МЕТОДЫ АНАЛИЗА ТЕКСТОВ В СОЦИОЛОГИИ

Е. Ю. Васильева
Белорусский государственный университет

Обмен информацией, выраженной в языке, является характерной чертой жизни общества. В период всеобщей информатизации общества анализ текста, прежде всего сообщений средств массовой информации и коммуникации, позволяет делать выводы о состоянии умов в обществе, об их психологическом самочувствии, взаимодействии и влиянии на различные социальные процессы. Вся система социальной коммуникации трактуется современными исследователями как обмен действиями порождения и интерпретации текстов, т. е. как текстовая деятельность. Т. М. Дридзе назвала этот подход лингвосоциопсихологическим или, шире - семиосоциопсихологическим [1, с.145].

Анализ информации, представленной в текстах (документах) разного рода лежит в основе описания тенденций в изменении содержания коммуникативных процессов; выявления используемых пропагандистских приемов; определения намерений и иных характеристик участников коммуникации; выявления установок, интересов и ценностей (и, шире, систем убеждений и «моделей мира») различных групп населения и общественных институтов.

Сегодня текст является объектом исследования ученых, работающих в разных областях знания, - лингвистов, социологов, психологов, культурологов, юристов, искусствоведов, политологов, маркетологов и пр. Анализу подвергаются книги, газетные или журнальные статьи, объявления, телевизионные выступления, кино- и видеозаписи, фотографии, лозунги, этикетки, рисунки, а также, разумеется, и официальные документы. При помощи текстового анализа изучается религиозная символика и популярные песни, устанавливается мера эффективности политических слоганов, рекламы и пропаганды, определяются стереотипы сознания различных социальных групп, идеологическая подоплека передовиц газет, отличия в трактовках одного и того же события в разных СМИ, исследуются многие другие темы. Кроме того, каждый социолог-исследователь сталкивается с необходимостью анализа текстов, полу-

ченных в качестве первичной информации в качественных социологических и маркетинговых исследованиях, например таких, как глубинные интервью и фокус-группы.

Для достижения поставленных целей в подобного рода исследованиях не должно быть места междисциплинарным барьерам, так как методы отдельных наук, например традиционный социологический контент-анализ, чисто лингвистические или чисто психологические методы часто оказываются недостаточными при их изолированном использовании [2, с.79].

Надо заметить, что контент-анализ, хотя и является старейшим методом исследования содержания текстов, продолжает оставаться центральным и наиболее широко практикуемым методом, несмотря на недостатки [3, с.30]. Его жизнеспособность объясняется высокой степенью формализации, позволяющей компьютеризировать весь процесс анализа. И всё же время диктует новые подходы. Поэтому, не уступая арену действия полностью, данный метод уходит частично, оказываясь элементом смешанных методик анализа.

Последние два десятилетия характеризуются повышенным интересом к методикам качественного анализа текста, среди которых наибольшей популярностью пользуются нарративный анализ, имеющий своим истоком анализ повествовательных грамматик В. Проппа, и анализ дискурса, основанный Дж. Гамперцем и Э. Гофманом, которые исходили из социальной и культурной обусловленности структур языка, а также весьма распространённый в социальной психологии мотивационный анализ.

Существуют три основных направления сопоставления текста и объективной реальности. Первое - реконструкция событий на основе текста (в данном случае текст выступает индикатором объективной реальности). Второе - реконструкция стратегии коммуникатора (текст как индикатор коммуникативных намерений автора). И третье - реконструкция потребностей, интересов, ценностей аудитории (текст как индикатор предпочтений аудитории). Полное и всестороннее сопоставление реальности и текста требует сравнения результатов разных методов, поэтому в рамках одного исследования анализ содержания (контент-анализ) часто выступает в комплексе с другими (качественными) методами.

В начале своего развития социальные науки изучали текст с помощью качественных или неформализованных подходов. XX век противопоставил квалитативному (качественному) подходу, которому вменяли в вину субъективизм, квантитативный, или количественный, подход. В

рамках последнего и зародился метод, получивший название контент-анализа.

