

КІЛЬКІСНИЙ АНАЛІЗ ТЕКСТУ ЧИ ПРОДУКУВАННЯ ЧИСЛОВИХ АРТЕФАКТІВ: АУДИТ КОНТЕНТ-АНАЛІТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Пропонуються критерії для оцінки якості проведених кількісних контент-аналітичних досліджень на основі вимог вітчизняних та зарубіжних методологів до кожного етапу контент-аналізу: створення концептуальної та операційної схеми, квантифікації, формування вибіркової сукупності, аналізу та висновків. Виділяються два типи висновків у контент-аналітичних дослідженнях: текстуальні та контекстуальні, визначається специфіка вимог для отримання кожного з них.

Ключові слова: контент-аналіз, якість соціологічної інформації, аудит досліджень.

Контент-аналіз в Україні стає дедалі популярнішим методом як у сфері академічних досліджень¹, так і тих, які використовуються переважно ненауковою спільнотою². Тому виникає необхідність оцінки якості даних досліджень за певними чіткими критеріями. Особливо це стосується кількісних досліджень змісту, оскільки їх результати часто подаються в агрегованому вигляді (підсумкових частот, відсотків тощо). Вони виглядають переконливо, проте мало хто цікавиться, яким чином цифри були отримані, навіть якщо ця інформація відкрита.

У сфері кількісних опитувань наразі вироблено достатню кількість критеріїв оцінки соціологічної інформації [5; 6], вони пропагуються через ЗМІ [2]. Для контент-аналізу існують подібні критерії [12], однак в Україні вони менш відомі, натомість маємо загальні керівництва з контент-аналізу [3, с. 21–69]. Отже, проблемою є відсутність чітко сформульованих критеріїв для оцінки якості проведених контент-аналітичних досліджень. Метою даної статті є формулювання таких критеріїв (слід визнати, що перелік не буде вичерпним), виділення потенційних небезпек артефактуальності кількісного аналізу текстів³.

Далі ми наводимо перелік найважливіших етапів контент-аналізу [10, с. 81–87] та питання, які варто розглянути у зв'язку з кожним з них.

Створення концептуальної схеми. Даний етап передбачає вироблення категорій аналізу, тобто ключових понять, у яких ми описуємо предмет дослідження. Наприклад, аналізуючи політичну спрямованість партій на основі текстів їхніх програм, ми повинні визначити, якими є ознаки «правого» чи «лівого» спектру. У цьому разі варто поставити такі запитання:

1. З чого виходить дослідник, даючи саме такі визначення категорій? Визначення базуються на життєвому досвіді дослідника чи на попередніх дослідженнях даної сфери (на яких дослідженнях, чи є посилання на них, що саме в результатах цих досліджень спонукало дослідника давати такі визначення?). Знаючи відповіді на ці запитання, ми можемо оцінити збалансованість категорій, вплив дослідницької та світоглядної позиції автора на результати дослідження. Тоді ми будемо впевненими, що розуміємо категорії аналізу так, як розуміє їх автор.

2. Чи є визначення категорій конвенційними (узгодженими)? Під час «ручного» кодування тексту інтерпретація не може бути «об'єктивною» в позитивістському розумінні. Водночас різниця в інтерпретації призводить до непорівнюваності документів, закодованих різними кодувальниками, одним кодувальником, оскільки трактування категорій може змінюватись через зміну контексту [1, с. 95–99]. Показником якості дослідження за цим критерієм є індекс узгодженості кодування, який розраховується на пілотному етапі після триангуляції – перекодування одного масиву документів щонайменше трьома кодувальниками. Є різні алгоритми розрахунку узгодженості [10, с. 244–250]: κ (каппа) Флеіса, κ Когена, кореляційний коефіцієнт узгодженості та ін. Ми рекомендуємо використовувати коефіцієнт α Кріпендорфа, оскільки він узагальнює декілька коефіцієнтів, є придатним для будь-яких шкал

¹ В електронному архіві Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського протягом 2000–2009 р. депоновано 155 публікацій, пов'язаних з контент-аналізом, а у 2010–2013 рр. – 483.

² Як приклади можна навести роботу компаній, які займаються виключно дослідженням медіа-контенту: InfoStream®, «Моніторинг ЗМІ України». Серед неприбуткових проектів варто згадати моніторинг політичних новин, що проводиться спільно Академією української преси та Інститутом соціології НАН України.

³ Ми вживасмо поняття «текст» у широкому значенні [4, с. 45; 11, с. 1–15]. Тобто письмовий текст, зображення, відео-, аудіоматеріали тощо вважаються текстом.

