

Контент-аналіз у політичних дослідженнях преси

Юрій Ганжуров,

кандидат історичних наук, докторант
Інституту політичних і етнонаціональних досліджень
НАН України

Демократизація суспільно-політичного життя в Україні актуалізує проблему відкритості комунікативного простору держави, що є предметом наукових досліджень політологів, об'єктом пильної уваги громадських організацій як в Україні, так і за її межами. Така тенденція обумовлює потребу вдосконалення методики опрацювання політичної інформації, котра віддзеркалює міжінституціональні зв'язки складових політичної системи, з одного боку, та основних інститутів державної влади і громадянського суспільства – з іншого.

Складний спектр зв'язків між різними суб'єктами політичної комунікації складає основний масив змістових ознак основних комунікаторів, якими є засоби масової інформації. Саме вони стали об'єктом дослідження в царині вивчення суспільно-політичних процесів, які відбуваються в соціумі. Взаємозбагачення наукових шкіл політології в частині базових оцінок, впорядкування понятійного апарату політичної науки передбачає й застосування сучасних методик оцінювання політичної інформації як мас-медійного продукту, що виступає комунікативним потенціалом суспільного дискурсу [1].

Для політологів, які спеціалізуються на дослідженні відкритих масивів політичної комунікації, важливо визначити основні індекси неупередженості процесу дослідження матеріалів преси, до чого аналітика можуть наблизити власне кліометричні методи опрацювання матеріалів преси, передовсім контент-аналіз. Необхідність його застосування до відкритих публікацій впливає з цілковитого усвідомлення важливості думки про аналіз політичних процесів, які піддаються кількісним вимірам [2]. З огляду на досвід західних політологів можна стверджувати й те, що професійним аналізом політики називають оцінювання політики [3].

В арсеналі дослідників політики саме контент-аналіз виявився досить

ефективним завдяки усталеній методиці застосування. Звичайно, в процесі його використання науковці не тільки опрацьовують одержані результати, а й прагнуть вдосконалити методику та впорядковувати понятійний зміст, конкретизувати сутність цього методу. У „Світовій енциклопедії комунікації” контент-аналізи класифікуються як „наукові методи одержання обґрунтованих висновків із фактів за їх змістом”. Автор визначення К. Криппендорф відзначає, що в цьому формулюванні інтегруються дві дефініції – Б. Берелсона, котрий передбачає власне опис змісту комунікації, та Г. Лассуела, що робив акцент на кількісних ознаках того, що передбачає повідомлення, яке вивчається [4].

Що стосується визначення самої сутності контент-аналізу в найбільш узагальненому вигляді, то він у принципі полягає в підрахунках певних ознак тексту, котрі мають відбивати суттєві якості його змісту. У такому разі категорія тексту стає вимірюваною, доступною для точних обчислювальних операцій. Контент-аналіз застосовують переважно при наявності великого за обсягом і несистематизованого матеріалу, коли його безпосереднє використання ускладнено. Такий підхід корисний тоді, коли категорії, важливі для цілей дослідника, характеризуються частотою появи у текстах, що є предметом досліджень політологів.

Вельми ефективним контент-аналіз є саме у дослідженні матеріалів преси. Адже із завдань вивчення змісту масової комунікації й виник контент-аналіз. Зрозуміло, що замітки, кореспонденції, репортажі, звіти, інтерв'ю, статті (передові, редакційні, пропагандистські тощо), нариси, фейлетони відрізняються не тільки певними літературно-стилістичними засобами, а й переважанням різних шарів інформації. Вивчення споріднених явищ та процесів на різних рівнях публіцистичних жанрів дозволяє виявити внутрішній взаємозв'язок між первинною і вторинною інформацією, що міститься в публікаціях. Розв'язання цього завдання забезпечує зрівняльна типовість, однорідність та повторюваність газетної інформації. Сутність такої риси, як повторюваність, характеризується „традиційністю ряду тем, наявністю в періодичних органах постійних розділів і рубрик,.. застосуванням певних жанрів у розкритті певної тематики” [5].

Різноманітність матеріалів преси робить актуальним їх аналіз з точки зору наявності в них неприхованої і латентної інформації. Перший тип інформації переважає, передусім, в аналітичних жанрах: замітці, кореспонденції, звіті, які найбільш насичені фактами. Другий – в синтетичних, у першу чергу в статтях, інтерв'ю. Адже статті викликають інтерес саме наявністю в них латентної інформації – „мотивами і метою публікації, концепцією автора і газети” [6]. Зрозуміло, що реалізація цих завдань неможлива без застосування до газетних публікацій методу контент-аналізу, що дозволяє розкривати якісні ознаки не лише окремих джерел, а й їхніх тематично споріднених сукупностей.