Основное обвинение, которое выдвигают оппоненты "количественной" трактовки контент-анализа, заключается в том, что подобное ограничение метода ведет к сужению проблемного поля. Это понятно: при "количественном" подходе отбирается то, что можно измерить, подвергнуть статистической обработке, в то же время упускается из виду тот факт, что отсутствие тех или иных признаков является порой не менее значимым. Образно говоря, важно не только то, что есть, но и то, чего нет. Отсюда следует вывод, что более значимые результаты могут принести качественные методы.

Существенным ограничением в применении метода служит также то, что не все документы могут выступить объектом контент-анализа. Необходимо, чтобы исследуемое содержание позволило задать однозначное правило для надежного фиксирования нужных характеристик (принцип формализации), а также чтобы интересующие исследователя элементы содержания встречались с достаточной частотой (принцип статистической значимости).

Речевое поведение нельзя абстрагировать от качественных критериев и оценок. Это означает, что противоположные методы могут и должны дополнять друг друга. Встречное движение качественного и количественного подходов - это признание включения объективного и субъективного как в субъект-объектные, так и в субъект-субъектные отношения. В таком прочтении контент-анализ значительно расширяет возможности своего применения и становится атрибутом не только эмпирической социологии, но и приобретает ценность для развития социогуманитарных наук в целом.

Качественный анализ текстов определяют как получение заключений на основе присутствия или отсутствия определенных признаков в сообщениях. Основное преимущество данного подхода, как отмечают современные исследователи, состоит в том, что качественный анализ ограниченного числа значимых сообщений часто может дать лучшие ключи к разгадке намерений отдельного коммуникатора в определенный момент времени, нежели более стандартизированные техники.

Качественный анализ текстов, также как и количественный, обеспечивает надежность, обоснованность результатов исследования. *Во-первых,* оба подхода включают в себя то, что может быть повторено различными исследователями, а результаты исследования могут быть оспорены согласно канонам *исследовательской процедуры* (не обязательно одной и той же). *Во-вторых,* оба подхода имеют дело с законо-

мерностями (текстовыми регулярностями) и используются для анализа продуктов культуры (т. е. артефактов), а не чего-то единичного, неповторимого (того, что мы относим к предметам искусства). *В-третьих,* оба они избегают оценивать анализируемые тексты с позиций их моральной или эстетической ценности (другая сторона объективности). И, наконец, *в-четвертых,* все эти методы инструментальны, т. е. носят характер *технологий* с той лишь разницей, что исходят из разных базовых (теоретических) посылок [4, с.7]. Все они используются для того, чтобы ответить на вопрос: какова связь между содержанием, автором, социальным контекстом и получателем текста?

Последнее обстоятельство указывает на возможность смешения не только нескольких качественных методик в одном социологическом исследовании (как это имеет место практически всегда, ибо и семиология обеспечивает содержание только благодаря вхождению в более крупные системы - систему значений культуры и систему осмысленной практической деятельности), но и смешения качественного и количественного подходов, ибо они хороши для разных целей.

Социология, как признают ученые разных континентов, является мультипарадигмальной наукой, что предполагает наличие некоторой множественности базисных предпосылок и исследовательских техник, и, конечно, сочетание количественных и качественных методик анализа и сопоставления текста и объективной реальности. Иначе говоря, современные социальные науки движутся в направлении создания синтезированного многоцелевого метода исследования социальной реальности на материале текстов.

Литература

1. *Дридзе Т. М.* Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоциопсихологии// Общественные науки и современность. 1996. №3. - С. 145-152.
2. Массовая коммуникация в формировании современного социокультурного пространства. Материалы «круглого стола»// Социологические исследования, 2000, №7. - С.73-82.
3. *Почепцов Г. Г.* Теория коммуникации. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер. - 2000. - 656с.
4. *Ухванова-Шмыгова И.Ф.* Дискурсные методики в социологическом исследовании: учебно-методический комплекс. – Мн.: БГУ, 2003. – 191с.