

Лекция №18

Контент-анализ как разновидность метода изучения продуктов деятельности

Лектор: Капустина Т.В.

План лекции:

- 1. Контент-анализ: общая характеристика метода, специфика использования**
- 2. Этапы контент-анализа;**
- 3. Достоинства и недостатки метода**

Контент-анализ:



метод анализа продуктов деятельности, заключающийся в психологическом изучении печатных изданий, радио- и телепередач, кинофильмов, рекламных сообщений, документов, публичных выступлений, материалов анкет и т.д., позволяющий по их содержанию судить о психологии авторов этих материалов или тех людей, о которых говорится

Контент-анализ используется:

- 1) в качестве основного метода исследований;**
- 2) как составная часть используемого комплекса исследовательских методов;**
- 3) в виде вспомогательной процедуры обработки данных, полученных иными эмпирическими способами**

Виды контент-анализа:

- неколичественный контент-анализ, при котором фиксируется лишь наличие элемента содержания – индикатора соответствующей категории анализа, а количественные меры не используются;**
- количественный контент-анализ, который основан на использовании количественных мер и задачей которого является получение количественной структуры содержания текста**

*В настоящее время активно
применяется в социальной
психологии, социологии,
психодиагностике, политологии,
психологии рекламы и
пропаганды*

Потенциальными объектами изучения могут быть любые документальные источники - книги, газеты, речи, выступления, письма, дневники, песни, поэмы, ответы на открытые вопросы анкет и т. п.

Определение метода:

Вариативность обозначения метода в эмпирических исследованиях:

а) в исследованиях вербальных текстов – «контент-анализ», «частотно-смысловой анализ»;

б) в исследованиях изображений – «контент-анализ»; «схема обработки»; «качественный анализ образных структур»; «метод формализованного анализа изображений»

«Статус» метода в эмпирических исследованиях:

- а) основной метод, направленный на получение наиболее важной информации об изучаемом явлении (цель – анализ содержания сообщений, предмет которых недоступен другим методам);**
- б) параллельный метод, применяемый в комплексе с другими;**
- в) вспомогательный метод или процедура обработки данных, полученных посредством других методов (проективных методик, нестандартизированных интервью, анкет, наблюдения)**

Сферы применения метода:

- анализ результатов проективных методик исследования личности;**
- анализ содержания открытых вопросов при массовом анкетировании;**
- изучение психологических особенностей личности по качественным характеристикам, развернутым экспертным оценкам;**
 - анализ высказываний при диагностике особенностей групповой коммуникации;**
- изучение диагностических интервью, содержания бесед, другой речевой и письменной продукции испытуемого;**
- анализ объективной информации о личности**

Наиболее целесообразно использовать метод контент-анализа при следующих условиях:

- 1) изучаемые качественные характеристики носят однопорядковый характер и появляются в документах с достаточной частотой;**
- 2) изучаемого материала настолько много, что его невозможно охватить без суммарных оценок, особенно если он носит несистематизированный характер**

Этапы контент-анализа

Этапы включают в себя:



- ◆ выделение системы опорных понятий - **категорий анализа;**
- ◆ отыскание их индикаторов - слов, словосочетаний, суждений - **единиц анализа;**
- ◆ статистическую обработку данных

1. Подготовительный этап:

- ✓ постановка цели исследования;
- ✓ предварительная проверка адекватности избранного метода особенностям предстоящей работы;
- ✓ составление классификатора;
- ✓ подготовка инструкций для лиц, участвующих в реализации метода;
- ✓ пилотажное исследование;
- ✓ последующая коррекция программы

***Категории анализа* - это ключевые элементы исследовательской концепции, смысловые единицы, выраженность которых подлежит регистрации в соответствии с поставленной целью;**

В качестве категорий анализа исследователь заранее выдвигает определенные проблемы, идеи или темы

Категории должны быть:

- **четко и однозначно сформулированными** (у разных исследователей должна быть относительно них высокая степень согласия);
- **исчерпывающими**, т. е. охватывающими все части содержания обрабатываемого материала, определяемые задачами данного исследования;
- **взаимоисключающими**, т. е. одни и те же части содержания обрабатываемого материала не должны относиться к разным категориям

***Единицы анализа* (или индикаторы), признаки
выраженности смысловых единиц,
представляют собой части текста,
характеризующиеся принадлежностью к
определенной категории;**

**Это могут быть символы, слова, термины,
сочетания слов различной протяженности,
ситуации, суждения, реплики, интонации и т.
д. Это тот материал, который позволяет
судить о значении каждой категории**



Следует помнить, что одна и та же категория бывает выражена в материалах анализа по-разному: от отдельных символов или слов до палитры цветов и законченных суждений

Также необходимо учитывать, что категория может быть представлена в тексте различными по знаку единицами анализа;

Например, в отрицательной (критической), нейтральной или же положительной форме

**Разработка классификатора завершается
составлением инструкций кодировщику и
подготовкой *кодировочной матрицы***

**Кодировочная матрица представляет собой
таблицу, удобную для регистрации первичных
результатов исследования**

2. *Исполнительный этап:*

Предусматривает совокупность процедур по выделению индикаторов категорий и регистрации характеристик их присутствия в тексте

Кодировщики могут допускать здесь такие ошибки как:

