПРОВЕДЕННЯ

У статті зроблено спробу проаналізувати контент-аналіз як кількісно-якісний метод психологічного дослідження. Розглянуто найбільш поширені техніки, логіку їхнього аналізу, сфери застосування та можливості.

**Ключові слова:** контент-аналіз, категорія, метод, текст, смислова одиниця.

В статті предпринята попытка проанализировать контент-анализ как количественно-качественный метод психологического исследования. Рассмотрены самые распространённые приёмы, логика их анализа, сферы использования и возможности.

**Ключевые слова:** контент-анализ, категория, метод, текст, смысловая единица.

**Постановка проблеми.** Для розв'язання завдань з розуміння тексту дослідник має орієнтуватися на використання певної сукупності способів, засобів і прийомів наукового пізнання. Спосіб пізнання реальності, що вивчається, який дає можливість розв'язати завдання і досягти мети пошукової діяльності, є методом наукового пізнання дійсності (контент-аналізом).

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Поняття “контент-аналіз” є багатоскладним та різнобічним, кожен дослідник вкладає в поняття “метод контент-аналізу” свій власний смисл і дає власне трактування цього поняття відповідно до своїх наукових поглядів, виходячи із постулатів тієї науки, яку він представляє. Контент-аналіз широко використовується як допоміжний засіб в психології, соціології, педагогіці, журналістиці та інших науках при аналізі відповідей на відкриті питання анкет, матеріалів досліджень, результатів психологічного тестування (а саме в проектних методиках), для аналізу результатів при використанні методу фокусу груп. Контент-аналіз припускає структурування, сегментацію, розчленування текстів чи вичленування із них смислових

© Кравчина Т.В. 195

інваріантів, котрі належать до дослідницької масової сукупності.

Досвід контент-аналітичних досліджень був підсумований у книзі Б. Берелсона “Контент-аналіз в комунікаційних дослідженнях” (поч. 50-х рр.). Автор дав визначення методу контент-аналізу, а також різним його видам, категоріям і одиницям для кількісного дослідження. Книга Б. Берелсона до цього часу є фундаментальним описом, який дає розуміння основних положень контент-аналізу.

Пізніше в США з’явилося багато досліджень, де було застосовано контент-аналіз з різними цілями. Найбільш цікавою інновацією була методика “зв’язності символів” Ч. Осгуда (1959), яка дозволяла виявити зв’язані елементи змісту. Західноєвропейські дослідники при використанні контент-аналізу послуговувались в основному американським досвідом. Проте тут також з’явилося кілька оригінальних методик кількісно-якісного аналізу змісту (Ж. Клейзер, А. Моль).

Контент-аналіз (аналіз документів) на теренах Радянського Союзу з’явився ще на початку 70-х років ХХ ст. [4] і переважно застосовувався як допоміжна техніка дослідження. При цьому основна увага приділялася підрахунку частот тих чи інших символічних елементів у тексті. З початку 90-х років зацікавленість у методах аналізу документів, і методи контент-аналізу зокрема, суттєво зросла, адже подібні відносно недорогі інструменти дослідження дозволяють виявити зміни, що відбуваються в суспільстві, виділяючи прихований зміст повідомлень. Проте через брак якісної вітчизняної наукової літератури стосовно методології проведення аналізу документів і відсутності належного досвіду здійснення подібних досліджень дослідники-практики часто не мають чіткого уявлення про сутність методу контент-аналізу та його різноманітних технік. Науковці не приходять до спільної думки, які техніки можна віднести до даного методу, якою мірою цей інструмент є кількісним, а якою — якісним. На сьогодні не існує узагальненої наукової роботи, яка містила б співставлення різних думок дослідників стосовно дослідницьких технік, що загалом називаються контент-аналізом, а останнім часом ще й іноземним виразом Data Mining, що означає видобування даних і виокремлення в них прихованого змісту, а також стислого

викладу технік, які застосовуються при проведенні контент-аналізу, опису сфери їхнього використання, сильних і слабких сторін. Тож запропонована робота полягає в намаганні співставити різні погляди на сутність контент-аналізу як методу та його різноманітні техніки.

**Мета статті** – розглянути контент-аналіз як багатогранний кількісно-якісний метод, сутність якого по-різному трактується дослідниками.

**Виклад основного матеріалу.** Для того, щоб зрозуміти, що вкладається в словосполучення “контент-аналіз”, а також у більш загальне поняття “аналіз документів”, варто звернутися до наявних визначень.

