

---

---

Е.Я. Таршис  
(Москва)

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕТОДА КОНТЕНТ-АНАЛИЗА

В статье содержится анализ состояния и перспектив развития метода контент-анализа. Рассматриваются возможности частотной модели, обсуждаются принципы разработки нечастотной модели и задачи развития методологии контент-анализа.

*Ключевые слова:* метод контент-анализа, диапазон применения, частотная и нечастотная модели, методология контент-анализа.

Метод контент-анализа был создан в начале 1940-х гг. усилиями Г. Лассвелла и его сотрудников [28; 29]. Формальной датой его рождения, вероятно, считается 1949 г., когда вышла в свет знаменитая книга [28]. Заслугой ее авторов является то, что они распространили на область анализа содержания текстов такие принципы методики социологического исследования как валидность и устойчивость результатов, обоснование выборки анализируемых текстов, определение категорий и единиц анализа, а также провели тщательные методические эксперименты по каждому из названных принципов [28, р. 55–172]. Разумеется, попытки проведения анализа содержания текстов на основе частотной модели предпринимались и раньше, например журналистами [30, р. 21–24], но они не опирались на правила процедуры исследования.

---

Ефим Яковлевич Таршис – кандидат философских наук, ведущий научный сотрудник Института социологии РАН.

С начала 1960 гг. основные усилия методологов контент-анализа начали концентрироваться на методологии компьютерного контент-анализа [30], и в 1980-е гг. она превратилась в самостоятельную область исследований [3].

Г. Лассвелл при разработке подхода к анализу текста исходил из своих представлений об идеологии и пропаганде, а не опирался на какую-либо теорию текста. Именно эти его представления послужили концептуальной основой работы его группы [28, с. 3–52]. Вместе с тем, в 1960-е гг. началось интенсивное изучение структуры содержания текста в рамках теории литературы, лингвистики, философии языка [см., например, 1; 8; 9; 17]. Это направление, получившее наименование структурализма, опиралось на работы М. Бахтина [2] и В.Я. Проппа [16]. В его рамках изучались механизмы порождения текста, выявлялись имплицитные структуры содержания (здесь используется идея нелинейного письма и синергетический подход к анализу текста [10; 12]).

Нам представляется, что наступает время, когда возможен синтез двух рассмотренных направлений анализа содержания текста. Он, конечно, должен опираться на тщательный анализ сложившейся ситуации в области изучения текста. Наша же статья скорее служит задаче постановки проблем. В ней рассматриваются три аспекта названной ситуации: роль компьютеризации в контент-анализе, значение нечастотной модели представления содержания текста и разработки онтологии содержания текста.

### *Автоматизация процедуры контент-анализа*

Автоматизация процедуры контент-анализа началась в 1960-е гг. Созданные тогда системы [30] были основаны на обработке текста на уровне словоформ на основе специально создаваемых практически вручную словарей словоформ. В настоящее время посредством соответствующих программ происходит автоматическое составление словаря словоформ и их дистрибуций. Этот уро-

вень программного обеспечения позволяет автоматически проводить такие контент-аналитические исследования, на которые ранее затрачивались огромные усилия многочисленных исследовательских групп. Речь, конечно, идет об автоматизации кодирования содержания текста. Программа исследования остается по-прежнему той работой, которая осуществляется аналитиком без помощи компьютера. Отметим, что в ряде случаев даже автоматический ввод текста практически не нужен. Например, некоторые газеты могут предоставить на диске годовой комплект своего издания. Кроме того, существуют специализированные фирмы, продающие содержание различных изданий за те или иные периоды времени.

Однако современное программное обеспечение имеет существенное ограничение: программы работают на уровне словоформ, в то время как у аналитика чаще всего существует потребность работать на уровне высказывания, темы, символа. Пока непонятно в какой степени современные программы могут быть использованы для такого рода анализа. Правда, в литературе встречаются материалы об удивительных возможностях ЭВМ, например, о ментальном сканировании [3]. Можно предположить, что путь от анализа на уровне словоформ к анализу на более сложном семантическом уровне лежит через создание нескольких словарей различного уровня сложности и абстрактности в последовательной перекодировке содержания текста, зафиксированного словарем более низкой семантической иерархии в содержание, фиксируемое словарем более высокой иерархии. В целом же, приходится достаточно осторожно оценивать возможность ошеломляющего успеха компьютеров в ближайшие годы в моделировании содержания текстов и выявлении их глубинной структуры, так как число словоформ огромно, а моделей и базовых параметров семантики мало и выявить их чрезвычайно сложно. По крайней мере компьютерная лингвистика пока не смогла решить задачи приблизительно такой же сложности, а эта дисциплина несрав-

ненно более развита в методологическом и техническом плане, чем контент-анализ.

