

Henryk OGRYZKO-WIEWIÓROWSKI

Zastosowanie analizy treści w badaniach socjologicznych

The Application of Content Analysis in Sociological Studies

Применение анализа содержания в социологических исследованиях

Znaczny wpływ na działania i sposoby myślenia współczesnego człowieka mają środki masowego przekazu: prasa, radio, telewizja, film itp. Upowszechniane przez nie wzorce, wartości, interpretacje kształtują indywidualne opinie, postawy, poglądy, zachowania. Stąd od szeregu lat komunikowanie masowe stało się przedmiotem zainteresowania licznych badaczy życia społecznego.

Badania nad treścią przekazów informacyjnych sięgają początków XX wieku (niektórzy mówią o pewnych precedensach nawet wcześniej). Od pewnego czasu przeszły one kilka etapów. Od końca lat dwudziestych były to głównie studia o charakterze prasoznawczym i dotyczyły w większości amerykańskiej prasy codziennej. W latach trzydziestych masowe komunikowanie stało się przedmiotem badań również politologów, a niekiedy nawet historyków, socjologów, psychologów. Pojawiły się analizy nie tylko zawartości dzienników, ale również pism periodycznych, a także filmów, programów radiowych. Prowadzono wiele badań nad oddziaływaniem propagandowym, nad społecznymi warunkami akceptacji treści rozpowszechnianych przez środki masowego przekazu, nad rolą audycji reklamowych w radio, nad wpływem filmu na zachowania i postawy dzieci itp. Podczas II wojny światowej rozwijano głównie badania nad propagandą. Analizowano między innymi treści programów radia niemieckiego. W okresie powojennym poszerzył się zakres przedmiotowy i tematyczny badań nad masowym komunikowaniem. Udoskonalono stosowaną w nich aparaturę metodologiczną, a dla określenia sposobu postępowania badawczego przyjęła się nazwa „analiza treści”. Wzrosło za-

interesowanie nowszymi środkami masowego przekazu tj. radiem, telewizją, filmem. Poza słowem pisanym i mówionym podejmowano również próby analizy komunikacji pozawerbalnej jak obrazki, gesty, mimika twarzy itp. Niektórzy rozciągali nawet zastosowanie procedur analizy treści na badanie materiałów nie związanych z rozpowszechnianiem, np. dane z wywiadów psychiatrycznych, z testów projekcyjnych itp. Wzrogacono wachlarz problematyki badawczej. Analiza treści znajduje obecnie zastosowanie niemal w każdej dyscyplinie społecznej począwszy od politologii poprzez historię, socjologię aż do psychiatrii i lingwistyki.

Jednak przynajmniej trzy cechy wyróżniają socjologiczne wykorzystanie analizy treści¹. Po pierwsze, analizowane materiały interesują socjologa jako fakty społeczne. Nie traktuje ich, jak czyni to zazwyczaj historyk, jako źródło informacji o zjawiskach pozatreściowych, lecz sama treść jest dla niego faktem na tyle doniosłym społecznie, by stać się przedmiotem poznania. Po drugie, mniej interesuje go sposób wyrażania myśli, gramatyczny styl wypowiedzi aniżeli myśli, idee w niej zawarte. Po trzecie, socjolog koncentruje swą uwagę nie tyle na słowach, ich brzmieniu, co na znaczeniach, jakie one posiadają. Synonimy czy słowa o podobnym znaczeniu grupowane są w te same kategorie.

Na współczesną postać analizy treści wpłynęły głównie prace dwu autorów: H. D. Lasswella oraz B. Berelsona. Ten ostatni sformułował definicję analizy treści — uważaną nadal za klasyczną (choć nie pozbawioną pewnych wad) i wyróżnił sposoby podejścia oraz jednostki analizy w badaniach zawartości materiałów informacyjnych.

Analiza treści — według Berelsona — jest techniką badawczą służącą do obiektywnego, systematycznego i ilościowego opisu jawnej treści przekazów komunikacyjnych².

¹ M. Duverger, *Introduction to the Social Sciences*, George Allen and Unwin LTD, London 1961, s. 105—106.

