

КОНТЕНТ-АНАЛІЗ ЯК ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНА ПРОЦЕДУРА

Розкривається сутність методу контент-аналізу, його роль у психолого-педагогічній діагностиці, а також висвітлюється історія розвитку та методіку процедури, наводиться алгоритм виконання й приклади застосування контент-аналізу у сучасних педагогічних дослідженнях.

Ключові слова: контент-аналіз, документи; якісно-кількісний метод, смислові одиниці.

З метою подолання суб'єктивізму в процесі вивчення документів, а також можливості отримання достовірної інформації з подальшою точною її реєстрацією, розроблено спеціальний метод, що отримав назву «контент-аналіз» (буквально «аналіз змісту»).

У сучасній вітчизняній психолого-педагогічній діагностиці контент-аналіз як якісно-кількісне вивчення документів, у порівнянні з тестами, проєктивними методиками, опитувальниками застосовується достатньо рідко. Водночас в історії розвитку методу є широкий позитивний досвід його використання для психодіагностичних, психолого-педагогічних цілей.

Контент-аналіз (від англ. *contens* зміст) – метод (стандартна методика) якісно-кількісного аналізу змісту документів з метою виявлення або виміру різних фактів і тенденцій, зафіксованих у цих документах. Особливість контент-аналізу полягає у вивченні документів за їх соціальним контекстом. Водночас його можна використовувати як основний метод дослідження (контент-аналіз тексту при дослідженні політичної спрямованості періодичного видання), паралельний, у поєднанні з іншими методами (у дослідженні ефективності функціонування засобів масової інформації), допоміжний або

контрольний (у педагогіці при класифікації відповідей на відкриті питання анкет).

У західних країнах контент-аналіз активно використовується вже понад сто років і вважається одним із провідних методів вивчення засобів масової комунікації й опрацювання психолого-педагогічних досліджень. Натомість, в Україні контент-аналітичні дослідження обмежуються вузьким колом фахівців [4; 6]. Саме тому вважаємо за доцільне більш детально зупинитись на його описі й характеристиці.

Методика контент-аналізу знайшла широке впровадження в інформаційну епоху, проте історія методу не обмежується ерою автоматичної обробки тексту. Так, перші спроби використання контент-аналізу датовані XVIII ст., коли в Швеції наявність в тексті книги певних тем слугувала критерієм її еретичности.

В ужитковий обіг термін *content-analysis* вперше залучили наприкінці XIX – поч. XX ст. американські журналісти Б. Меттью, А. Тенні, Д. Спід, Д. Уіпкінс. Проте, його справжнє поширення, як повноцінної методики, відбулося лише у 30-х роках XX ст. Саме в цей час у США метод сформувався як спеціальний, відносно формалізований вид аналізу документів, коли на основі гіпотези дослідника в документальних матеріалах виділялися спеціальні одиниці інформації, а потім підраховувалася частота їх вживання. Пізніше він поширився в європейських країнах.

Так, в СРСР в 20-х роках XX ст. кількісні методи при вивченні документів використовували психологи Н. Рибніков, І. Шпільрейн, П. Блонський, соціолог С. Кузьмічов та ін. Зокрема, дослідник біографічних матеріалів Н. Рибніков розглядав автобіографії як психологічні документи, що презентують особистість та її історію. Застосовував кількісний аналіз документів і відомий психолог І. Блонський. Проте процедуру аналізу у нього, як і у Н. Рибнікова, не було описано. Наприкінці 60-х років цей метод набував поширення в соціологічних і соціально-психологічних дослідженнях.

Американські вчені з 40-х років минулого століття використовували контент-аналіз для визначення психологічних особливостей, психічних станів

окремої особистості й груп людей. Наприклад, психологічну структуру конкретної особистості на основі аналізу сукупності її документів досліджували Р. Оллпорт (Allport G., 1942) і А. Болдуїн (Baldwin A., 1942). Психічну напруженість передсуїцидного стану і мотивацію за допомогою аналізу змісту листів, нотаток, щоденників намагалися вимірювати Дж. Доллард, О. Маурер (Dollard J., Mowrer O., 1947), Ч. Осгуд і Е. Уолкер (Osgood Ch., Walker E., 1959).