Наукова доцільність використання цього методу обумовлюється ще й тим, що він дозволяє отримати й відповідним чином проаналізувати не окремі факти, а оптимальну їх сукупність. На відміну від вельми обмежених можливостей внутрішньої і зовнішньої критики, що зосереджуються в принципі на вивчені матеріалів, кожний з яких може дати дослідникові лише фрагментарний науковий факт, аналітико-синтетична критика обумовлює якісно новий етап у комплексному дослідженні публікації. Ключовим питанням її є оцінка достовірності, повноти і, таким чином, об'єктивної наукової цінності газетної інформації.

У зв'язку з цим актуалізується проблема відображення явища, що відбувалося насправді, і рівень об'єктивності відображення його в публікації. Розв'язання цього завдання залежить і від з'ясування рівня повноти інформації, ступеня проникнення в сутнісну глибину явища автором публікації. Відтак, головною ознакою повноти матеріалів преси вважається при аналізі газетних публікацій відображення суттєвих рис описуваних подій. Приміром, для політолога, що досліджує проблему висвітлення законотворчої діяльності парламенту, суттєвою є інформація про нормативно-правові акти, що їх ухвалює законодавчий орган, а не ті явища і процеси, котрі перебувають за межами толерантності парламентського діалогу.

Проте в практиці досліджень політичних процесів за допомогою преси методом контент-аналізу політологам часто доводиться вирішувати питання, пов'язані із з'ясуванням мотивації авторів матеріалів. У зв'язку з цим заслуговує на увагу теза, що „...важливим є і суб'єктивне трактування фактів, їх інтерпретація, оскільки це дозволяє з'ясувати позицію редакції й авторів, які виступають у пресі, дає можливість визначити основні напрями ідейної боротьби досліджуваної епохи” [7].

Доволі важливим питанням, яке не можна обминути при висвітленні сутності контент-аналізу, є методика попередньої підготовки масивів газетних публікацій для аналітико-синтетичної критики. Йдеться передусім про механізм здійснення вибірки. Адже практично завжди в пошуковій роботі дослідникові доводиться визначати коло публікацій, що мають аналізуватися, з величезного масиву інформації. Саме тут треба відібрати мінімальну кількість даних, за допомогою яких можна робити висновок про політичний об'єкт в цілому. Ця проблема задовільно вирішується за допомогою вельми ефективного методу вибірки. Для того, щоб часткове обстеження можна було вважати репрезентативним, слід дотримуватися однієї умови, а саме: об'єкти для часткового обстеження мають бути обрані випадково, тобто за жеребом чи в силу природних умов, що склалися. При поширенні результатів вибіркового дослідження на явище, що вивчається, дослідник визначає гіпотетичну помилку, так звану похибку репрезентативності. Але передбачити величину цієї похибки можна, якщо вона випадкова. А такою вона може бути тоді, коли об'єкти

до вибірки потрапляють випадково. Вибірка лише тоді вважається репрезентативною, коли формується з генеральної сукупності таким чином, щоб кожний член такої сукупності мав однаковий шанс бути відібраним. Забезпечити випадковість вибірки, якщо політолог здійснює відбір даних з великої сукупності публікацій, можна за допомогою жеребкування чи таблиці великих чисел. Можуть бути використані також й інші методи: механічний, типовий (районований) і серійний.

Проте основним питанням, розв'язання якого гарантує максимальний результат контент-аналізу, є забезпечення бездоганного з позицій формальної логіки системного словника. Саме його побудова закладає інформаційно-пошукові підвалини формалізованої оцінки інформаційної насиченості публікацій. Однак часто-густо в гонитві за модними нині кількісними вимірниками преси сучасні дослідники нехтують цим правилом. Особливо хибують на невизначеність категоріальної схеми понять, що покладається в основу дослідження, сучасні аматори-політологи, сумнівні соціологи, різні іміджмейкери, новоявлені знавці виборчих технологій тощо.

Звичайно, якщо йдеться про прагнення видавати бажане за дійсне, підганяючи результати під задану кон'юнктуру схему, можна не дбати про професійну модель базових розрахунків. Проте для наукового дослідження це треба робити обов'язково. Інакше буде важко пояснити, чим, приміром, відрізняються такі структури, як „соціальний об'єкт”, „ліберальна політична ситуація”, „політична позиція”. Адже саме ці поняття, які ще не набули визначень, що унеможливають дублювання, покладені в основу категоріальної схеми досліджень матеріалів преси в одній із досить показових аналітичних схем [8].

