

## КОНТЕНТ-АНАЛИЗ СМИ КАК МЕТОД ЖУРНАЛИСТИКОВЕДЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

### MEDIA CONTENT ANALYSIS AS A METHOD OF JOURNALISTIC RESEARCH

*L. Rumyantseva*

*Summary.* This paper discusses the specifics of using media content analysis as a research method in journalism. In particular, various definitions of the term "content analysis" are presented. The article contains a detailed description of the possibilities realized through the use of the method in journalistic research. It also presents the factors that must be observed when conducting content analysis of the media.

The basic terms of content analysis have been studied in detail: categories of analysis, signs of analysis, unit of analysis, and unit of account. The article analyzes the main directions of journalistic research in the framework of this method: self-reflection and the study of sources for the creation of new publications. The work resulted in conclusions about the strengths and weaknesses of the method.

*Keywords:* content analysis method, media, report, source, journalistic research, analysis categories, analysis attributes, analysis unit.

Современные специалисты в области журналистики все чаще при анализе эффективности методов журналистиковедческого исследования дают положительную оценку контент-анализу. Контент-анализ СМИ представляет собой процесс отслеживания и изучения информации, которая поступает в СМИ, с ее дальнейшим преобразованием из количественного в качественный вид при помощи классификации отобранных сообщений. Данный метод позволяет выявить, насколько интенсивное распространение в СМИ получили ключевые темы и сообщения, интересные исследователю. Цель контент-анализа заключается в изучении информации для определения социального контекста анализируемых сообщений.

Использование контент-анализа СМИ в качестве метода журналистиковедческого исследования делает возможным достижение следующих задач:

- ◆ определить способы подачи материала и проанализировать направления, преобладающие в СМИ;
- ◆ выявить тон публикаций и их эмоциональный окрас;
- ◆ составить рейтинг интересующих объектов исследования на основе частоты их упоминания;

*Румянцева Лилия Мурадовна*  
Российский Государственный Гуманитарный  
Университет  
lilia-lilichkaa@mail.ru

*Аннотация.* В данной работе рассматривается специфика применения контент-анализа СМИ в качестве метода исследования в журналистике. В частности, представлены различные определения термина «контент-анализ». Статья содержит подробное описание возможностей, реализуемых посредством применения метода в журналистиковедческом исследовании. Также представлены факторы, которые необходимо соблюдать при проведении контент-анализа СМИ.

Подробно изучены основные термины контент-анализа: категории анализа, признаки анализа, единица анализа и единица счета. В статье анализируются основные направления журналистиковедческих исследований в рамках данного метода: саморефлексия и исследование источников для создания новых публикаций. Итогом работы стали выводы о сильных и слабых сторонах метода.

*Ключевые слова:* метод контент-анализа, СМИ, сообщение, источник, журналистиковедческое исследование, категории анализа, признаки анализа, единица анализа.

- ◆ изучить отношение СМИ к объектам исследования;
- ◆ проанализировать признаки сообщения, прямо или косвенно свидетельствующие о позиции, намерениях или состоянии его автора [4, с. 178].

При изучении сообщений из СМИ посредством контент-анализа исследователю необходимо учитывать следующие факторы: время выхода сообщения, способы его распространения, частота упоминания, средства передачи, источник получения, объем транслируемого материала, охват территории и аудитории, контекст упоминания, характер оценок, оказываемый эффект, характеристика автора.

Специфика применения контент-анализа СМИ как метода журналистиковедческого исследования заключается в том, что главный интерес исследователя направлен не на сами характеристики содержания, а на реальность, которая стоит за ним: личностные характеристики автора сообщения, преследуемые цели, характеристики адресата сообщения, различные события жизни общества и так далее [1, с. 113]. Основными терминами контент-анализа являются «категории анализа», «признаки анализа», «единица анализа» и «единица счета».

В практике журналистиковедческих исследований наиболее часто встречаются такие категории как жанр, знак, автор, цели, герой, ценности, тема и так далее. На сегодняшний день наибольшее распространение в журналистике получил контент-анализ СМИ, в основе которого лежит парадигматический подход. В соответствии с данным подходом анализируемые признаки сообщений (проблема, причины ее возникновения, уровень напряженности, проблемообразующий субъект, пути решения) рассматриваются в качестве организованной структуры.

