



В. Ф. Іванов,
д-р філол. наук

УДК 007: 304: 001

Історія використання контент-аналізу в різних науках у ХХ ст.

Стаття присвячена історії використання методу контент-аналізу в ХХ ст.

Ключові слова: масова комунікація, метод, контент-аналіз.

Контент-аналіз – це соціологічний метод, але, як і багато інших соціологічних методів, він застосовується в інших науках і йому присвячено чимало робіт [1]. Утім і досі деякі вчені звертають мало уваги на цей метод та його можливості. Описуючи засоби дослідження в тій чи іншій науці, вони обминають питання аналізу документальних джерел [2].

Представники деяких наук користуються контент-аналізом як соціологічним методом, розглядаючи при цьому соціологію як поставачальника фактичного матеріалу, інші вважають, що в усіх дисциплінах є своя методика аналізу документів, а те спільне, що є, полягає в типологічному запозиченні [3, 70]. Труднощі при розгляді цього питання виникають ще й тому, що методи аналізу документів у багатьох науках, наприклад, в історичній, дуже схожі на метод контент-аналізу. Правильним шляхом тут, певно, є взаємозбагачення методів з урахуванням особливостей тієї чи іншої науки.

У соціології найбільшою галуззю застосування контент-аналізу є вивчення громадської думки та мас-медіа. Як приклад, можна навести контент-аналіз, здійснений у процесі дослідження суспільної думки Швеції (проект «Cultural indicators») [4]. Наймасштабнішим дослідженням у цьому плані в колишньому Радянському Союзі був проект «Суспільна думка», здійснений у 1967–1974 рр. у м. Таганрозі. Контент-аналізу підлягали 18 джерел інформації: 6 – засоби масової комунікації, 1 – усне пропагандистське повідомлення, 2 – листи, 4 – документи зборів, 5 – документи органів управління [5].

Цікаве дослідження суспільної думки було здійснено в Білорусії в межах проекту «Ефективність функціонування ЗМІП БРСР». Контент-аналіз був проведений на матеріалах 1200 білоруських газет, радіо і телебачення. Висновки виявилися дуже цікаві: 65,2 % виступів преси, 78,6 % радіо, 50,7 % телебачення і в цілому щодо ЗМІ Білорусії майже 2/3 повідомлень не висловлювали персоналізованої думки.

Опитування підтвердило висновки контент-аналізу. На запитання анкети «Як Ви вважаєте, чия думку в основному висловлюють республіканські газети, радіо і телебачення?» 41 % опитаних не зміг відповісти. У цьому самому проекті за допомогою контент-аналізу досліджували вплив листів реципієнтів на повідомлення засобів масової комунікації. Виявилося, що преса використовує листи у 8,9 % матеріалів, радіо – у 3,2 % передач, телебачення – у 4,8 %.

З'ясували також склад авторів повідомлень. Непрофесійні автори готували 24,7 % матеріалів преси, 20,4 % – радіо, 18,6 % – телебачення [6]. Такі точні результати дають змогу запровадити виважені засоби для поліпшення роботи інформаційних органів.

Цікаві контент-аналітичні дослідження преси проводилися за кордоном. Так, Д. Картвرایт дослідив еволюцію інтересів американської публіки в 1900–1930 рр. за змістом популярних журналів [7, 481–538]. Аналогічне дослідження, до речі, провів харківський учений С. Муратов. Він вивчав читацькі інтереси за питаннями, надрукованими в щотижневику «Аргументи і факти» за 1986–1987 рр. [8].

Багато контент-аналітичних досліджень було проведено під час Другої світової війни. Г. Д. Лассвелл запровадив символічний аналіз світової преси. Він фіксував частоту використання слів-символів «Англія», «Росія», «демократія», імен політичних діячів і т. ін., а також негативне, позитивне та нейтральне ставлення до них [9]. К. Левін у своїй роботі порівняв за публікаціями ідеали скаутів та нацистів [10], а Б. Берельсон і С. де Грація проаналізували взаємовідносини між пропагандистськими органами Німеччини та Італії. Було зроблено висновок, що співробітництва взагалі не було, а було бажання показати, що воно є [11, 244].