Таким чином, проблемою номер один на стадії визначення основних напрямів контент-аналізу залишається методика чіткого визначення символів-інформантів як основних пошукових одиниць за допомогою відповідних норм поділу та класифікації. Якщо не вдаватися до спеціалізованих деталізацій цих вимог, можна окреслити такі основні принципи:

³⁵₁₇ поділ (класифікацію) слід здійснювати на підставі лише однієї основи поділу;

³⁵₁₇ під час класифікації об'єктів не можна обминати вид і відразу переходити до підвиду;

³⁵₁₇ після класифікації кожен об'єкт може входити тільки в один клас.

Отже, в кліометричних дослідженнях матеріалів преси мають бути дотримані правила взаємовиключення, підпорядкованості та пропорційності понять [9]. Поряд із продуманою схемою основних інформаційних ознак матеріалів преси, що є основою для здійснення відповідних обчислювальних операцій, також має бути дотриманий принцип комплектності даних про джерело (газету, журнал). Під

комплектністю даних Е. Летенков розуміє „усі можливі характеристики періодичного органу: назву, обсяг, тип, періодичність, роки виходу, місце виходу, кількість номерів, що вийшли, чи було видання ілюстрованим, чи мало воно додатки, спрямованість видання” [10]. Щоправда, з останньою тезою беззастережно погодитися важко – адже „спрямованість видання” не є формалізованою ознакою. Спрямованість – інформаційна рубрика, що потребує тематичної конкретизації залежно від поставленої мети. Іншими словами, ця категорія має бути відповідним чином змістовно забезпечена.

Для політолога, що досліджує пресу методом контент-аналізу, конче важливо не лише визначити чітко коло понять, які характеризують інформаційну місткість публікації, а також періодизацію преси. Адже вона виступає класифікатором хронологічних меж дослідження.

Сучасні підходи до розв’язання проблеми періодизації преси віддзеркалюють еволюцію пошуку оптимальної моделі. Автор не має на меті висвітлювати це питання в межах даної статті, проте обійти проблеми, пов’язані з класифікаторами періодики, важко, оскільки ця процедура також є неодмінною складовою кількісних досліджень матеріалів преси.

Сутність проблеми полягає у визначенні критеріїв класифікації та (особливо) періодизації преси в частині конкретизації понять „період”, „періодизація”, „журналістський процес”, „українська преса” та як вони кореспондують з категоріями політичної комунікації [11].

В цьому плані дослідження політичних процесів в Україні має бути вдосконалено й за рахунок однозначного трактування ключових понять політичного дискурсу, які відрізняють його зміст від іншого типу комунікації [12]. Розвиток понятійного апарату політичної науки корелюється з результативністю контент-аналізу, який за методикою застосування стимулює такі процеси.

Отже, застосування механізму кліометрики до матеріалів преси в галузі дослідження політичних процесів в Україні має перспективи за умов дотримання формалізованих процедур опрацювання об’єктів аналізу та унеможливлення нашарувань у процесі оцінювання матеріалів преси.

Література:

1. Медиа в выборах: между политикой и культурой (контент-анализ политической прессы) / под ред. Наталии Костенко. – К., 1999 – С. 67.
2. **Нагорна Л. П.** Політична культура українського народу: історична ретроспектива і сучасні реалії К., 1998. – С. 17.
3. **Леслі А. Пал.** Аналіз державної політики / Пер. з англ. У. Озюб. – К., 1999. – С. 71.
4. **Землянова Л. М.** Современная американская коммуникативистика: теоретические концепции, проблемы, прогнозы. – М., 1995. – С. 69.
5. **Дергачова Л. Д.** Периодическая печать как массовый источник. –

М., 1982. – С. 154.

6. **Варшавчик М. А.** О структуре источниковедческой практики // Источниковедение отечественной истории. – М., 1980. – С. 25.

7. **Романюк М. М.** Українське пресознавство: наукові принципи і методи досліджень. – Львів, 2000. – С. 30 – 31.

8. Опыт контент-анализа альтернативной прессы Белоруссии // Социологические исследования, 1991, № 8. – С. 22.

9. **Партико З. В.** Логічні норми редагування // Загальне редагування. – Львів, 2001. – С. 175 – 206.

10. **Летенков Е. В.** О некоторых итогах компьютерной обработки данных по периодической печати // Актуальні проблеми сучасного джерелознавства: Матеріали українсько-російського наукового семінару. – Київ – Санкт-Петербург, 1999. – С. 57.

11. **Кость С.** Періодизація як історична проблема: журналістський аспект // Збірник кафедри української преси. На пошану професора Володимира Здоровеги з нагоди 70-річчя від дня народження: Вип. 3, Львів, 2000 – С. 113.

12. **Бляхер Л. Е.** Конвенциональные понятия в структуре политического дискурса // Принципы и практика политических исследований. – М., 2002. – С. 75.