С.У. Гончаренко дає визначення контент-аналізу (англ.: content – зміст, analysis – аналіз) як методу виявлення і оцінки специфічних характеристик текстів та інших носіїв інформації (наприклад, відеозаписів, інтерв'ю, відповідей на відкриті питання анкети тощо) [1, с. 129]. Класичне визначення Берельсона таке: “Контент-аналіз — це дослідницька техніка для об'єктивного, системного й кількісного опису наявного змісту комунікації, яка відповідає цілям дослідника” [7]. Деякі дослідники, наприклад В. Ядов, наголошують на кількісному аспекті контент-аналізу, пропонуючи таке визначення: “Контент-аналіз — це переведення в кількісні показники великої кількості текстової (чи записаної на плівку) інформації” [6]. М. Розов, на противагу, пропонує методіку цілком традиційного внутрішнього аналізу, побудовану на логічній конструкції тексту, що також називається контент-аналізом [5]. Його метод використовується для розгляду завершених філософських текстів і слугує для визначення суб'єктно-об'єктних взаємодій, логічної конструкції, онтології, аксіології тексту та взаємодій його частин. При цьому дослідник наголошує на тому, що висновки, отримані в результаті подібного аналізу, будуть відрізнятися залежно від людини, що проводить процедуру, а сам процес є більше творчим, аніж механічним.

Ч.Осгуд визначає контент-аналіз як “процедуру, за допомогою якої можна зробити припущення щодо джерела інформації та адресата, виходячи з повідомлення, яким вони обмінюються” [7]. Розглянувши понад 40 визначень контент-аналізу, М. Костенко та В. Іванов зробили спробу дати

узагальнене визначення контент-аналізу, що виглядає так: “Контент-аналіз — це якісно-кількісний метод вивчення документів, який характеризується об’єктивністю висновків і строгістю процедури та полягає у квантифікаційній обробці тексту з подальшою інтерпретацією результатів. Предметом контент-аналізу можуть бути як проблеми соціальної дійсності, котрі висловлюються чи, навпаки, приховуються в документах, так і внутрішні закономірності самого об’єкта дослідження” [4].

Для того, щоб не розгубитися у величезній кількості визначень, Робертс пропонує доволі цікаву модель класифікації визначень контент-аналізу залежно від їхнього спрямування [7]. По-перше, визначення різняться залежно від того, які об’єкти включаються в аналіз — текст чи інший символічний матеріал (як-от комунікація, символічна поведінка, повідомлення тощо). По-друге, визначення мають розбіжності стосовно того, який інтелектуальний продукт може бути отриманий у результаті процедури контент-аналізу — опис, висновки чи класифікації. По-третє, немає однозначності в питанні, чи може (і чи мусить) контент-аналіз виходити за межі явного змісту, чи повинен також розглядатися латентний зміст. По-четверте, дослідники не одностайні в питанні, стосовно чого можна використовувати висновки, отримані в результаті контент-аналізу — стосовно тексту (чи іншого символічного матеріалу), джерела інформації чи одержувачів (аудиторії). Ще одне джерело неоднозначності міститься у визначенні характеру контент-аналізу — він вважається або кількісним, або якісним, або ж змішаним методом. Щодо останнього існують розбіжності в тому, якою мірою перша та друга складові притаманні контенту.

На думку деяких учених [4], якісний компонент контент-аналізу полягає саме у визначенні категорій, а разом із ними й одиниць аналізу, що цілком залежать від намірів дослідника. Категорія аналізу є характеристикою всієї сукупності текстів, ключовим поняттям (смісловою одиницею), що присутнє в тексті і відповідає тим дефініціям і їх емпіричним індикаторам, які зафіксовані в програмі дослідження. При цьому бажано уникати крайнощів. Якщо за категорії буде взято надто загальні (абстрактні) поняття, то аналіз буде поверховим і не дозволить заглибитись у зміст тексту. Якщо ж категорії аналізу

будуть надто конкретними, то їх буде дуже багато, що призведе не до аналізу тексту, а до його короткого переказу (конспекту). Потрібно знайти золоту середину і постаратись досягти того, щоб категорії були:

1) умісними (відповідали розв'язанню дослідницьких задач); 2) вичерпними (достатньо повно відображали зміст основних понять дослідження); 3) взаємовиключними (одна і та ж одиниця аналізу не повинна входити до різних категорій); 4) надійними (бути такими, які б не викликали суперечок між дослідниками з приводу того, що потрібно віднести до тієї чи іншої категорії в процесі аналізу документа).

Після визначення системи категорій аналізу вибирають відповідну їм *одиницю аналізу тексту*. За одиницю аналізу може бути взято: слово, речення, тема, ідея, автор, персонаж, ситуація чи інші частини тексту, що відповідають смислу категорії аналізу [3]. Одиницею аналізу можуть також слугувати окремі матеріали чи повідомлення. Коли контент-аналіз виступає єдиним методом інформації, то керуються не однією, а відразу кількома одиницями аналізу.