В настоящее время можно охарактеризовать состояние компьютеризации контент-аналитических исследований следующим образом: достижения огромные, значительная часть рутинной работы автоматизирована, но принципиального прорыва в семантическом анализе нет. Компьютер не оперирует единицами смысла. Нетривиальность анализа все еще обеспечивает фигура аналитика.

### *Частотная и нечастотная модели контент-анализа*

Родоначальником нечастотной модели является, по-видимому, В.Я. Пропп, который в книге «Морфология сказки» [16] разработал технику выявления структуры волшебных сказок. Затем эта техника модифицировалась структуралистами, постструктуралистами, деконструктивистами. Однако принцип оставался неизменным – выявление порождающей модели содержания текста и, соответственно, фундаментальных характеристик социального действия и сознания актора (героя). Использование нечастотной модели всегда осуществляется в «авторском исполнении», т.е. процедура такого исследования не эксплицирована, как, впрочем, вообще процедура анализа в гуманитарных науках. Как правило, исследование, основанное на нечастотной модели, ориентировано на обнаружение нового элемента, феномена или выявление функций и структуры такого элемента. Считается, что полученный результат можно повторить, однако исследователи в областях изучения мифологии, фольклора, литературы обычно игнорируют это.

К достоинству нечастотной модели можно отнести столь важный момент, что она базируется на желании проникнуть в природу текста и построить концепцию его содержания. Это очень хорошо видно, например, в работах Р. Барта [1]. Необходимо подчеркнуть, что довольно часто высказываемая точка зрения о том, что нечастотная модель является качественной, а частотная –

количественной и потому некачественной, является серьезным преувеличением, или вовсе не верна. Смысл выделения нечастотной и частотной моделей состоит в том, чтобы подчеркнуть различие в задачах исследования: нечастотная модель предполагает открытие, а частотная – описание. Создав, например, модель содержания текста определенной природы, можно затем выявить ее распространенность, т.е. получить количественную структуру.

Основной принцип нечастотного контент-аналитического исследования заключается в том, что анализируемый материал не кодируется по заранее созданной схеме, а, напротив, последняя является результатом анализа и представляет собой модель содержания текста. Разумеется, нечастотный подход не предполагает, что аналитик приступает к изучению без каких-либо теоретических схем. Конечно, у него есть определенные концептуальные установки. Однако он формулирует принципы и основания классификации элементов содержания текста лишь после тщательного изучения анализируемого массива текста, можно сказать даже после «погружения» в это содержание. Такой подход минимизирует воздействие шаблонов анализа. Для иллюстрации принципа нечастотного контент-анализа сошлемся на открытие К.Г. Юнгом двух базовых типов личности – экстравертов и интровертов, которое явилось итогом многолетнего труда [27].

Конечно, можно сказать, что любое социологическое исследование предполагает нечастотный этап. Например, проведение нескольких неформализованных интервью или анализ небольшого массива текста. Однако отличие такого этапа от нечастотно ориентированного исследования, как правило, носит существенный характер. Во-первых, небольшой объем материала не может заменить полноценную выборку. Во-вторых, сама по себе ориентация исследователя на создание жесткого кода ограничивает возможности последующего анализа. Вместе с тем, нельзя не отметить, что если исследователю на этапе своей «пилотажной» работы удалось решить такие фундаментальные задачи, как вы-

явление функции какого-либо элемента социальной реальности, открытие какого-либо явления, его структуры, то он, по существу, провел нечастотное исследование. Однако такая возможность носит довольно абстрактный характер.

Нечастотная модель контент-анализа близка по своему подходу к так называемым «мягким методам» исследования. Их роднит отношение к получению исходного материала. Он должен быть максимально «естествен», т.е. получаться без сколько-нибудь сильного вмешательства, например, интервьюера, задача которого должна состоять в фиксации потока сознания респондента. Различие между нечастотной моделью и мягкими методами, возможно, состоит лишь в том, что первая изначально предполагает формализацию процедуры анализа, например юнитизацию содержания текста, использование категориальных моделей и различных типов единиц анализа. Иначе говоря, контент-анализ обладает довольно мощным методическим арсеналом, в то время как мягкие методы ставят своей целью лишь «уйти» от количественного анализа.