² B. Berelson, *Content Analysis in Communication Research*, The Free Press, Glencoe, 1952, s. 18. Podobne, choć niekoniecznie takie same definicje były formułowane również przez innych autorów. Na przykład Cartwright stwierdza, że analiza treści odnosi się do obiektywnego, systematycznego i kwantytatywnego opisu jakiegokolwiek zachowania symbolicznego (D. P. Cartwright, *Analysis of Qualitative Material*, [w:] L. Festinger, D. Kat (eds.: *Research Methods in the Behavioral Sciences*, Holt, Reinhart and Winston, New York 1953, s. 424). Jest to więc pewne rozszerzenie definicji Berelsona, który ogranicza analizę treści jedynie do treści jawnych. Według Stone (i innych) analiza treści jest pewną techniką badawczą prowadzącą do systematycznego i obiektywnego formułowania specyficznych charakterystyk danego tekstu (P. J. Stone i inni, *The General Inquirer: A Computer Approach to Content Analysis in the Behavioral Sciences*, Cambridge M.I.T. Press, Cambridge Mass., 1966, s. 5). Autorzy ci nie postulują ilościowego sposobu prowadzenia analizy treści.

Obiektywność opisu oznacza, że jest on niezależny od subiektywnego traktowania treści. Stosowane kategorie opisowe i sposób postępowania badawczego winny być na tyle wyraźnie określone, by inny badacz (albo ten sam, lecz w innym czasie lub miejscu) korzystając z nich doszedł do tych samych rezultatów. Przez warunek systematyczności rozumie się obowiązek brania pod uwagę wszystkich części materiału poddawanego analizie, a nie tylko tych, które potwierdzają sformułowaną wcześniej hipotezę lub zgadzają się z poglądami badacza. Postulat ilościowego charakteru opisu nakazuje, by analiza treści dokonywana była w terminach liczbowo wymiernych. Przy tym niektórzy rozumieją go dość rygorystycznie i sprowadzają do zliczania. Sam Berelson natomiast wydaje się bardziej liberalny i nie wyklucza również takich mierników jak: „więcej”, „mniej”, „wzrastający” itp.

Charakterystyka ilościowa jest tu o tyle dopuszczalna, o ile daje się wyrazić w terminach ilościowych, np. informację, której nadawca poświęca więcej miejsca lub częściej ją powtarza można traktować jako ważniejszą dla niego od tej, którą wzmiankuje skrótowo albo rzadziej do niej wraca. Również Berelsona rozumienie warunku ilościowego nie wszystkich zadowalało. Poszukiwali oni odrębnych reguł opisu jakościowego tekstów informacyjnych. W związku z tym mówi się czasem o dwu podejściach badawczych w ramach analizy treści — o podejściu ilościowym i jakościowym. Dotychczas jednak procedury opisu jakościowego są o wiele mniej rozwinięte od ilościowego. Toteż w praktyce upowszechniło się głównie ujęcie ilościowe, natomiast charakterystyki jakościowe stanowią jedynie ich uzupełnienie.

Podobnie kontrowersyjny okazał się ostatni z warunków mówiący, że analiza ma dotyczyć jedynie treści jawnych. Był on przedmiotem długiej dyskusji wśród zainteresowanych. Różnice zdań dotyczyły w zasadzie dwu kwestii: co z badanego tekstu należy kodować i jakie wnioski można z tego wyprowadzić. Przeważało stanowisko, że kodowanie powinno obejmować jedynie to co „w wierszach”, a nie „między wierszami”. Natomiast wnioski mogą wykraczać poza semantykę tekstu. Berelson mówił o trzech rodzajach wniosków, jakie można wyprowadzić z analizy treści. Po pierwsze, mogą one dotyczyć cech samego tekstu. Po drugie, mogą stanowić podstawę charakterystyki autora treści. I po trzecie, mogą dotyczyć skutków oddziaływania przekazywanych treści komunikacyjnych. Inaczej i bardziej szczegółowo sformułował to H. D. Lasswell w pracy napisanej wspólnie z D. Lernerem i I. de S. Poolem³. Twierdził on, że analiza treści może obejmować takie kwestie jak: 1) kto mówi? 2) co?

³ H. D. Lasswell, D. Lerner, S. Pool I. de, *The Comparative Study of Symbols*, Stanford University Press, Stanford 1952.

3) do kogo 4) jak? 5) z jakim efektem? ⁴ Później dodano jeszcze szóste pytanie: dlaczego?