Сучасні дослідники визначають контент-аналіз також як кількісну техніку, що зводиться до “підрахунку ознак, рис, властивостей документа (тексту)” [2]. Фінальним кроком операціоналізації понять є вибір одиниць підрахунку — кількість слів чи словосполучень, рядків, друкованих знаків, сторінок, абзаців, довжина повідомлень, площа тексту чи малюнків, виражена у фізичних одиницях, тощо.

При виділенні одиниць аналізу та підрахунку використовуються різноманітні методи, які можна поділити на дві великі групи:

1) одиницею аналізу є ознака матеріалу, що характеризує його загалом. Це може бути оперативність, характер матеріалу, його розміщення тощо. Підрахунок подібних одиниць повинен відбуватися відповідно до розробленої дослідником класифікації, що включає в себе всі можливі варіанти. Наприклад, якщо аналізується тематика публікації, то всі варіанти мають бути продуманими. У деяких випадках це неможливо чи недоцільно, тому в такому разі додаються пункти на кшталт “матеріали, що не можуть бути класифіковані” або “інші”;

2) одиницею аналізу може виступати окремий фрагмент документа, що стосується тієї чи іншої теми. Він може бути

фіксований як жорстко, так і нежорстко. Проте в усіх випадках ідеться про достатньо обмежену кількість слів, суджень чи інших елементів, що цікавлять дослідника. При цьому: підраховуватися може й частота появи певного слова, і кількість речень, абзаців тощо, в котрих зустрічається це слово, і кількість матеріалів, у яких принаймні раз фігурувало це слово. Подібну процедуру можна відтворити й при підрахунку площ матеріалів, де зустрічалось те чи інше слово або елемент.

Проведення контент-аналізу потребує попередньої розробки ряду дослідницьких інструментів. З них обов'язковими є: 1) класифікатор контент-аналізу; 2) протокол висновків аналізу, який має друге визначення – бланк контент-аналізу; 3) реєстраційна картка, чи кодувальна матриця; 4) інструкція досліднику, який безпосередньо займається реєстрацією і кодуванням одиниць підрахунку; 5) каталог (список) проаналізованих документів.

Класифікатором контент-аналізу називається загальна таблиця, в якій зведені всі категорії (і підкатегорії) аналізу і одиниці аналізу. Її основне призначення – чітко зафіксувати те, в яких одиницях виражається кожна категорія, яка використовується в дослідженні. Класифікатор можна прирівняти до анкети, де категорії аналізу відіграють роль запитань, а одиниці аналізу – відповідей. Він є основним методичним документом контент-аналізу, який передбачає зміст всіх інших інструментів цього методу.

Протокол (бланк) контент-аналізу вміщує: по-перше, відомості про документ (його автора, часу видання, об'єм і т.п.); по-друге, висновки його аналізу (кількість випадків вживання в ньому визначених одиниць аналізу і звідси висновки відносно категорій аналізу). Протоколи заповнюються, як правило, в закодованому вигляді, але не задля збереження таємниці висновків аналізу, а для того, щоб помістити всі дані про документ на одній сторінці, щоб зручніше було співставляти один з одним результати аналізу різних документів. Якщо в дослідженні здійснюють контент-аналіз малої кількості документів, то можна обійтись без кодування і заповнювати ці протоколи у відкрито-змістовому вигляді.

Реєстраційна картка – це кодувальна матриця, в якій відзначається кількість одиниць підрахунку, що характеризують одиниці аналізу. Протокол контент-аналізу кожного конкретного

документа заповнюється на основі підрахунку даних всіх реєстраційних карток, які мають відношення до даного документа.

Контент-аналіз – це якісно-кількісний метод вивчення документів, в якому якісний і кількісний види розрізняються тим, що у першому фіксується присутність чи відсутність елементів змісту, тоді як у другому випадку розглядається тільки частота присутності цих елементів. Контент-аналіз має своїм об'єктом зовнішньо виражений, об'єктивований у знаках зміст інформації чи знакову об'єктивізацію змісту.

**Опис та обговорення результатів дослідження.** На відміну від змістовного аналізу, цей науковий метод використовується для одержання інформації, яка відповідає деяким якісним критеріям – надійності, достовірності і валідності. Контент-аналіз вигідно відрізняється від інших видів вивчення документів саме високою достовірністю. Загалом, під надійністю більшість дослідників розуміють обґрунтованість (відповідність законам і поняттям дослідження) та стійкість чи строгість (відтворюваність результатів). Обґрунтованість (validity) можна підвищити за допомогою експертного оцінювання. Під стійкістю (consistency) розуміється строгість дослідження, тобто кожний наступний учений, застосувавши вже вироблену його попередником методик, на тому самому об'єкті має дійти тих самих висновків. Розходження не повинно перебільшувати 5%, тобто коефіцієнт кореляції — 0,05.