Наш опыт работы с нечастотной моделью при анализе рефлексивных интервью большого объема с представителями российской элиты показал ее плодотворность [18]. Принципиальная схема их анализа состояла в «стягивании» содержания интервью в крупные блоки (в основном соответствующие стратегическому плану интервью). Таким образом получались подмассивы содержания текста, каждый из которых представлял собой развернутое высказывание по одной из тем анализа. Задача стягивания состояла в том, чтобы выявить каждый фрагмент текста интервью, релевантный данной теме, в какой бы части интервью он не находился, и включить его в соответствующий подмассив. Далее полученные подмассивы разбивались на более мелкие. Основания классификации и категории анализа определялись в каждом случае путем изучения содержания подмассива текста. На этом – втором по глубине уровне классификации элементов содержания – строились частотные распределения элементов содержа-

ния. В рамках каждой категории анализа второго уровня глубины снова проводился анализ содержания и проходила классификация элементов содержания на третьем по глубине уровне классификации. Полученные элементы содержания, как правило, подробно цитировались. В принципе, можно было произвести еще одну классификацию – на четвертом уровне глубины. Однако такого рода анализ не был подготовлен ни методологически (с точки зрения знания структуры содержания текста), ни методически (обеспечение строгого разбиения содержания интервью на единицы анализа различного вида), ни технически (организация дублирования процесса юнитизации содержания). Попытки работы на указанном уровне показали, что здесь возможен выход на глубинную семантику содержания текста, что помогло бы получить интегральные смысловые характеристики сознания респондентов. Иначе говоря, возможно, что погружаясь в глубины содержания, можно выявить интегральные характеристики текста, определяющие его порождающую модель – стратегию высказывания, способы его организации.

Описанный кратко подход позволил в значительной степени формализовать анализ содержания интервью очень большого объема, провести его в достаточно короткий для такого рода работы срок и выявить особенности сознания респондентов в рамках понимания и способов реализации ими своей основной социальной функции – управления обществом. Проведенный анализ, к сожалению, не был полностью формализован, иначе говоря, носил авторский характер, что определялось исключительно организационными условиями (отсутствием средств для проведения операций, подтверждающих устойчивость результатов). Другими словами, не было возможности создать методическую группу и провести методические разработки, которые применительно к количественной модели были в свое время выполнены американскими исследователями [28]. Впрочем, пока такова судьба практически всех исследований, основанных на нечастотной модели,

в том числе и знаменитого анализа сказок В. Проппа [16]. Приходится лишь отметить в связи со сказанным, что время серьезной методической работы в рамках нечастотного контент-анализа еще только наступает. Нечастотная ориентация в современном контент-анализе, на наш взгляд, отражает уже достаточно явную тенденцию, связанную с интересом к сознанию личности и проблемам порождения текста. Речь однако может идти о расширении диапазона использования контент-анализа, а не об отрицании частотной модели вообще. Кроме того, разработка методологии нечастотного контент-анализа позволит ввести в социологию значительный арсенал идей, созданных в ряде гуманитарных наук, где нечастотная модель применяется как само собой разумеющееся, но где не ставится проблема экспликации операций процедуры. Краткий обзор такого рода идей содержится, например, в работах И.П. Ильина и В.П. Руднева [7; 8; 19]. Частотная модель может и далее (а в связи с компьютеризацией обработки текста еще более интенсивно) использоваться для реализации наиболее свойственных ей задач. Дело в том, что создатели современного частотного контент-анализа – Г. Лассвелл и его коллеги ставили перед собой вполне определенную цель: анализ содержания пропаганды. Обоснование такого направления контент-анализа и его основных операций содержится в статье Лассвелла с красноречивым названием «Почему количественный». Изложим кратко основные доводы автора. Пропагандист (коммуникатор) уделяет наибольшее внимание самым важным для достижения своих целей темам. Чем больше объем пропагандистского текста, тем значительнее предполагаемый коммуникационный эффект [29, р. 261]. Практика анализа аудитории средств массовой информации многократно подтверждала справедливость такой стратегии. Яркий тому пример – проводящиеся в последние годы различного рода выборы в России. В соответствии с методологическими установками количественного контент-анализа Лассвелл использовал и терминологию: он говорит о выявлении «структуры внимания коммуникатора», об описа-