Typologia Berelsona, a zwłaszcza Lasswella stanowi znakomitą podstawę klasyfikowania zainteresowań poznawczych realizowanych w ramach badań nad funkcjonowaniem środków masowego przekazu w społeczeństwie ⁵. Ilustracje głównych problemów badawczych wynikających z obu typologii przedstawia tab. 1.

JEDNOSTKI ANALIZY

Przekazy informacyjne składają się z pewnych całości, które mogą być wykorzystane jako źródło informacji dla socjologa dopiero wówczas, gdy spojrzy na nie poprzez zawarte w nich wymierne elementy. Nazywa się je często jednostkami analizy.

M. Duverger dzieli je na jednostki gramatyczne i niegramatyczne. Do gramatycznych należą słowo, stwierdzenie i paragraf, a do drugich — dzieło i charakter (cechy osobowościowe). Jako jednostki analizy traktu-

Tab. 1. Zainteresowania badawcze dotyczące treści przekazów informacyjnych

Cel	Pytanie	Zadanie badawcze
Charakterystyka cech treści badanych przekazów informacyjnych	Co?	Analiza głównych trendów w przemianach treści przekazów informacyjnych (na przestrzeni pewnego czasu)
		Opis treści przekazów informacyjnych w powiązaniu z cechami charakterystycznymi ich nadawcy
	Jak?	Opis treści przekazów informacyjnych w odniesieniu do panujących w danym społeczeństwie wzorców i standardów kulturowych
		Analiza stosowanych w tekście technik perswazyjnych
Do kogo?		Analiza stylu komunikowania
		Opis treści przekazów informacyjnych w powiązaniu z cechami charakterystycznymi odbiorców, do których są adresowane
		Opis zróżnicowania wzorów komunikowania w zależności od adresatów przekazu informacyjnego

⁴ *Ibid.* s. 12.

⁵ O. R. Holsti, *Content Analysis*, [w:] Lindzey G., Aronson E. (eds.): *The Handbook of Social Psychology*, vol. II, Reading Mass., Addison-Wesley Publ. Comp., Addison-Wesley Publ. Comp. 1968, s. 604.

Charakterystyka nadawcy i czynników wyznaczających treści przekazów informacyjnych	Dlaczego?	Analiza intencji związanych z przekazywaną treścią Analiza psychologicznych cech nadawcy Analiza warunków kulturowych przekazywanych treści Analiza legalności przekazywanych treści
	Kto?	W przypadkach nieustalonego autorstwa badanych treści dostarczanie ewentualnej argumentacji rozstrzygającej
Charakterystyka skutków oddziaływania badanych treści przekazów informacyjnych	Z jakim efektem?	Opis czytelności badanych treści Opis przepływu informacji Opis cech adresatów przekazywanych treści komunikacyjnych

je się także czasem tzw. jednostki kontekstowe. W odróżnieniu od Duvrgera w niniejszym tekście wyłączam z jednostek analizy — jednostki miary (omawiam je oddzielnie).

Słowa. Każdy tekst składa się ze słów. Są to najmniejsze jednostki przekazu werbalnego. Jakkolwiek same słowa nie tworzą jeszcze sensownej wypowiedzi, niemniej używanie pewnych słów może nasuwać pewne sugestie co do intencji albo myśli zawartych w badanych wypowiedziach. Poeta Ch. Baudelaire miał kiedyś powiedzieć, że aby poznać duszę poety, trzeba zbadać, jakie słowa pojawiają się w jego utworach najczęściej. Kiedy interesują nas słowa używane przez nadawcę tekstu, chodzi nam nie tyle o to, by dowiedzieć się, o czym on mówi (o tym wiemy wcześniej), ale „jak mówi”. Bowiem o tej samej sprawie można się wyrażać w słowach oględnych, pozytywnych, albo odwrotnie — autor może celowo dobierać terminy, które będą niosły ze sobą negatywną ocenę opisywanego zjawiska, będą pomniejszać jego znaczenie albo deprecjonować jego wartość. Na przykład, pisząc o współczesnej młodzieży możemy o niej mówić, że jest „wspaniała”, „inteligentna”, „kulturalna”, „zdolna”, „patriotyczna”, „szczerą”, „autentyczna” lub też, że jest „zakłamana”, „zmaterializowana”, „leniwa”, „cyniczna”, „zdemoralizowana” itp.