Вчені ще в середині 60-х років виділили три процедурних рівня контент-аналізу з точки зору наявності характеристик змісту і надійності висновків: 1) вивчення змісту без виходу за його межі, 2) дослідження співвідношення змісту й об'єктивних даних, 3) аналіз співвідношення змісту з характеристиками та процесами в комунікаторі й реципієнті, прогнозування ефектів повідомлень і висновків про комунікатора й аудиторію.

Контент-аналіз дає багато можливостей для дослідження як наявного, так і прихованого змісту інформації. Звичайно, в останньому випадку потрібні особливі процедури для підвищення достовірності й валідності висновків дослідження. Контент-аналіз вимагає від дослідника, по-перше, інтуїції, гарного знання предмета аналізу для того, щоб правильно обрати одиниці дослідження, по-друге, кодувальник має виявити терпіння й дисциплінованість для строгого виділення та підрахування одиниць аналізу.

Співвідношення якісних і кількісних начал у контент-аналізі дозволяє досягти великого ступеня надійності й валідності. При цьому дослідник повинен мати на увазі, що при вивченні прихованих задумів комунікатора важливу роль у забезпеченні високої валідності відіграє присутність чи неприсутність у тексті різноманітних одиниць аналізу, а при інших видах дослідження валідність забезпечує засіб кодування та строге дотримання процедури.

Валідність висновків дослідження також залежить від репрезентованості вибірки. Обрані для аналізу тексти повинні достатньо повно репрезентувати усю сукупність. Для досягнення високої валідності велике значення має правильний підбір одиниць дослідження. Вони повинні бути обрані так, щоб у результаті квантифікаційних процедур висновки являли собою повний зріз змісту на дану тему.

Значну проблему у плані досягнення достовірності дослідження являє інтерпретація висновків. Справді, з тих самих результатів різні люди роблять часто цілком протилежні висновки. Тому тут завжди варто враховувати настанови дослідника. Великий ефект для об'єктивної інтерпретації висновків дослідження дає порівняння результатів контент-аналізу з вивченням тієї самої проблеми іншими методами.

**Висновки.** Контент-аналіз – не техніка, тобто сукупність спеціальних прийомів для ефективного використання відповідних методів, і не різновид якогось методу, а самостійний метод психологічного дослідження будь-якого документального об'єкта. Велика кількість підходів до проведення аналізу свідчить як про популярність методу, так і про невизначеність його меж. А це, у свою чергу, є доказом доцільності більш уважного погляду на метод контент-аналізу та його техніки.

#### **Список використаних джерел**

1. Костенко Н., Іванов В. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики. – К.: Центр вільної преси, 2003.
2. Горобчишина С. Кое-что о методах социологических исследований // Аналитика. – 2002. – № 4. – С. 7-11.
3. Григорьев С.И. Проведение контент-анализа // Основы современной социологии. – Алтайский гос. университет, 2001.



4. Гончаренко С.У. Педагогічні дослідження: Методологічні поради молодим науковцям. – Київ – Вінниця: ДОВ “Вінниця”, 2008. – 278 с.
5. Розов Н.С. Методика контент-анализа и визуализации понимания философских текстов. [Доступ до документа 16 лютого 2007 р.] через <<http://www.lib-main/methist.htm>>].
6. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. – М., 1995.
7. Roberts C. Text analysis for the social sciences: methods for drawing statistical inferences from texts and transcripts. – Mahwah N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, 1997.

An endeavor to analyze the content analysis as a quantitative and qualitative method in phsycological investigation is made in this article. The most widespread methods, logic of their analysis, scopes of application and possibilities fre reviewed.

**Key word:** content analysis, category, method, text, mental unit.

*Отримано: 18.02.2009*

УДК 159.946.3:81'243

*Ю.М. Крилова-Грек*

## **Психолінгвістичні аспекти навчання іноземної мови дорослої аудиторії**

У статті мова іде про особливості навчання іноземної мови дорослої аудиторії. Автором висвітлюються психологічні, педагогічні та психолінгвістичні підходи у навчанні. Зокрема, увага загострюється на недоліках сучасних методик навчання іноземної мови та шляхах їх подолання. Автор висуває постулати, врахування яких, на його думку, може значно підвищити рівень викладання іноземної мови для дорослої аудиторії

**Ключові слова:** психолінгвістичні аспекти навчання іноземної мови, доросла аудиторія, сучасна методика навчання іноземної мови.

В статье речь идет о современных проблемах в обучении иностранному языку взрослой аудиторией. В частности, указывается на недостатки современных технологий в обучении. В статье выд-