[10, с. 221–236] і найбільш поширеним саме в контент-аналітичних дослідженнях. Достатньо узгодженим вважається кодування з $\alpha \geq 0,8$ [10, с. 241].

На пілотному етапі кодування дуже рідко буває узгодженим, особливо якщо категорій багато і вони не описуються однозначними індикаторами (наприклад, згадуванням у тексті імені політика). Тому, якщо конвенційності визначень не було досягнуто, то кодування є практично гарантовано ненадійним.

3. Чи є категоріальна сітка вичерпною? Категорії аналізу повинні вичерпно описувати всі його характеристики в рамках обраної проблематики. Якщо ми досліджуємо політичні партії з точки зору спектру орієнтацій, то набір категорій – «праві», «ліві», «центристи» – мусить покривати всі політичні сили (їхні програми), які можуть бути нами проаналізовані.

Дослідники часто, аби формально задовольнити дану вимогу, вводять категорію «інше». У цьому випадку набір категорій, як би він не був складений, безумовно, покриватиме всі характеристики об'єкта дослідження не лише у вибірці, а й у довільній генеральній сукупності. Тут варто звертати увагу на те, який відсоток вибірки закодований категорією «інше». Дана частина вибірки *de facto* є пропущеними значеннями, оскільки категорія «інше» однозначно не може бути співвіднесена з жодною концептуальною схемою. Загальною вимогою є уникнення такої категорії взагалі або відповідна обробка даних з пропущеними значеннями (зокрема, вказання т.зв. «валідних відсотків», тобто розподілу одиниць підрахунку в межах чітко визначених категорій).

У контексті вичерпності категорій важливим є питання стабільності їх набору протягом усього періоду дослідження. Під час претесту інструментарію введення нових категорій не лише допускається, а й схвалюється, оскільки це покращує категоріальний апарат [10, с. 129]. Але під час остаточного кодування зміна набору категорій неприпустима. Якщо введення нової категорії не уникнути, то всі дані, закодовані до введення цієї категорії, повинні бути перекодовані повторно, навіть якщо досліднику здається, що нова категорія не є характеристикою жодного з попередніх текстів.

Нестабільна категоріальна сітка призводить до неможливості будь-якого аналізу отриманих даних через непорівнюваність випадків (груп випадків) між собою в рамках даного набору категорій.

4. Чи є категорії аналізу взаємовиключними? Кожна одиниця підрахунку має однозначно

співвідноситись з однією з категорій [9, с. 20; 13, с. 37]. Якщо можливим є співвіднесення з двома або більшим числом категорій, то це спонукає кодувальника приймати рішення щодо кодування одиниць рахунків на основі не відомих іншим мотивів. У результаті ми отримуємо дані у вигляді агрегованих частот категорій, які перетинаються. Зрозуміло, що в цьому випадку, як і, скажімо, у випадку мультиколінеарності змінних у регресії, дані є ненадійними і жодних висновків з них ми зробити не можемо.

Створення операційної схеми. Даний етап передбачає виділення одиниць аналізу, тобто фрагментів тексту, в межах яких здійснюється спостереження за категоріями. Це може бути слово, символ, речення, відеофраза, абзац, відеосюжет, стаття та інше. У разі доступності інформації щодо даного етапу дослідження варто поставити таке запитання: чи одиниці аналізу є достатньо/не занадто місткими для застосування обраної категоріальної сітки? Якщо ми досліджуємо політичний спектр партій, то обрання одиницею аналізу лише вступної частини кожної з програм може спричинити втрату більшої частини даних щодо об'єкта дослідження. Якщо ж ми вважатимемо одиницею аналізу всю програму, не диференціюючи теми, в ній висвітлені, то це може спричинити виникнення ситуацій неоднозначності через необхідність кодувати текст, який жодним чином не характеризує партію в рамках спектру. Спектр найбільше визначається економічними орієнтаціями [8, с. 73–88], тому включення висловлювань щодо, наприклад, культурної позиції може спричинити викривлення результатів. Інакше кажучи, дослідник має однозначно вказати в кодувальній інструкції, на які саме тексти, частини тексту, теми в рамках тексту слід звертати увагу під час кодування.

Якщо інформація про одиниці аналізу недоступна (що насправді буває надзвичайно рідко), то це є підставою сумніватися в системності аналізу.