Analiza słów może być realizowana dwojako. Może ona dotyczyć wszystkich słów, bądź tylko słów kluczowych, podstawowych dla danego tekstu. Pierwszy przypadek ma miejsce wtedy, gdy badacz zainteresowany jest rodzajem słów używanych przez mówcę, autora wypowiedzi, sprawozdawcę itp., na. częstość występowania słów wyszukanych, obcego pochodzenia, o zabarwieniu emocjonalnym, wartościujących itp. Badanie oparte na słowach kluczowych polega na analizie słów wyrażają-

cych postawy, tendencje interpretacyjne itp. Ten typ analizy stosowano, gdy badano nasycenie literatury dziecięcej pojęciami nacjonalistycznymi albo gdy porównywano czasopisma pod względem częstości występowania w nich pojęć o konotacjach politycznych np. wolność, faszyzm, demokracja, komunizm itp.⁶

Stwierdzenia. Pojedyncze stwierdzenie interesuje badacza o tyle, o ile zawiera ono jakąś myśl, jakiś jeden temat. Stwierdzenie jakiegoś faktu nie zawsze można utożsamiać ze zdaniem. Na przykład w zdaniu: „Pan X chociaż wykształcony, to jednak nieroztropny i niekulturalny” występują trzy stwierdzenia: „Pan X jest wykształcony”, „Pan X jest nieroztropny” oraz „Pan X jest niekulturalny”! Stwierdzenia stanowią bardziej rozwinięte składniki tekstu aniżeli słowa. W związku z tym niosą one pełniejszą informację dla badacza treści komunikacyjnych. Podstawową ich wadą jest jednak to, że nie będąc elementami naturalnymi wypowiedzi werbalnych wymagają czasochłonnej pracy przy kodowaniu. Czasami dla zwiększenia stopnia trafności prowadzonej analizy angażuje się kilka osób dla niezależnego od siebie kodowania stwierdzeń (tematów) zawartych w tym samym tekście.

Paragrafy. Wyrażaną przez autora myśl, temat nie zawsze wystarczy ujmować tylko w postaci pojedynczych stwierdzeń. Dzieje się tak zwłaszcza wtedy, gdy badacz zmierza do pełniejszego zrozumienia interesujących go zjawisk, np. gdy interesuje go nie tylko sama obecność pewnej sprawy, ale także jej uwarunkowania, cele w jakich jest o niej mowa, ewentualne powiązania, konsekwencje itp. Wymaga to zatem koncentracji na większym fragmencie tekstu. Może to być jeden akapit, względnie paragraf. Tego typu jednostki analizy stanowią względnie autonomiczne składniki większych całości. Rozwijane w nich myśli dotyczą zwykle jakiegoś jednego aspektu opisywanych w tekście zjawisk. Widoczne są już tutaj pewne sposoby rozumowania autora, pewne tendencje interpretacyjne. Można je traktować jako bardziej rozwinięte odpowiedzi na interesujące badacza pytania.

Dzieło. Mówiąc o dziele jako jednostce analizy chodzi o takie wytwory jak artykuł, książka, film, audycja radiowa, program telewizyjny itp. Korzysta się z niej głównie wtedy, gdy badacza interesuje bardziej całościowa charakterystyka treści wytwarzanych względnie rozpowszechnianych przez dane czasopismo, redakcję, wydawnictwo itp. Klucz kodowy jest wówczas bardziej lub mniej rozbudowaną listą cech badanych publikacji. Zadanie zaś osoby kodującej nie wykracza zazwyczaj poza samą tylko identyfikację typu poruszanej problematyki w danym tekście, np. gdy badacza interesuje film, może on formułować takie kate-

* M. Duverger, *op. cit.*, s. 110.

gorie jak filmy kryminalne, historyczne, komedie, psychologiczne itp.; artykuł może być przychylny, krytyczny, neutralny. Taka typologizacja może też mieć charakter bardziej szczegółowy, np. rozpatrując publikacje dotyczące życia rodzinnego w pewnym czasopiśmie można je klasyfikować według wyrażanych w nich opinii dotyczących dzietności, preferowanych wzorów wychowania młodzieży, rozwiązywania konfliktów małżeńskich itp.