нии «структуры внимания коммуникатора в количественных терминах» [29, р. 263], о преимущественном своем интересе к «доминирующим политическим символам», составляющим «часть общего опыта миллионов людей» [там же, р. 266]. Та часть исследовательских задач, на которую ориентирован лассвелловский контент-анализ, может быть названа изучением «статистического поведения коммуникатора» – выявлением характеристик структуры содержания при помощи количественного распределения его элементов. Попытки выхода за рамки названного класса аналитических задач, как правило, не эффективны. Причина этого состоит не только в специфике частотной модели, предполагающей предварительное создание жесткого кода, но и в общей ограниченности методологической основы контент-анализа: недостаточное знание природы текста в целом, специфики различных видов текста. Развитие же методологического знания такого рода требует ответов на такого рода вопросы, как соотношение нечастотных и частотных элементов содержания текста, виды порождающих моделей текста, правила логического вывода – аналитические операции, связанные с переходом от структуры текста к структуре сознания их создателей. Иначе говоря, дальнейшее развитие контент-анализа связано с проникновением в природу текста. Именно такое направление может явиться средством создания единой методологической основы контент-анализа – частотного и нечастотного. При этом предполагается, что именно нечастотная модель может послужить основой дальнейшего прогресса частотной, например, при создании фундаментальных исследовательских программ. Не исключено, впрочем, что и частотная модель может быть полезна при развитии нечастотной модели. Можно предположить, что компьютеризация анализа содержания даст возможность выявить взаимосвязи между различными типами элементов содержания. Таким образом, можно надеяться, что существует возможность создания единой методологической основы контент-анализа и что она связана с обращением к теории текста.

## *Понятие и природа текста*

Понятие текста – одно из самых сложных в гуманитарных науках. Именно поэтому некоторые исследователи, посвятившие анализу текста значительную часть жизни, не рискуют давать дефиницию, а лишь ограничиваются перечислением признаков текста.

Для нашего подхода к анализу феномена текста характерен выход за рамки прагматики сообщения, т.е. того намерения автора, ради которого он передавал определенное содержание определенному адресату с определенной целью. Нас интересует более широкое понимание текста сообщения – как той информации, которую потенциально может извлечь аналитик из содержания текста сообщения на основании поставленной цели анализа и имеющихся у него средств. Такая информация может быть названа аналитической. Разумеется, ее объем и структура определяются в первую очередь природой текста, структурой его содержания, и лишь во вторую очередь возможностями аналитика.

Текст в настоящее время одно из ключевых понятий гуманитарных наук. Диапазон его анализа огромен – от общей теории текста до уточненного анализа отдельного текста (произведения конкретного автора, психоаналитического интервью и т.д.). Наша же задача в рамках данной статьи более чем скромна: очертить в самом общем виде диапазон анализа понятия текста и структуры его содержания.

Существующие подходы к определению текста можно, конечно, со значительной долей условности разбить на два класса: филологические и культурологические. Часть определений располагается, естественно, между этими классами. Мы приведем ниже несколько определений, располагая их как бы на шкале «филологическое – культурологическое».

Т.М. Николаева резюмировала большое количество определений следующим образом: «Текст – один из базовых терминов лингвистики текста, употребляющийся однако в различных зна-

чениях. Основные из них следующие: 1) текст как связная последовательность, законченная и правильно оформленная, 2) некоторая общая модель для группы текстов, 3) последовательность высказываний, принадлежащих одному участнику коммуникации, 4) письменное по форме речевое произведение» [14].

Р. Барт раскрывает свое понимание текста в виде семи пространственных «пропозиций», из которых мы приведем лишь две небольшие выдержки.

«Текст не следует понимать как нечто исчислимое. Тщетна всякая попытка физически разграничить произведения и тексты... Различие здесь вот в чем: произведение есть вещественный фрагмент, занимающий определенную часть книжного пространства (например, в библиотеке), а текст – поле методологических операций» [1, с. 414–415].

«Тексту присуща множественность. Это значит, что у него не просто несколько смыслов, но что в нем осуществляется сама множественность смысла как таковая – множественность неустранимая...» [там же, с. 417].

Не менее значимое определение текста принадлежит М.М. Бахтину. Он понимает текст как «всякий связный знаковый комплекс» [2, с. 306]. Такое определение позволяет говорить о тексте сознания, поведения, тексте речи, произведения и др. Бахтин, как и Барт, проводит различие между текстом высказывания и текстом. Так, он отмечает, что два момента определяют текст высказывания, замысел («интенция») и осуществление этого замысла [там же, с. 307]. Характерно суждение Бахтина о том, что текст никогда не может быть переведен до конца [там же, с. 311]. Крайне существенна и его мысль о двух видах объективации человека в тексте: выражения себя для другого и себя самого и выражения своего отношения к себе как к объекту [там же, с. 314].