Квантифікація. На цьому етапі дослідник має виділити одиниці рахунку, тобто показники виміру наявності категорії в тексті. Це може бути: обсяг тексту, час (у випадку аудіо-, відеоматеріалів), факт появи категорії в тексті, частота появи категорії та інше. До наявної інформації про даний етап слід поставити запитання: чи відображають обрані одиниці підрахунку всю змістовну насиченість категорій? Якщо ми визначаємо орієнтації партій у рамках спектру за частотами словосполучень «вільний ринок» та «соціальне забезпечення», то цього може ви-

явитись недостатньо для валідного віднесення тексту (частини тексту) до певної категорії. Загалом, квантифікація повинна передбачати врахування частот усіх одиниць рахунку в межах виділених одиниць аналізу, а не лише довільно обраних дослідником, особливо якщо мотивація такого відбору не відома або не базується на логічних аргументах.

Вибірка. Особливу увагу при оцінці якості вибірки контент-аналітичного дослідження слід приділяти наявності обґрунтування відбору. Наголошуємо, що в контент-аналітичних дослідженнях число відібраних текстів **не є самоочевидним доказом репрезентативності відбору**. Одноступеневий випадковий відбір практично в усіх кількісних дослідженнях змісту не є репрезентативним [10, с. 112–113]. Це зумовлено тим, що текстова «реальність» структурована за певними внутрішніми законами, які залежать від характеристик аналізованих текстів, крім того, вона змінюється під впливом контексту. Останній неможливо оцінити з допомогою статистичних процедур. Обґрунтування вибірки мусить складатися з двох етапів:

1. Обґрунтування відбору джерел. Відбір джерел (газет, каналів, сайтів та ін.) є завжди цільовим і базується на розумінні генеральної сукупності текстів як деякої множини джерел, у яких з'являється (потенційно може з'явитись) інформація про об'єкт дослідження. Якщо обсяг такої генеральної сукупності можна оцінити (є надійні дані про факти появи інформації про об'єкт в усіх джерелах), то відбір джерел здійснюється за критеріями, що залежать від масштабу висновків, які передбачається зробити з аналізу. Наприклад, якщо ми досліджуємо модус висвітлення (позитивний чи негативний) певних політиків на ТБ, то критерієм відбору каналів може бути їх рейтинг як показник впливу каналу на суспільний дискурс. Якщо ж ми маємо на меті побудувати модель мови певного політика (наприклад, виділяючи емотивний компонент ставлення до певних концептів, як-от Батьківщина), то критерієм буде обсяг тексту, а не джерело, в якому він з'являється, оскільки для нас тут має значення повнота висловлювань, а не їхній вплив на загальний дискурс.

Якщо обсяг генеральної сукупності неможливо точно оцінити (що буває частіше), то варто застосувати метод «снігової кулі». У сучасних умовах допустиме також використання он-лайн пошуковиків для вибору найбільш релевантних джерел [7].

2. Обґрунтування відбору документів. Оскільки заздалегідь оцінити вплив структури текстової «реальності» і контексту та розподіл категорій аналізу в тексті ми зазвичай не можемо, то в загальному випадку рекомендується вибирати всі документи з відібраних ще на першому етапі джерел. Суцільний відбір є найбільш бажаним тоді, коли дослідник проводить автоматизований аналіз тексту. Однак іноді певні характеристики текстів відомі: наприклад, досліджуючи випуски новин на ТБ, ми знаємо, що вечірні випуски є найбільш повними і найбільш рейтинговими. У дослідженнях, які мають на меті виявити обсяг уваги до об'єкта дослідження, на етапі відбору документів допустиме використання простої випадкової вибірки, оскільки за умови рівної ймовірності потрапляння документів у вибірку, частота згадувань у вибірці буде пропорційною частоті згадувань у генеральній сукупності.

Аналіз та висновки. Деяко тавтологічним виглядає етап «аналізу» в рамках контент-аналізу, це зумовлено не дуже вдалою конвенційною назвою самого методу, який фактично є дослідженням (вивченням) змісту, що включає всі етапи дослідження, а не лише власне аналіз. Крім того, ми виділяємо два головних типи висновків, які можуть бути отримані в результаті контент-аналітичного дослідження:

1) висновки, що стосуються текстової «реальності», комунікативного середовища, в якому існують досліджувані тексти;

2) висновки, що стосуються контексту, тобто реалій, відображених (репрезентованих) у тексті.

Аналіз, що має на меті досягнення висновків першого типу, мусить базуватися на характеристиках вибірки. Несуцільна вибірка, вибірка з великою кількістю пропущених значень відповідним чином впливають на можливість здійснювати аналіз з використанням складних статистичних методів, а у випадку описових досліджень – на можливість висувати узагальнюючі твердження. Використання складного аналізу та узагальнення без відповідних на те підстав (характеристик отриманих даних) є ознакою маніпуляції або продукування «пустих» цифр, які не мають реального змістовного наповнення.