C h a r a k t e r. Charakter jest nietypową jednostką analizy. Niemniej w literaturze przedmiotu występują badania, które opierają się na analizie cech osobowościowych, charakterologicznych. Dotyczą one aspektów wychowawczych zawartych w treści filmów, programów telewizyjnych (zwłaszcza rozrywkowych), dzienników, magazynów, komiksów itp., gdzie często interesują badacza typy osobowościowe przedstawianych tam postaci. Podstawowym elementem treści w takich badaniach nie jest formalnie określony większy lub mniejszy fragment tekstu, ale cała wypowiedź (bez względu na jej wielkość czy formę gramatyczną), która zawiera pewną charakterystykę osobowościową. Na przykład Anna Garztecka w swojej pracy na temat: „Wzory osobowe i wartości propagandowe w Trybunie Ludu” pisze: „Jednostką analizy była cała wypowiedź prasowa, przedstawiająca odrębnie bądź w ramach większej całości sylwetki ludzi”⁷. Podobny typ analizy prowadził też D. Auster. W badaniach dotyczących treści komiksu „Mała sierotka Ania” sprawdził m. in. taką oto hipotezę:

w historii obrazkowej, w której jedną z głównych postaci jest „rycerz przemysłu”, portrety osób pochodzących z klasy robotniczej będą przedstawiane mniej życzliwie niż portrety osób pochodzących z klasy średniej⁸.

A dalej autor pisze:

Analiza tematyczna koncentrowała się na cechach charakteru bohaterów należących do dwóch wspomnianych wyżej klas społecznych. Kategoriami wytycznymi do klasyfikacji był szereg cech uchodzących za cechy idealnego Amerykanina, takich jak altruizm, przedsiębiorczość, dzielność, praktyczność, poleganie na sobie samym, wyrozumiałość⁹.

Obok omówionych jednostek analizy mówi się jeszcze o tzw. jednostkach kontekstowych. Korzysta się z nich wtedy, gdy danej jednostki analizy nie możemy zakodować do żadnej z utworzonych kategorii, ze względu na wieloznaczność jej treści. Wówczas jednostką kontekstową nazywamy największą część badanego materiału, do któ-

⁷ Warszawa, 1978, s. 35.

⁸ D. Auster, *Analiza światopoglądowych treści komiksu „Mała sierotka Ania”*, „Social Problems”, 1954, vol. II. Cyt. za przedrukiem w S. Nowak, *Metody badań socjologicznych*, PWN, Warszawa 1965, s. 163.

⁹ *Ibid.* s. 164.

rej musimy się odwołać, by ustalić sens interesującej nas jednostki analizy. Czasami może to być zdanie, paragraf, całe dzieło, a w niektórych przypadkach nawet zbiór dzieł. Jeżeli na przykład, w badanym tekście dotyczącym młodzieży spotykamy stwierdzenie: „młodzież staje się coraz delikatniejsza”, nie wiemy, po pierwsze, czy ma to być ocena pozytywna czy negatywna; a po drugie, nie wiemy, w jakim sensie „delikatniejsza” — w słowach? w sposobie bycia? w zdrowiu? Dopiero odwołanie się do kontekstu, którym może być w tym przypadku paragraf albo całe dzieło, wyjaśnia sens wypowiedzi. Widzimy zatem, że podstawową funkcją jednostek kontekstowych jest ułatwienie odczytania sensu zawartego w jednostkach analizy, jakimi posługuje się badacz. Dlatego zarówno korzystanie jak i wielkość jednostek kontekstowych w danych badaniach nie są stałe i zależą od każdorazowej jasności stosowanych tam jednostek analizy.

JEDNOSTKI MIARY

Ustalenie jednostek analizy nie wystarcza do scharakteryzowania treści przekazów informacyjnych. Potrzebne są jeszcze jednostki miary. Najczęściej korzysta się z mierników dotyczących przestrzeni, czasu, częstości pojawiania się. Każdy z nich może być używany jedynie do pewnego typu materiałów i jednostek analizy.

Miara przestrzeni stosowana jest wówczas, gdy jednostką analizy jest dzieło pisane. Może się ona wyrażać w cm^2 , w ilości słów, zdań, stronic itp. Chodzi tu zatem o ustalenie wielkości miejsca, jaką autor przeznaczona na zamieszczenie swojej wypowiedzi. Przyjmuje się założenie, że informacje czy teksty według autora ważniejsze, zajmują więcej miejsca na łamach danego czasopisma albo publikacji aniżeli te, które jego zdaniem nie są godne większej uwagi.