Приведем теперь один из наиболее разработанных культурологических подходов к тексту, принадлежащий А.М. Пятигорскому, который в качестве предварительной посылки определения

понятия текста указывает на его «вещность» [17, с. 55]. Далее им выделяются три аспекта понятия «текст»:

1. Феноменологический: текст как факт объективации сознания [там же, с. 56–57].

2. Коммуникативный: текст как интенция быть посланным и принятым [там же, с. 58].

3. Содержание: текст как он есть в его понимании и интерпретации [там же, с. 59].

Естественно, что перечень таких характеристик не исчерпывает содержание понятия текста, а скорее является лишь начальным этапом поиска подходов к такому анализу.

### *Конструкция текста*

На наш взгляд, ни один из авторов, работающих в сфере теории текста, не смог пока разработать сколько-нибудь полную модель структуры текста. Однако можно попытаться перечислить те элементы, которые заведомо составляют такую структуру (подчеркнем, список не полон). Текст не может существовать без материального носителя, какой бы природы тот не был (бумага, звук, свет и др.). Этот физический субстрат придает свою специфику тексту, вероятно, несет определенную информацию. Последующие элементы имеют ментальную природу. Во-первых, это знаки, составляющие язык общения (например, родного языка автора текста). Во-вторых, это символы или знаки знаков (точнее, элементы содержания, выраженные при помощи первичных знаков), которые несут информацию о состоянии коммуникатора, не сообщаемую им «прямым текстом». В-третьих, это та внетextовая реальность, которая отражена, или, точнее, представлена в содержании текста. Назовем эту группу элементов содержания социальной семантикой: это собственно содержание сообщения, его культурная составляющая (тема, акторы, способы их действия, социальные функции, способы изображения и т.п.).

В-четвертых, средства построения сообщения (техника построения, сюжет, фабула и т.п.).

Даже из такого неполного перечня конструктивных элементов текста можно сделать вывод: «автором» текста является не только тот субъект, который фактически его создает. Автор имеет сложную структуру, включающую культуру (знаковые средства и способы их использования, способы повествования, изображения и др.), коммуникатора (культурную группу, определенным образом организационно оформленную, к которой принадлежит непосредственный производитель текста – коммуникант). Естественно, что при таком сложном составе «автора», средств создания текста и его ментального содержания, можно предположить, что содержание текста является сложным, как сейчас говорят многомерным и нелинейным, создает возможность для множественности интерпретаций содержания сообщения. Многомерность содержания текста – это свойство его природы и, может быть, важная характеристика человеческой культуры.

### *Сообщение и текст сообщения*

Каждое сообщение имеет определенную интенцию, замысел, цель, передает нужную его автору информацию. Сообщение автора линейно, т.е. содержание его сообщения носит линейный характер. Однако содержание сообщения составляет часть содержания текста сообщения (см. об этом выше). Почему же так происходит? Это следствие характера деятельности по производству текста сообщения. Текст создается в «пространстве культуры» и составляющие культуры входят в содержание текста сообщения независимо от желания автора текста, неосознанно. У содержания текста сообщения есть еще одна важная составляющая – индивидуальные особенности автора, которые могут быть объективированы в тексте бессознательно. Впрочем, о механизме производства текста известно мало. Можно предположить, что

в деятельности по созданию текста сообщения сочетаются два типа действий – рациональные, контролируемые субъектом, и автоматические, неконтролируемые и отражающие те или иные элементы культуры общества и сознания данного индивида. Содержание текста сообщения дает возможность «проникнуть» в сознание индивида и во многие пласты культуры общества. Индивид в процессе создания текста сообщения объективирует элементы своего сознания в содержание текста сообщения. При этом, можно предположить, что сам по себе процесс объективации происходит как перекодировка одного текста в другой (текста сознания в текст сообщения).

Когда говорится о большем объеме содержания текста сообщения по сравнению с объемом содержания сообщения, то резонно поставить вопрос: «Почему это происходит? Зачем такая избыточность?». Можно предположить, что во многом это определяется множественностью элементов, участвующих в создании текста сообщения. Но, возможно, существуют и другие факторы, часть которых лежит вообще за рамками социальной жизни человека. Например, тело человека покрыто различного рода текстами (кожными узорами, активными точками, являющимися знаками его индивидуальности и протекающих в организме процессов). Природа этого явления пока не объяснена. В нашем случае приходится ограничиваться констатацией: содержание текста сообщения – нелинейная, многомерная структура, содержащая множество сообщений, ждущих своих интерпретаторов.