Аналіз, що має на меті отримання висновків другого типу, повинен, крім врахування характеристик вибірки, передбачати переконливе обґрунтування (а) об'єктивності (в конвенційному⁴, а не метафізичному розумінні) інформації, отриманої із сукупності аналізованих джерел,

⁴ Маємо на увазі представлення всіх точок зору, що існують, на об'єкт позатекстової реальності, точки зору, що вважається істинною більшістю в даному суспільстві.

(б) повноти інформації про об'єкт позатекстуальної реальності. Відсутність такого обґрунтування, необ'єктивність, неповнота інформації (навіть якщо вони є об'єктивними характеристиками текстів, а інших, пов'язаних з об'єктом дослідження, текстів немає) унеможливує висунення узагальнюючих тверджень про позатекстову реальність. Висунення таких тверджень є так само ознакою маніпуляції чи продукування «пустих» даних.

У цій статті ми намагалися представити принципи та критерії оцінки контент-аналітичних досліджень на предмет їх якості. Пропонована нами процедура базується на методологічній літературі з контент-аналізу, численних прикладах досліджень із застосуванням цього методу та власному кількарічному досвіді автора статті. Виділені нами критерії та джерела артефактуальності в кількісному аналізі змісту не є вичерпними і переважно стосуються саме процедури контент-аналізу, а не оцінки якості соціологічних даних узагалі. Їх можна доповнити статистичними процедурами на кшталт кореляцій за сумарними балами, перевірки критеріальної валідності та іншим. Зауважимо також, що за нашими спостереженнями переважна більшість досліджень змісту, висновки яких виходять за межі комунікативної (текстової) реальності, не відповідають чітким критеріям якості, які ми виділили. Інші дослідження відповідають приблизно половині критеріїв. Досліджень, виконаних згідно з еталонними вимогами до кількісного контент-аналізу, –

одиночі. Наші спостереження, звісно, дають підстави лише для висунення гіпотез, які можна перевірити з допомогою запропонованої процедури аудиту.

Після розгляду запропонованої процедури може виникнути запитання: чи є підстави вважати всі висновки, зроблені на основі недостатньо строго проведеного дослідження, невалідних та ненадійних даних, хибними? Насправді, відповідь на це запитання не зовсім однозначна, як здається на перший погляд. Висновки таких досліджень є, безумовно, недостатньо достовірними, але на їхню правдивість впливає досвід дослідників, їхня інтуїція, обізнаність з об'єктом та предметом досліджень. Отримані дані можуть відповідним чином коригуватися шляхом їх реінтерпретації, виділення ключових, на думку авторів, результатів аналізу. Однак у цьому випадку ми потрапляємо в пастку «влади експерта» і починаємо мислити категоріями довіри/недовіри. Експерт отримує можливості для маніпуляції, виходячи зі свого світогляду та прихованих від широкої громадськості цілей. Така ситуація неприпустима для дослідників та людей, які свідомо приймають рішення на основі якісно проведених досліджень. Крім того, неякісні дані жодним чином не можуть використовуватися для аналізу іншими дослідниками.

Ми сподіваємося, що дана стаття сприятиме розвитку критичного методологічного мислення у контент-аналітиків та споживачів соціологічної інформації, здобутої з допомогою цього методу.