Так Л. Лоуенталь (1950) на основі кількісного аналізу біографій, що публікувалися в популярних журналах, показав як змінювалися цінності і кумири американського суспільства впродовж перших чотирьох десятиліть ХХ ст. від «ідолів виробництва» (бізнесмени, менеджери, банкіри тощо) до «ідолів споживання» (співачки, кінозірки, спортсмени та ін.).

З часом набуває поширення якісно-кількісний аналіз вербальної комунікації в малих групах, розпочатий Р. Бейлсом. За допомогою аналізу діалогів, ділових бесід, дискусій в малих групах і первинних колективах дослідники намагалися діагностувати стиль керівництва, соціально-психологічний клімат, конфліктність.

Окрім самостійного або рівноправного використання в комплексі з іншими методами контент-аналіз може виступати як допоміжна технологія для обробки даних, здобутих на основі прожективних методик (наприклад, тесту Роршаха), нестандартизованного інтерв'ю, відкритих питань анкет тощо. Метод може використовуватися під час накопичення кількісних даних про явище, або процес, що містяться в документах. Під документом у цьому разі розуміється не лише офіційний текст (інструкція або юридичний закон), а усе написане або виголошене, що стало комунікацією. Контент-аналізу піддаються книги, газетні або журнальні статті, оголошення, телевізійні виступи, кіно- і відеозаписи, фотографії, гасла, етикетки, малюнки, а також й офіційні документи [2].

На думку українського дослідника В. Іванова, контент-аналіз це «якісно-кількісний метод вивчення документів, що характеризується об'єктивністю висновків і жорсткістю процедури й полягає в квантифікаційній обробці тексту з подальшою інтерпретацією результатів. Предметом контент-аналізу можуть

бути як проблеми соціальної дійсності, які висвітлюються чи, навпаки, приховуються в документах, так і внутрішні закономірності самого об'єкта дослідження» [4, с. 35].

Квантифікація в контент-аналізі від простого підрахунку частот елементів-одиниць змісту поступово еволюціонувала до більш складних статистичних способів. Зокрема, ще в 1942 р. А. Болдуїном був запропонований підрахунок використання слів в тексті. Пізніше Ч. Осгуд разом із колегами збагатив контент-аналіз методикою «зв'язаності символів», де розвивається принцип А. Болдуїна, що дозволяє виявляти не випадкові, зв'язані між собою елементи змісту, представлені в спеціальних матрицях. По суті, ця методика започаткувала залучення в контент-аналіз кореляційної техніки, а потім і факторного аналізу.

Останнім часом метод активно використовують представники соціогуманітарних наук (юристи, історики, журналісти, літературознавці, політологи, психологи, економісти, педагоги, соціальні працівники), які зацікавлені у встановленні об'єктивних ознак людських комунікацій.

Саме в теорії масової комунікації, політології й соціології контент-аналіз набув найбільшого поширення. Цим частково пояснюється факт, що інколи термін використовується як узагальнюючий для усіх методів систематичного аналізу політичних текстів і текстів джерел масової комунікації, що претендують на об'єктивність. Проте таке розширене усвідомлення контент-аналізу є не зовсім правомірним. Хоча серед аналітичних методів він дійсно посідає особливе місце через свою технологічність. Окрім того, він є достатньо гнучким для успішного використання у дослідженнях різного типу, оскільки об'єктом його дослідження є саме текст.

Так, у західній психологічній літературі з'явився термін «тест вчителя». На увазі мають не лише традиційні тести обліку і контролю шкільних досягнень, а цілеспрямоване використання вчителем у своїй роботі малоформалізованої діагностики. Особливого значення надається умінням здійснювати систематичні спостереження, мета яких полягає у вивченні

індивідуально-психологічних особливостей учнів, їх поведінка. Щодо ґрунтовності розробки тести вчителя наразі відстають від досягнень у формалізованій діагностиці. Проте у поєднанні формалізованих методик діагностування із спостереженнями, бесідами й іншими формами вивчення особистості учня він може дати позитивний результат.

Контент-аналіз відрізняється від інших способів вивчення документів можливістю «вписування» змісту документа в соціальний контекст, усвідомити його одночасно і як прояв, і як оцінку соціального життя. Таке «вписування» документа в проблему, що вивчається, дає можливість виявити: а) те, що існувало до нього і набуло у ньому віддзеркалення, б) наявне лише в ньому, в) підсумок, сутність сприйняття адресатом. На думку соціологів (Маркофф, Шапіро, Вейтман та ін.), контент-аналіз можна назвати «текстуальним кодуванням», оскільки він передбачає здобуття кількісної інформації про зміст документа на основі її кодування.