Analogiczną rolę pełni miara czasu. Dotyczy ona głównie publikacji radiowych i telewizyjnych. Określenie liczby minut czy godzin trwania danej audycji albo emisji telewizyjnej również pełni funkcję wskaźnikową znaczenia, jakie ma publikowany materiał dla ich nadawców.

Częstość odnosi się zarówno do gramatycznych jak i niegramatycznych jednostek analizy. Można bowiem badać nie tylko częstość używania pewnego typu słów czy zamieszczanych stwierdzeń (tematów), ale też częstość publikowania wyróżnionych kategorii artykułów czy prac w badanych czasopismach. Pojęcie częstości ma charakter względny. Absolutnej miary częstości nie ma. Można tylko mówić, że

autor lub autorzy częściej poruszają problematykę z jednej dziedziny niż z drugiej. Zakłada się, że jeśli nadawca chce przekonać odbiorców do pewnych opinii albo przekonań, wówczas częściej wraca do tych zagadnień, częściej o nich pisze, mówi. I odwrotnie, o zjawiskach, które nadawcy nie interesują bądź chce im nadać mniejszą rangę — rzadziej pisze.

Ostatnim wreszcie typem mierników zawartości treściowej jest „pojawianie się” czy „występowanie” pewnych tematów, problemów, osób w danych środkach masowej informacji. Samo pojawienie się pewnych zagadnień interesuje badacza zazwyczaj wtedy, gdy charakteryzuje on zakres tematyczny danego czasopisma, programu czy audycji radiowej. Może się np. okazać, że w pewnych czasopismach kobiecych nie pisze się nic albo jedynie sporadycznie o urządzaniu wnętrz mieszkalnych, o zasadach żywienia rodziny, o religii, o nauce itp. Natomiast wiele może się tam mówić o sprawach „sercowych”, o życiu towarzyskim, o sprawach filmu, teatru. Wniosek taki charakteryzuje nie tylko zawartość czasopisma, ale i preferencje tematyczne redakcji.

WYMIARY PROCESU KOMUNIKOWANIA

Komunikowanie społeczne czy przekazywanie informacji jest pewnym procesem, który może być — zdaniem G. Gerbnera — charakteryzowany w czterech wymiarach¹⁰.

1. **Wymiar istnienia.** Wymaga on odpowiedzi na pytanie: co „jest” przekazywane. A więc wymiar istnienia dotyczy tego, co się zamieszcza w danym typie komunikowania (np. w gazecie, czasopiśmie, programie radiowym czy telewizyjnym itp.), co jest dostępne publiczności (czytającej, słuchającej względnie oglądającej), jak często i w jakich proporcjach.

2. **Wymiar ważności.** Nie wszystko, co się publikuje, jest jednakowo ważne. W oczach redakcji danych środków przekazu jedne tematy czyli zjawiska są ważniejsze, inne mniej ważne. Chodzi teraz o to, by analizując treść środków przekazu badacz potrafił ustalić gradację publikowanych problemów, zagadnień. Może się w tym celu posługiwać miarą częstości, względnie przestrzeni albo czasu. Interpretacja dotycząca ważności opiera się na wspomnianym wyżej założeniu, że jeśli jakiś temat pojawia się częściej, zajmuje więcej miejsca albo

¹⁰ Zob. G. Gerbner, *Cultural Indicators: The Third Voice*, [w:] *Communications Technology and Social Policy*, John Wiley and Sons, New York 1973, s. 555—573.

czasu (na antenie), jest on, zdaniem nadawcy, ważniejszy od tych, które zamieszczane są rzadziej, w mniejszych rozmiarach przestrzennych i czasowych. Wskaźnikiem ważności tekstu bywa też często sposób jego eksponowania na łamach danego dziennika, czasopisma itp. Redakcja ma tu zwykle szeroki wachlarz możliwości służących do podkreślenia ważności tekstu, np. zamieszczenie na pierwszej stronie, nadawanie dużych czy kolorowych tytułów, dobieranie większej albo grubszej czcionki, zapowiadanie w poprzednim numerze itp.