Список літератури

1. Іванов О. В. Кількісний контент-аналіз: проблема контексту / О. В. Іванов // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія : Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи; вип. 30. – Харків : Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна, 2012. – № 999. – С. 95–99.
2. Кириченко І. Обережно: якість соціологічних даних падає! [Електронний ресурс] / Ірина Кириченко // Дзеркало тижня. Україна. – 2011. – № 45. – Режим доступу: http://dt.ua/SOCIETY/oberezhno_yakist_sotsiologichnih_danih_padae-93462.html?print (дата звернення: 16.12.2012).
3. Костенко Н. Досвід контент-аналізу. Моделі та практики / Наталія Костенко, Валерій Іванов. – К. : Центр вільної преси, 2003. – 200 с.
4. Одинцов В. В. Стилистика текста / В. В. Одинцов. – М. : Наука, 1980. – 263 с.
5. Паниотто В. И. Качество социологической информации: методы оценки и процедуры обеспечения / Владимир Ильич Паниотто. – К. : Наук. думка, 1986. – 206 с.
6. Шляпентох В. Э. Проблемы качества социологической информации: достоверность, репрезентативность, прогностический потенциал / Владимир Эммануилович Шляпентох. – М. : ЦСП, 2006. – 664 с.
7. BarYossef Z. Random Sampling from a Search Engine's Index [Електронний ресурс] / Ziv BarYossef, Maxim Gurevich // Journal of the ACM. – 2008. – Vol. 55 (5). – Режим доступу: <http://www2006.org/programme/files/pdf/3047.pdf>.
8. Casteles F. Left-Right Political Scales: Some Expert Judgements / Francis Casteles, Peter Mair // European Journal of Political Research. – 1984. – Vol. 12. – P. 73–88.
9. Content Analysis: A Methodology for Structuring and Analyzing Written Material. – Washington, D.C. : U. S. General Accounting Office, GAO/PEMD-10.3.1., 1996.
10. Krippendorff K. H. Content Analysis: An introduction to its methodology / Klaus Heinrich Krippendorff. – Sage Publications, 2003. – 450 p.
11. Pfütze M. Grundgedanken zu einer funktionalen Textlinguistik / Max Pfütze // Textlinguistik, 1970. – № 1. – S. 1–15.
12. Stemler S. An overview of content analysis / Steve Stemler // Practical Assessment, Research & Evaluation. – 2001. – Vol. 7 (17). – Режим доступу: <http://PAREonline.net/getvn.asp?v=7&n=17> (дата звернення: 14.05.2013).
13. Weber R. P. Basic content analysis / Robert Philip Weber. – Newbury Park, CA : Sage, 1990. – 95 p.

О. Іванов

QUANTITATIVE TEXT ANALYSIS OR PRODUCING OF NUMERICAL ARTIFACTS: CONTENT ANALYTICAL STUDIES EVALUATION

The author suggests the criteria for assessing the quality of quantitative content analytical studies. The criteria are based on the requirements of Ukrainian and foreign methodologies for each stage of content analysis: conceptual and operational schema creation, quantification, sampling, analysis and producing conclusions. Two types of findings in content-analytical studies are distinguished: textual and contextual, specific requirements for each are determined.

Keywords: content analysis, quality of sociological data, studies evaluation.

Матеріал надійшов 18.05.2013

УДК 316.3.482.3:177.5 (477)

Малиш Л. О.

ЧИННИКИ ПЕРШОЇ КЛАСОВОЇ НАЛЕЖНОСТІ УКРАЇНЦІВ

У статті розглядаються чинники першої класової належності українців. Явище відтворення класової позиції вивчається на двох рівнях: міжпоколінному і внутрішньопоколінному – та у їх взаємозв'язку. Основні висновки дослідження базуються на даних опитувань «Перехід від освіти до роботи», проведених КМІС у 2007 р. на замовлення Світового банку та Європейської освітньої фундації.

Ключові слова: перша класова належність, соціальна структура, соціальна нерівність.

У соціумі завжди існує низка дефіцитних ресурсів, перелік яких варіює залежно від етапу суспільного розвитку. Однак на частину з них є стабільний і достатньо високий попит з боку індивідів унаслідок здатності виступати джерелом доступу до значної кількості життєвих шансів. Традиційно науковці відносять до них владу, багатство, престиж та знання, пропонуючи різноманітні підходи для фіксації позиції особи у просторі нерівних можливостей доступу до цих ресурсів.

Поширеним соціологічним інструментом розрізнення категорій осіб з відмінним статусом у системі економічних відносин є класові схеми, одна з найбільш вживаних запропонована Джоном Голдторпом (EGP схема – аббревіатура, утворена першими літерами прізвищ розробників – Еріксона, Голдторпа та Портокаро). Вона є доволі популярною у студіях притаманної суспільству нерівності у доступі до певних класових позицій, зокрема, при відповіді на питання

щодо того, якою мірою класова належність індивіда зумовлена соціальним походженням. Прикладами розвідок такого ґтибу є роботи, базовані на даних проекту «Порівняльний аналіз переходу від освіти до праці у Європі» (A Comparative Analysis of Transitions from Education to Work in Europe (CATEWE)), авторами яких є як закордонні [5], так і вітчизняні науковці [2].

Хоча тема чинників класової позиції української молоді для вітчизняної соціології не є новою, проте наявна з цього приводу інформація потребує уточнень. Так, явище класової нерівності є доволі складним і має вивчатися як на міжпоколінному (відтворення дітьми класової позиції батьків), так і на внутрішньопоколінному (гомогенність за ознакою класової належності найближчого оточення індивіда) рівнях з урахуванням їх взаємодії (вплив гомогенності за класовою ознакою сім'ї на досягнення певної позиції). На висвітлення зазначених лакун у вітчизняному соціологічному знанні і спрямована дана розвідка.