- **неверное соотнесение единиц анализа с категориями;**
- **пропуск тех или иных единиц анализа;**
- **фиксация того, чего нет на самом деле**

3. Этап обработки данных:

- **Содержание его определяется целью исследования. В зависимости от этого при обработке результатов (одной или нескольких кодировочных матриц) могут быть использованы частотные или процентные распределения, коэффициенты корреляции и т. д.**
- **В тех случаях, когда анализируется большой массив данных, иногда используются специальные математико-статистические способы, разработанные для нужд контент-анализа;**

Категория	Единицы	t_i	p_i		h_i	H_i	%
Категория1	Единица 1	5	36	0,14	0,397	1,857	
	Единица 2	4		0,11	0,350		
	Единица 3	3		0,08	0,292		
	Единица 4	20		0,56	0,468		
	Единица 5	4		0,11	0,350		

t_i – абсолютная частота встречаемости единицы (то, сколько раз вы обнаруживаете тот или иной символ, слово, фигура и т.д.)

p_i – относительная частота встречаемости).

h_i – показатель энтропии,

H_i – показатель по Шеннону (показатель разнообразия)

Категория	Единицы	t_i	p_i	h_i	H_i	%
Цвет	Синий	5	36	0,14	0,397	1,857
	Желтый	4		0,11	0,350	
	Зеленый	3		0,08	0,292	
	Красный	20		0,56	0,468	
	Черный	4		0,11	0,350	

t_i – абсолютная частота встречаемости единицы (то, сколько раз вы обнаруживаете тот или иной символ, слово, фигура и т.д.)

p_i – относительная частота встречаемости).

h_i – показатель энтропии,

H_i – показатель по Шеннону (показатель разнообразия)

Этап обработки данных для
выявления соотношения
отрицательного и
положительных оценок
рассчитывается с помощью
коэффициента Яниса

Данный коэффициент исчисляется по формуле:

$$C = \frac{f^2 - fn}{rt}$$

, для случая, когда $f > n$

$$C = \frac{fn - n^2}{rt}$$

, для случая, когда $f < n$

- **f** - число положительных оценок,
- **n** - число отрицательных оценок,
- **r** - объём единиц информации, отражающих изучаемую категорию,
- **t** - общий объём единиц анализируемого текста

Категория	Единицы	t_i	p_i	
Личностная хар-ка	Отзывчивость	5	36	
	Требовательность	4		
	Доброжелательность	3		
	Интересный	20		
	Скучный	4		
Эмоции	Радость	10	30	
	Гнев (злость)	12		
	Равнодушие	8		
Действия	Хвалит	5	41	
	Уважает	10		
	Грубит (хамит)	8		
	Ругает	6		
	Помогает	12		

Для категории «Личностная характеристика»:

$$C=0,15$$

Для категории «Эмоции»:

$$C=0,0067$$

Для категории «Действия»:

$$C=0,086$$

Таким образом, чтобы провести контент-анализ необходимо выделить некоторые категории, единицы, после этого применить статистику.

И категории, и единицы анализа выбираются самим исследователем

***Категории* – это общее понятие, то, что в себя вбирает более конкретные элементы и единицы;**

***Единицы* – признак, слово, фактор, символ, суждение, выбранное исследователем для анализа, выступающий индикатором**

Достоинства и недостатки метода

Достоинства:

I. Возможность точной регистрации внешне неразличимых показателей в объемных массивах эмпирических данных;

II. Обеспечение высокой степени надежности полученных данных (возможность их перепроверки);

III. Допустимость осуществления отсроченного во времени анализа событий и ситуаций;

IV • Обеспечение интегрального видения моделируемого объекта в многообразии его свойств;

V • Возможность исключить влияние исследователя на изучаемый объект (невключенность, «ненавязчивость» метода, предполагающая элиминирование «эффекта присутствия»)

Недостатки:

I. Опасность абсолютизации его процедурной стороны;

II. Трудности, связанные с определением набора категорий анализа (в частности, принятие решения об отнесенности элемента содержания к той или иной категории, о введении иерархии категорий и подкатегории анализа);

III. Вероятность искажающего влияния исследователя на анализ текста;

IV. Трудоемкость и громоздкость процедуры контент-анализа, требующие от исследователя большого внимания и упорства

Вывод:

- 1. Контент-анализа представляет собой междисциплинарный метод, применяемый в исследовании различных объектов, в самом общем виде определяемых как текст – естественно-языковых текстов, изображений, актов коммуникации;**

2. Контент-анализ является строгим научным методом, отвечающим критериям объективности и надежности, поэтому его применение предусматривает соблюдение определенных требований – как процедурных, так и квалификационных;

3. В психологических исследованиях контент-анализа используется при изучении различных феноменов, находящих свое отображение в текстах или изображениях, на разных этапах эмпирического исследования в качестве основного или вспомогательного метода

The image features a stack of four open books with blue covers and yellowed pages. A large, bold, black letter 'T' is placed on top of the stack. Surrounding the books are various letters and numbers in different fonts and sizes, including 'z', 'k', 'a', 'S', 'd', '7', 'w', 'u', 'l', '1', 'a', 'f', 'e', 'c', 'i', and 'b'. The background is white with a faint grid pattern.

Спасибо за внимание!