3. Wymiar wartościowania. Rzadko nadawcy udaje się przekazać pewne informacje, myśli, rozwiązania bez subtelnej chociażby ewaluacji tego, co mówi. Pomijając przypadki, w których obowiązuje zasada bezstronności (np. podawanie informacji agencyjnych), zdecydowana większość rozpowszechnianych materiałów zawiera bardziej lub mniej świadome oceny opisywanych zjawisk. Charakterystyka treści wymaga często, by i te własności badanych tekstów ustalić. Trudniej jest natomiast z ich pomiarem. Pośrednią, ale niewystarczającą rolę mogą tu spełnić miary przestrzeni, czasu, częstości. Niemniej w niektórych okolicznościach to nie wystarcza. Badacz musi sformułować pewien klucz, według którego będzie identyfikował oceny pozytywne, negatywne, dobre, złe, pochwalne itp. Nierzadko trzeba się odwoływać do kontekstu pewnych stwierdzeń, by ustalić ich ewaluację. Oceny nie zawsze muszą być wyrażane wprost, czasami występują w formie ukrytej, zakamuflowanej, np. poprzez odpowiednie porównania, zestawienia, aluzje itp.

4. Wymiar strukturalny. Według G. Gerbnera chodzi tu o ustalenie, „co z czym jest powiązane i w jaki sposób?” Często w treści materiałów informacyjnych można zauważyć pewne zbieżności, współwystępowanie niektórych zjawisk, np. bohaterami nowel mogą być najczęściej ludzie z wykształceniem średnim i w wieku poniżej pięćdziesięciu lat. Daje się to zwykle zbadać miernikami korelacyjnymi. Analizy takich współzależności mogą prowadzić do ujawnienia występujących tendencji, prawidłowości w danym czasopiśmie, w programach, audycjach cyklicznych itp.

Omówione cztery wymiary procesu komunikowania stanowią tylko najbardziej ogólne ramy analizowania przekazywanych treści. Są one jednak na tyle uniwersalne, że stanowią podstawę wielu badań szczegółowych nad materiałami informacyjnymi. Na przykład, interesując się obrazem pielęgniarki, w niektórych czasopismach młodzieżowych sensowne jest spojrzenie na badane teksty w takich kategoriach, jak: co się pisze o pielęgniarce? jak często? ile miejsca poświęca się na te publikacje? jaką nadaje się im rangę? jak się ocenia poszczegól-

ne cechy zawodu pielęgniarki względnie postaci pełniących tę rolę? czy występują jakieś zbieżności opinii dotyczących pielęgniarki? itp. Może to więc być istotna pomoc w formułowaniu problematyki badawczej dla osoby prowadzącej analizę treści przekazów informacyjnych.

KATEGORIE ANALITYCZNE

Badania empiryczne — nie wyłączając socjologicznych — prowadzone są zazwyczaj pod kątem pewnych zadań, problemów, hipotez. Podobny charakter mają też badania oparte na analizie treści materiałów komunikacyjnych. Korzystanie z omówionych wyżej gramatycznych i niegramatycznych jednostek analizy, jednostek miary czy spostrzeżeń dotyczących procesu komunikowania odbywa się w warunkach ustalonej wcześniej problematyki badawczej i sformułowanych w związku z tym kategorii analitycznych. Jasne i precyzyjne zdefiniowanie kategorii analitycznych jest warunkiem koniecznym poprawności całej analizy. Według Duvergera¹¹, ich konstrukcja ma charakter trzystopniowy:

1. Sformułowanie hipotez, które mają być sprawdzane w związku z podejmowaną problematyką badawczą.
2. Ustalenie kategorii analitycznych celem sprawdzenia sformułowanych hipotez.
3. Operacjonalizacja kategorii analitycznych.

Jako przykład takiego sposobu postępowania można przytoczyć badania grupy pracowników Instytutu Studiów Prasoznawczych przy Uniwersytecie Stanfordzkim (The Institute for Journalistic Studies of Stanford University) pod kierunkiem Chiltona R. Busha¹². Dotyczyły one prasowego odzwierciedlenia kampanii wyborczej (przed wyborami senatorskimi) prowadzonej w Kalifornii w r. 1950 przez Nixona i Douglasa. Zmierzano do ustalenia, czy postawa redakcji gazety wobec danego kandydata wpływa na zamieszczone o nim informacje. Sformułowana przez nich hipoteza mówiła, że wpływ taki istnieje. Hipoteza ta, aby mogła być poddana sprawdzeniu, wymaga takich oto kategorii analitycznych: 1) postawa redakcji wobec każdego z kandydatów, 2) zakres zamieszczanych informacji o danym kandydacie, 3) stopień aprobaty wobec danego kandydata zawarty w zamieszczanych o nim informacjach. Ba-

¹¹ M. Duverger, *op. cit.*, s. 121.