### *Частотные и нечастотные элементы содержания текста*

Практически в каждом сообщении можно выделить элементы содержания, которые можно сосчитать и те, которые присутствуют в единственном экземпляре. Так, можно определить количество предложений, словоформ, упоминаний того или иного лица

и т.п. Вместе с тем существуют такие элементы содержания как сюжет, функции действующих лиц, темы, т.е. элементы, которые как бы принадлежат всему содержанию в целом. Конечно в рамках большого корпуса сообщений и такие элементы содержания могут быть представлены в количественной форме. Однако типы такого рода элементов содержания (типы тем сообщений, типы культурных героев, функции действующих лиц и др.), составляющие своеобразные типологии или парадигмы, носят принципиально «нечастотный» характер и могут лишь присутствовать или отсутствовать в содержании текста, какого большого объема он бы не был (гипертекст). Такого рода элементы содержания и составляют нечастотный параметр содержания текста, который, как правило, не выражен эксплицитно и может быть лишь выявлен в процессе анализа. При исследованиях, ориентированных на изучение сознания человека или содержание культуры, нечастотные элементы представляют значительный интерес. Например, именно среди них нужно искать те ментальные структуры, которые объективируются в текстах их создателей. Можно предположить, что частотный параметр характеризует содержание, а нечастотный – содержание текста сообщения и что элементы нечастотного параметра лежат за порогом инструментальных аспектов сообщения, фиксируемых самим автором. Иначе говоря, вероятно, нечастотный параметр объективируется в содержании текста неосознанно. Мы полагаем, что не смогли пока провести достаточно четкую границу между нечастотными и частотными элементами содержания текста. Но такая граница и такое противопоставление имеет принципиальное значение, поскольку нечастотные элементы характеризуют в первую очередь природу текста как феномена культуры, а частотные – особенности конкретного сообщения (корпуса сообщений). Взаимосвязи между частотным и нечастотным аспектами содержания текста носят чрезвычайно сложный характер. И сколько-нибудь полное их выявление потребует значительных усилий. Приведем лишь один пример. Частое

использование определенного слова или символа может носить преднамеренный инструментальный характер, а может быть и неосознанным. Поэтому частотное распределение элементов содержания может характеризовать содержание культуры и отражать те или иные синдромы сознания автора.

### *Природа текста*

Как видим, природа текста не просто сложна, она, как бы, противоестественна: элемент содержания может противоречить другим и в то же время быть совместим с ними. И эта противоречивость и совместимость составляют важную черту природы текста, который создается как текст конкретного сообщения. Содержание сообщения линейно, подчинено интенции автора сообщения, а содержание текста сообщения многомерно, содержит множество сообщений. Сообщение имеет своего автора, но текст сообщения принадлежит сложному «автору» и открыт множеству прочтений и интерпретаций. Сообщение – продукт специализированной рациональной деятельности человека, и в то же время при его создании происходит не контролируемая субъектом объективация элементов сознания, репрезентация содержания и структуры сознания. Содержание сообщения прагматично, ориентировано на передачу определенной информации, а содержание текста сообщения избыточно, содержит информацию и о средствах создания сообщения и о сознании его автора, и о внетекстовой реальности, лежащей за рамками содержания сообщения автора.

Сообщение представляет собой целое, единый сигнал, знак, а текст сообщения – сложную структуру, содержание которой практически неисчерпаемо. Порождение сообщения основано на качественных моделях (прототипах). Например, на развертывании той или иной темы, общей схеме построения сообщения. Однако структура содержания имеет количественную структуру, определяемую числом знаков, словоформ, предложений, высказываний и т.п. Содержа-



ние сообщения оригинально (по крайней мере, для автора и получателя в коммуникативной ситуации), а содержание текста сообщения всегда создается на основе других текстов (имеющихся в культуре, в памяти индивида). Вообще можно говорить о тексте – сообщении и тексте памяти – как о базовых фундаментальных формах существования текста. В таком случае в тексте любого сообщения содержится текст – память (информация о сознании автора, содержании культуры и др.). Как видим, парадоксальность природы текста проявляется и в таком рассуждении.

Может быть, именно благодаря своей сложности понятие текста становится общим элементом гуманитарных наук. Приведем здесь красноречивые высказывания М. Бахтина:

«Текст – первичная данность (реальность) и исходная точка всякой гуманитарной дисциплины» [2, с. 320].

«...мысли о мыслях, переживания переживаний, слова о словах, тексты о текстах. В этом основное отличие наших (гуманитарных) дисциплин от естественных (о природе)» [там же, с. 306].