Сенс контент-аналізу полягає у систематизації інтуїтивних відчуттів, можливості зробити їх наочними й такими, що піддаються перевірці, та розробити методику цілеспрямованого збору текстових концептів, на яких ці відчуття ґрунтуються. Озброєний такою методикою дослідник зможе не просто упорядкувати свої відчуття й зробити висновки більш обґрунтованими, але навіть дізнатися з тексту більше, аніж сказав його автор, адже систематична повторюваність в тексті певних тем, або характерних формальних елементів чи конструкцій може й не усвідомлюватися автором, натомість виявляється й певним чином інтерпретується дослідником. Реально відмінною рисою контент-аналізу є не тільки його задекларована в багатьох визначеннях «систематичність» і «об'єктивність» (ці риси притаманні й іншим методам аналізу текстів), а його квантитативний характер. Контент-аналіз, перш за, все є кількісним методом оцінки певних компонентів тексту, що може доповнюватися також різними якісними класифікаціями і виявленням певних структурних закономірностей. Тому найбільш вдалим визначенням контент-аналізу можна вважати таке: контент-аналіз – це систематична числова

обробка, оцінка і інтерпретація форми і змісту інформаційного джерела. З позиції лінгвістів і фахівців з інформатики, контент-аналіз є типовим прикладом прикладного інформаційного аналізу тексту, що зводиться до виявлення у ньому інформації про компоненти, які цікавлять дослідника, й структурування їх вигляді, зручному для подальшого аналізу.

Конкретні прикладні цілі контент-аналізу також варіюють у широких межах. Так, у 1952 американський дослідник Б. Берелсон сформулював 17 цілей, зокрема, опис тенденцій в змінах змісту комунікативних процесів; опис відмінностей у змісті комунікативних процесів у різних країнах; порівняння текстів, опублікованих у різних ЗМІ; виявлення використовуваних пропагандистських прийомів; визначення намірів учасників комунікації; визначення психологічного стану індивідів і груп; виявлення установок, інтересів, цінностей різних груп населення і суспільних інститутів тощо.

Російський вчений О.Алексєєв виділяє такі вимоги контент-аналітичного дослідження [1]:

- *вивчення сукупності текстів*, з використанням типових соціологічних процедур суцільного або ж вибіркового обстеження, з дотриманням вимог репрезентативності;
- *структурування, сегментація, розчленування текстів* або вичленування в них змістових інваріантів, що повторюються в усіх чи в окремих текстах, які належать до досліджуваної масової сукупності;
- *формалізація, застосування жорстких операціональних правил* і формальних алгоритмів у здійсненні процедур контент-аналізу;
- *аналітико-синтетична процедура*, оскільки передбачається формалізований «розподіл» цілісних текстів чи вичленування окремих елементів для подальшого об'єднання цих інваріантних елементів у великі «однорідні маси», обсяг і тип яких характеризуються як певна цілісність вже усієї сукупності текстів;

- *використання якісних, статистичних методів*, коли вказані інваріантні елементи з їх ознаками виступають одиницями спостереження і підрахунку;
- *перекодування соціальної інформації*.

Щодо сутності методу. У спрощеному вигляді її можна викласти так. Об'єктом аналізу є тексти з досліджуваної проблеми, які зводять до набору певних елементів, піддають аналізу та підраховують. На підставі виявлених змін, роблять певні висновки щодо тенденції розвитку проблеми.

Формалізованість контент-аналізу полягає в перекладі якісної інформації на мову рахунку, оскільки самому аналізу тексту документа передують визначення категорій аналізу. З цією метою виділяються два типи одиниць – смислові, або якісні (ключові поняття), і одиниці рахунку, або кількісні одиниці аналізу (емпіричні індикатори, зафіксовані в програмі дослідження). Під час виокремлення смислових категорій аналізу доцільно уникати крайнощів, оскільки коли обираються занадто загальні (абстрактні) поняття, може відбутися поверхневий аналіз тексту, що не дозволить заглибитися у його зміст. Натомість жорстка конкретизованість категорій аналізу сприятиме утворенню їх надлишкової кількості, а відтак дослідник отримає не аналіз тексту, а його конспект. Як бачимо, ця процедура набагато залежить від особистої компетентності дослідника, рівня його творчих можливостей.