¹² Ch. R. Bush, *The Analysis of Political Campaign News*, „Journalist Quarterly”, 1951, vol. XXVIII, s. 250—252. Zob.: W. A. Danielson, *Content Analysis in Communication Research*, [w:] R. O. Nafziger, D. M. White (eds.), *Introduction to Mass Communications Research*, Louisiana State University Press, Baton Rouge, 1963, s. 188.

daniom poddano 12 wylosowanych gazet, ukazujących się od 1 sierpnia do 7 listopada. Za jednostkę analizy przyjęto stwierdzenie. W wyniku operacjonalizacji kategorii analitycznych postanowiono kodować tylko takie stwierdzenia, które mówiły o sprawach: Douglasa, Partii Demokratycznej, administracji i przywódcach Partii Demokratycznej; Nixona, Partii Republikańskiej, administracji i przywódcach Partii Republikańskiej. Stwierdzenia różnicowano ze względu na autorstwo (kandydat, przywódca partyjny, dziennikarz itp.) oraz wartościowanie (popierające, krytyczne, neutralne). Dla zapewnienia trafności analizy materiał kodowały niezależnie od siebie trzy osoby.

Powyższe rozważania nie dają całościowego spojrzenia na współczesną postać analizy treści. Brak miejsca nie pozwolił na szersze potraktowanie poruszanych zagadnień. Niektórych problemów w ogóle nie podejmowałem. Nie wspominałem np. o problematyce związanej z losowym doбором materiałów komunikacyjnych, nie mówiłem o trafności i rzetelności procedur stosowanych w ramach analizy treści. Pomiąłem cały obszar zagadnień związanych z komputerową analizą tekstów. Interesowały mnie głównie problemy, które są niezbędne dla — w miarę poprawnego, aczkolwiek tradycyjnego — stosowania analizy treści w praktyce badawczej z punktu widzenia zainteresowań socjologicznych. Taki cel przyświecał zarówno rozważanym kwestiom, jak i dobieranym przykładom.

РЕЗЮМЕ

Анализ содержания — это исследовательская техника примененная в исследованиях содержания информационного сообщения. В исследованиях редакторского дела она началась использоваться в начале XX века, а в социологии в тридцатые годы. Современный вид анализа содержания имеет свое начало у Х. Д. Ласчела и Б. Берелсона. Х. Д. Ласвел утверждал, что анализ содержания должен охватывать такие проблемы как: кто говорит? что говорит? к кому говорит? с каким результатом? Позднее выдвинуто еще одну т.е. шестую проблему: почему? Б. Берелсон сформулировал первую дефиницию анализа содержания и определил принципы исследования содержания информационного сообщения. В следующие годы они были модифицированы. Данная работа затрагивает тот вид анализа содержания, который используется в социологических исследованиях средствами массового сообщения.

Автор обсуждает такие познавательные категории в анализе содержания как: единицы анализа (слово, определение, параграф, дело, характер), единицы измерения (мера пространства, времени, частоты). В работе обсуждено также размеры процесса коммуникативности. В заключении автор говорит о категориях аналитических исследований, опираясь на анализ содержания.

Summary

Content analysis is a research technique of examining the content of messages carrying information. In studies on press it was employed at the beginning of the 19th century. In the thirties it was introduced into sociology. The present variety of content analysis is derived mainly from H. D. Lasswell and B. Berelson. H. D. Lasswell claimed that content analysis should cover such problems as "who speaks?", "what is said?", "to whom?", "how?" and "with what result?". Later on a sixth question was added, namely, "why?" B. Berelson formulated the first definition of content analysis and established the techniques of examining the content of messages carrying information. In subsequent years they have undergone further modifications. The present study deals with that variety of content analysis which is applied in sociological studies on mass media.

The author discusses such cognitive categories in content analysis as units of analysis (word, statement, paragraph, work, character) and units of measure (measures of space, time, frequency). The study also discusses the dimensions of the communication process. Finally, the author mentions the analytic categories of studies based on content analysis.