«Реальный объект – социальный (общественный) человек, говорящий и выражающий себя другими средствами. Можно ли найти к нему и к его жизни (труду, борьбе и т.п.) какой-либо иной подход, кроме как через созданные или создаваемые им знаковые тексты. Можно ли его наблюдать и изучать как явление природы, как вещь. Физическое действие человека должно быть понято как поступок, но нельзя понять поступка вне его возможного (воссоздаваемого нами) знакового выражения (мотивы, цели, стимулы, степени осознанности и т.п.)... Повсюду действительный или возможный текст и его понимание...» [там же, с. 321].

Высказывания Бахтина настолько исчерпывающи и ясны, что не нуждаются в комментарии. Однако мы все же отметим, что он выделяет два типа объектов исследования: реальный и фактический. И по его мнению, каков бы ни был реальный объект изучения, фактическим объектом, с которым оперирует аналитик, всегда является текст, созданный реальным объектом.

### *Разработка и приложения контент-анализа*

Как легко можно понять из приведенных выше рассуждений о природе текста, главная сложность в развитии методологии контент-анализа – это создание концепции текста, дающей возможность делать обоснованные выводы, исходя из содержания текста, о состояниях его субъекта. Камень преткновения в этом направлении – плохая изученность механизмов порождения текста. Поэтому вряд ли кто-либо из исследователей текста претендовал на создание его исчерпывающей концепции. Тем не менее существуют серьезные разработки и можно надеяться на дальнейший прогресс. Социологи также могут внести свой посильный вклад. Это для них тем более актуально, поскольку проблемы структуры содержания текста и логического вывода должны во все большей степени осознаваться ими. Вероятно, есть смысл попытаться разработать концепцию текста, удовлетворяющую потребностям социологии и охватывающую базовые для нее методы сбора информации.

Если же говорить о приложениях контент-анализа, то целесообразно четко различать задачи дескриптивного исследования, ориентированного на описание содержания текста в рамках параметров, обоснованных в уже существующем знании, и задачи исследований, направленных на анализ состояния субъектов, создавших эти тексты. Первый тип задач связан с описанием поведения коммуникатора на основании текстовой реальности. Второй – ориентирован на выход во внетекстовую реальность.

Для первого типа задач вполне адекватна частотная модель контент-анализа. Необъятным, актуальным и социально значимым полем приложения этой модели являются тексты средств массовой информации (СМИ). К сожалению, этот источник аналитической информации еще редко используется, например, для анализа социальной ситуации и социальных проблем. Так, можно предположить, что только лишь описание событий и выявление

их типов помогло бы обнаружить много неизвестного в характере социальных процессов современной России. Только газеты аккумулируют за год такой объем фактологической информации, какой, вероятно, не способны собрать десятки исследовательских организаций. Систематический анализ такой информации, основанный на сочетании материалов различной логической емкости (фактографических, комментаторских, аналитических), обеспечил бы создание мощной базы данных.

СМИ – нервные центры общества, сосредоточивают в своих текстах огромный объем информации о нем, который, к сожалению, используется лишь в незначительной степени. В этом, по-видимому, виноваты сами социологи и потребители социологической продукции. Следует лишь сожалеть о сложившемся отношении к информации СМИ, тем более что последние являются основным источником различных сведений, в том числе и научных, для значительной части населения. Вообще говоря, интересна динамика профессионального интереса социологов к изучению СМИ. В 1970-е гг., когда наши СМИ жестко управлялись из одного центра, отдела Пропаганды ЦК КПСС, что непосредственно влияло на унифицированность содержания их текстов, социологи считали весьма важным для себя изучать различные стороны деятельности СМИ. Теперь же, когда диапазон разнообразия деятельности их несравненно возрос, социологи практически отошли от систематического исследования СМИ. Между тем, необходимо использовать те элементы социальной организации, в которых социальная информация концентрируется естественным образом, где представлена вся социальная реальность. Текст СМИ как корпус текстов всех каналов или гипертекст СМИ – огромная база данных о социальной реальности. Конечно, это не слепок, модель реальности. Но ведь продукт исследовательского труда – это тоже модель, адекватность которой зависит и от интересов исследователя, и от применяемых средств, и от ситуации исследования.