Отже, на цьому етапі важливо знайти оптимальне рішення, що дало б можливість обрати категорії контент-аналізу з відповідними ознаками:

- відповідність вимогам щодо розв'язання дослідницьких задач;
- вичерпність, здатність достатньо повно відображати смисл основних понять дослідження;
- взаємовиключність (один той самий зміст не повинен входити до складу різних категорій в однаковому обсязі);
- надійність, тобто не викликати суперечностей у дослідників з приводу необхідності відносити до тієї або іншої категорії у процесі аналізу документа.

Після визначення системи категорій аналізу обирається відповідна їм одиниця аналізу тексту, нею можуть бути: слово; речення; тема; ідея; автор; персонаж; соціальна ситуація; частина тексту, об'єднана чимось, що відповідає смислу категорії аналізу.

Оскільки контент-аналіз ґрунтується на принципі повторюваності, частоти використання різних смислових одиниць (наприклад, певних понять, думок, образів тощо), сенс у його використанні є лише за умови достатньої кількості матеріалу аналізу.

Отже, до основних процедур контент-аналізу ми відносимо:

1. Виявлення смислових одиниць, які виділяються залежно від змісту, цілей, завдань і гіпотез конкретного дослідження: поняття, виражені в окремих термінах; теми, виражені в цілих смислових абзацах, частинах текстів, статтях, радіопередачах тощо; імена, прізвища людей; події, факти тощо; сенс апеляцій до потенційного адресата.

2. Виокремлення одиниць обліку, які можуть збігатися або не збігатися з одиницями аналізу. У першому випадку процедура зводиться до підрахунку частоти наявності виділеної смислової одиниці, у другому – на основі аналізованого матеріалу дослідник сам виокремлює одиниці обліку, якими можуть бути: обсяг текстів; площа тексту, заповнена смисловими одиницями; число рядків (абзаців, знаків, колонок тексту); кількість малюнків з певним змістом, сюжетом тощо.

3. Процедура підрахунку в загальному вигляді, яка схожа із стандартними прийомами класифікації за виділеними угрупованнями. Кількісною характеристикою одиниці аналізу є одиниця лічби. Вона реєструє, як часто у тексті з'являється та чи та смислова одиниця. Крім того, за одиницю лічби може бути взятий обсяг уваги, що приділяється досліджуваній проблемі. Зокрема у тексті він може фіксуватися за кількістю рядків, площиною тексту тощо. У повідомленні, трансльованому в усній формі, обсяг уваги визначають за часом, витраченим на повідомлення. Для цього застосовується складання спеціальних таблиць, використання комп'ютерних програм, спеціальних

формул (наприклад, «формула оцінки питомої ваги смислових категорій в загальному об'ємі тексту»), статистичні розрахунки зрозумілості і атрактивності тексту.

Отже, процедура підрахунку при кількісному контент-аналізі в загальному вигляді аналогічна стандартним прийомам класифікації за виділеними угрупованнями ранжування й виміру асоціації. Існують також спеціальні процедури підрахунку у контент-аналізі, наприклад, формула коефіцієнта Яніса, призначена для обчислення співвідношення позитивних і негативних (відносно вибраної позиції) оцінок, думок, аргументів.

У разі, коли число позитивних оцінок перевищує число негативних розрахунки відбуваються за формулою:

$$C = \frac{f^2 - f \cdot n}{r \cdot t}$$

де f – число позитивних оцінок; n – число негативних оцінок; r – об'єм змісту тексту, що має пряме відношення до проблеми; t – загальний об'єм аналізованого тексту.