Категории контент-анализа как метода журналистиковедческого исследования должны быть исчерпывающими, взаимоисключающими, надежными и уместными. Если все перечисленные требования соблюдены и категории контент-анализа сформулированы, исследователь приступает к подбору соответствующей единицы анализа.

Единица анализа — это лингвистическая единица речи или элемент содержания, которые в анализируемом сообщении служат индикатором исследуемого явления. В практике журналистиковедческого исследования наиболее часто применяются сложные виды контент-анализа, которые оперируют одновременно несколькими единицами анализа. Наиболее часто употребляются такие единицы анализа СМИ как понятие в виде слова, сочетания слов или термина; темы, единичного суждения, смыслового абзаца, целостного текста [3, с. 98].

С точки зрения методологии применения контент-анализа в журналистике необходимо обратить внимание на существование, так называемой, проблемы выборки, которая включает в себе сложность выбора подходящего источника, числа сообщений и содержания, на которое будет направлено внимание исследователя. Перечисленные параметры выборки определяются в соответствии с исследовательскими задачами и масштабами.

На примере печатного издания СМИ можно рассмотреть основные термины контент-анализа в качестве метода журналистиковедческого исследования. Так, например, категорией анализа может быть название газеты, ее номер, рубрика, заголовок анализируемого материала, жанр, автор и так далее. В контексте данного примера единицами анализа может выступать тема. Единица счета — интенсивность появления интересующих исследователя материалов в исследуемых изданиях.

В практике журналистиковедческих исследований контент-анализ СМИ применяется по двум основным

направлениям (в первую очередь относятся к действующим представителям СМИ):

1. Саморефлексия: анализ содержания телевизионных и радиопередач, изданий с целью корректировки собственной деятельности журналистской редакции; исследование текстов с точки зрения их соответствия потребностям и запросом аудитории; анализ степени соответствия содержания источника намерениям журналистов/заявленной программе; изучение содержания источника как инструмента манипуляции общественным мнением; определение своего места среди конкурентных изданий; анализ характеристик авторов публикаций.
2. Исследование источников с целью создания новых публикаций: анализ документов, используемых в публикациях (протоколы собраний, материалы зрительских конференций, афиши мероприятий, рекламные ролики и так далее); реконструкция процессов и событий на основе имеющихся текстов; анализ характеристик текстов в качестве носителей социально значимой информации; определение норм, ценностей, знаний субъектов общественной жизни [2, с. 56].

Анализируя специфику применения контент-анализа в качестве метода журналистиковедческого исследования, следует отметить основные плюсы и минусы данного инструмента анализа СМИ. К сильным сторонам метода следует отнести следующие: показывает, что происходило в рамках того или иного контекста, позволяет сравнивать полученные данные, указывает на социальные проблемы и тенденции, делает возможным прогнозирование.

Среди недостатков контент-анализа можно назвать большие финансовые и временные затраты и отсутствие данных о степени воздействия источников СМИ на аудиторию. Кроме того, не все необходимые для исследования данные можно найти в СМИ.

Обобщая изложенные данные, следует отметить, что контент-анализ СМИ в практике журналистиковедческого исследования представляет собой целенаправленный и регулярный анализ, производимый на основании заблаговременно выбранных тем, разработанных вопросов (форм), целью которого является налаживание обратной связи и осуществление оперативного реагирования на результаты, полученные в ходе исследования. Это методика определения частоты, с которой в СМИ появляются интересные для исследователя характеристики, позволяющая сделать выводы о намерениях автора публикации и спрогнозировать возможные реакции адресата.

ЛИТЕРАТУРА.

1. Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста / Г. В. Лазутина. — М.: Аспект Пресс, 2010. — 240 с.
2. Семёнова А. В., Корсунская М. В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения / Под ред. В. А. Мансурова. — М.: Институт социологии РАН, 2010. — 324 с.
3. Тертычный А. А. Аналитическая журналистика. — М.: Аспект Пресс, 2010. — 352 с.
4. Шалак В. И. Современный контент-анализ. Приложения в области политологии, психологии, социологии, культурологии, экономики, рекламы. — М.: Омега-А, 2006. — 272 с.