Кроме основной задачи нечастотного контент-анализа – изучения сознания человека, можно отметить еще два возможных направления его использования. Первое, общеметодологическое, – для создания единого подхода к методам сбора социальной информации, подхода, основанного на концепции текста в социологии. Возможность развития общеметодологической функции контент-анализа определяется структурой его метода. В контент-анализе всегда уделялось много места категориальным моделям предмета исследования, единицам анализа и структуре содержания текста. Контент-аналитики привыкли работать с текстом, который для них является непосредственным объектом анализа. Многим же социологам еще предстоит осознать, что и им также приходится на стадии анализа иметь дело с текстом и что этот факт должен находить свое отражение в операциях процедуры анализа. Второе, внутрисоциологическое, использование нечастотной модели возможно в теоретической социологии, где существует потребность анализа языка социологии и концептуальных систем.

Контент-анализ, вследствие специфики своего аппарата и междисциплинарных связей, компьютеризации, в настоящее время имеет перспективу довольно интенсивного развития, однако существует необходимость в теоретических исследованиях и в прикладных разработках. Хотелось бы, чтобы на это обратили внимание молодые социологи, ищущие приложения своим интеллектуальным силам.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Барт Р.* Избранные работы. М.: Прогресс, 1989.
2. *Бахтин М.* Собр. соч. М.: Русские словари, 1996. Т. 5.
3. *Ваганов А.* Приключения компьютерного Маугли: Жизнь на планете Земля осваивает новую сферу обитания // Независимая газета. 1996. 31 дек.
4. *Давыдов А.А.* Измерение идентичности социальных систем // Социологические исследования. 1996. № 11.
5. *Дридзе Т.М.* Язык и социальная психология. М.: Высшая школа, 1980.
6. *Гаспаров Б.М.* Язык. Память. Образ. Лингвистика языкового существования. М.: Новое литературное обозрение, 1996.

7. Ильин И.П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. М.: Интрада, 1998.
8. Ильин И.П. Постмодернизм: От истоков до конца столетия. М.: Интрада, 1998.
9. Каневский Е.А., Саганенко Г.И. Концептуальное обоснование компьютерного анализа массивов с текстами // Социология: методология, методы, математические модели. 1997. № 9.
10. Капица С.П., Курдюмов С.П., Малинецкий Г.Г. Синергетика и прогнозы будущего. М.: Наука, 1997.
11. Массовая информация в советском промышленном городе. М., 1980.
12. Мелик-Гайказян И.В. Информационные процессы и реальность. М.: Наука, 1997.
13. Методологические и методические проблемы контент-анализа / Под ред. А.Г. Здравомыслова. М.–Л.: ИСИ АН СССР, 1973. Вып. 1–2.
14. Николаева Т.М. Краткий словарь лингвистики текста // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1978. Вып. VIII: Лингвистика текста.
15. Проблемы контент-анализа в социологии (Материалы сибирского социологического семинара). Новосибирск, 1970.
16. Пропт В.Я. Морфология сказки. М.: Наука, 1969.
17. Пятигорский А.М. Мифологические размышления: Лекции по феноменологии текста. М.: Языки русской культуры, 1996.
18. Российская элита: опыт социологического анализа: Особенности сознания элиты / Под ред. И.К. Микульского. М.: Наука, 1997. Ч. III.
19. Руднев В.П. Словарь культуры XX века. М.: Аграф, 1977.
20. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности. Л.: Наука, 1979.
21. Субботин М.М. Теория и практика нелинейного письма (взгляд сквозь призму «грамматологии» Деррида) // Вопросы философии. 1993. № 3.
22. Тоффлер А. Футурошок. СПб.: Лань, 1997.
23. Федотова Л.Н. Контент-аналитические исследования средств массовой информации и пропаганды: Учебно-методическое пособие. М.: Издательство МГУ, 1988.
24. Федотова Л.Н. Массовая информация: стратегия производства и тактика потребления. М.: Издательство МГУ, 1996.
25. Чураков А.Н. Информационное общество и эмпирическая социология // Социологические исследования. 1998. № 1.
26. Энциклопедический социологический словарь. М.: ИСПИ РАН, 1995.
27. Юнг К.Г. Психологические типы. М.: Прогресс-Универс, 1995.
28. Lasswell H., Leites N. and associates. Language of Politics: Studies in Quantitative Semantic. N.Y.: Cornwall Press, 1949.

29. *Lasswell H.* On Political Sociology. Chicago, London: The University of Chicago Press, 1977.

30. *Stone P., Dumphy D., Ogilvie D.* The General Inquirer: A Computer Approach to Content Analysis. Cambridge, Mass. and London, England: M.I.T. Press, 1966.

31. *Weber R.P.* Basic Content Analysis. Beverly Hills, CA: Sage, 1985.