У разі, коли число позитивних оцінок менше негативних:

$$C = \frac{f \cdot n - n^2}{r \cdot t}$$

Іноді використовують й більш спрощені способи виміру. Питому вагу тієї або іншої категорії можна обчислити за формулою [5]:

$$K = \frac{\text{Кількість одиниць аналізу, що фіксують дану категорію}}{\text{Загальна кількість одиниць аналізу}}$$

Щодо застосування методу в педагогічних дослідженнях. Доволі часто зустрічаються нарікання на відсутність єдиного погляду щодо певного визначення або трактування поняття. Зафіксовано наявність декількох десятків визначень однієї дефініції, причому, зазвичай робиться висновок, що саме відсутність узагальненої думки ускладнює процес аналізу предмета дослідження. Так, існує понад трьохсот визначень «педагогічної технології», майже півсотні визначень «інноваційної діяльності» тощо. Виявлено

суперечливість у поглядах учених на розуміння методу проектів, оскільки одні вважають його методом навчання, інші – педагогічною технологією; більшість учених не виділяють діяльність учителя як категорійну ознаку методу проектів взагалі, тощо. Наведемо приклад контент-аналізу поняття «метод проектів», здійсненого Ю. Жилиєвою [3]. Для аналізу дослідниця обрала 15 визначень, в яких виділила його категорійні ознаки й проаналізувала поширеність їх використання в педагогічній літературі (табл. 1).

Таблиця 1

Аналіз визначень методу проектів

Категорійна ознака	Варіанти трактування	Поширеність категорійної ознаки (%)
Дидактична сутність	Система навчання	17
	Сукупність прийомів та дій учнів	17
	Інноваційний метод навчання	17
	Засіб досягнення дидактичної мети	17
	Особистісно орієнтований метод навчання	17
	Система поглядів	17
	Педагогічна технологія	17
Мета навчання	Набуття знань та вмінь	50
	Набуття вмінь	16
	Вирішення поставленої проблеми	17
	Дидактична мета	17
	Розробка проблеми	17
	Оформлення результатів	35
	Застосування існуючих знань	20
	Розробка проблеми	17
Завдання навчання	Планування та виконання практичних завдань	33
	Оформлення результатів	17
Одиниця навчального процесу	Проект	30
	Проблема	30
Діяльність учіння		100
Діяльність навчання		20

Таким чином, на основі проведеного аналізу дослідниця сформулювала власне визначення категорії «метод проектів», використовуване нею у подальшій роботі.

Проведення контент-аналізу у педагогічних дослідженнях, на нашу думку, є вельми актуальним, доречним і цікавим прийомом, яке поки що очікує заслуженої уваги дослідників.

Література

1. Алексеев А.Н. Контент-анализ в социологии и точки соприкосновения с другими отраслями знания / А.Н. Алексеев // Проблемы контент-анализа в социологии: Материалы Сибирского социологического семинара / Отв. ред. А.Н.Алексеев. – Новосибирск: НГУ, 1970. – С.11-12.
2. Григорьев С.И. Проведение контент-анализа. – [Электронный ресурс]: Режим доступа 25.03.2009: < <http://psyfactor.org/lib/k-a2.htm>>. – Загол. з екрану. – язык рус.
3. Жиляева Ю.М. Категорійний аналіз поняття «метод проектів». – [Электронный ресурс]: Режим доступа 05.05.2009: <<http://eprints.zu.edu.ua/2508/1/110-113.pdf>>. – Загол. з екрану. – мова укр.
4. Иванов В.Ф. Контент-анализ: Методология і методика дослідження ЗМК: Навч. посібник / Наук. ред. А.З. Москаленко. – К., 1994. – 112 с.
5. Манаев О.Т. Контент-анализ – описание метода. – [Электронный ресурс]: Режим доступа 04.07.2009: <<http://www.psyfactor.org/lib/kontent.htm>>. – Загл. с экрана. – Язык рус.
6. Сорока М.Б. Використання методу контент-аналізу при створенні автоматизованих інформаційних систем / М.Б. Сорока, Н.В. Танатар // Бібліотека. Наука. Культура. Інформація: Наукові праці НБУВ. Вип. 1. –1998. – С. 318-322.

Л. Лукьянова. Контент-анализ как психолого-педагогическая процедура

В статье раскрываются суть метода контент-анализа, его роль в психолого-педагогической диагностике, а также раскрывает историю развития и методику процедуры, приводит алгоритм и примеры использования контент-анализа в современных педагогических исследованиях.

Ключевые слова: контент-анализ, документы, качественно-количественный метод, смысловые единицы.

L. Lukyanova. Content Analysis as a Psycho-Pedagogical Procedure

The author reveals the essence of the of content analysis method , its role in psychological and educational diagnosis, as well as the history of the development of procedures and methodology; causes the algorithm and examples of content analysis usage in the contemporary pedagogical research.

Keywords: content analysis, documents, qualitative-quantitative method, semantic units.