З післявоєнних досліджень за кордоном можна згадати контент-аналіз англійської провінційної преси, який здійснив І. Джексон. Учений за результатами аналізу зробив висновок, що



вечірні й недільні газети частіше пишуть про негативні новини, наприклад, злочини, і, таким чином, виявив тенденцію підтримки газетами загальноприйнятих цінностей та інтересів суспільства [12]. Більшість масових газет на Заході дотримується при доборі новин принципу «the men bites dog» («людина вкусила собаку») і такої своєрідної «арифметики новин»:

1 звичайна людина + одне звичайне життя = 0;
 1 звичайна людина + 1 екстраординарна подія = новина;
 1 звичайна людина + 1 звичайна дружина = 0;
 1 звичайна людина + 3 дружини = новина;
 1 банківський касир + 1 дружина + 7 дітей = 0;
 1 банківський касир – 100 000 \$ = новина;
 1 звичайна людина + звичайне 79-літнє життя = 0;
 1 звичайна людина + звичайне 100-літнє життя = новина [13, 55].

Як приклад не кількісного контент-аналізу, можна навести здійснене С. Саргентом дослідження емоційних стереотипів у американській газеті «Чикаго Трибюн», яка була опозиційною до політики президента Ф. Рузвельта. Газета застосовувала для визначення політики та практики Рузвельта такі негативні поняття, як «царизм», «диктатура», «агітатор», а для політики та практики республіканців – «співробітництво», «свобода», «оздоровлення». Дослідник також порівняв терміни двох газет щодо політики Рузвельта [14]:

«Чикаго трибюн»	«Нью-Йорк Таймс»
Урядове полювання на відьом	Сенатське розслідування
Регламентация	Регуляція
Робітничий агітатор	Робітничий організатор
Подачки	Житлова допомога
Фермерська диктатура	Контроль за врожаєм
Інквізитор	Слідчий
Чужоземний	Іноземний
Масове пікетування	Пікетування

Таким чином, у західних країнах контент-аналіз набув значного розвитку і його застосування в соціології масової комунікації не обмежене ніякими кордонами. На жаль, у колишньому Радянському Союзі контент-аналітичні дослідження були розвинені значно менше.

По-перше, слід зупинитися на контент-аналітичних дослідженнях закордонної преси. За допомогою контент-аналізу досліджували американські [15, 129–130], в'єтнамські [16], китайські [17] газети та ін. Наприклад, на матеріалах сайгонської преси 1968–1972 рр. В. Мазирін спробував скласти картину політичної боротьби в Північному В'єтнамі. Цікавим був контент-аналіз преси КНР. Дослідникам довелося долати такі труднощі, як особливості китайської мови, мізерність фактичної (статистична) інформації, кампанійський характер повідомлень, велика кількість перекручень у відтворенні реальності.

Чимало було досліджень і вітчизняних газет. Слід особливо зазначити аналіз таганрозьких газет під час здійснення проекту «Суспільна думка». При цьому були вироблені оригінальна програма і методика дослідження [18]. Контент-аналітичним дослідженням, як і на Заході, підлягають газети всіх рівнів. Як приклад аналізу центральної преси, можна навести контент-аналіз «Литературной газеты» на замовлення її редакції [19], республіканської – численні дослідження білоруських газет [20], наприклад, контент-аналіз тем, жанру й авторства для визначення молодіжної специфіки газети «Знамя юности» у порівнянні з республіканським телебаченням, радіомовленням і газетою «Советская Белоруссия», обласної – аналіз газет за комп'ютерною навчально-дослідницькою програмою «Реферат» [21], районної – за проектом «Районна газета», багатотиражної – зокрема проведене М. Дзялошинською дослідження 48 галузевих багатотиражних газет у 1982 р. за темою, ставленням комунікатора, жанрами і авторами [22]. Проводились і дослідження газет усіх рівнів. Так, І. Михайловський проаналізував 638 публікацій газет за 1968–1969 рр., які були присвячені карно-процесуальному законодавству та діяльності правоохоронних органів [23, 93]. Ролі газет у справі виховання поваги до закону було присвячено й конкретно-соціологічне дослідження газет за 1972–1973 рр. за проектом «Виховання поваги до права засобами масової комунікації» [24].

Багато контент-аналітичних досліджень було присвячено різноманітним економічним питанням. Так, В. Коробейников вивчав відображення в пресі економічної реформи 1965 р. [25], група російських учених проводила контент-аналіз газет, радіо і телебачення Ставропольського краю щодо висвітлення проблем продовольчої програми [26]. Досліджували за допомогою контент-аналізу й питання трудової й соціальної мобільності [27], зміцнення дисципліни [28], підвищення престижу професій [29]. В останньому випадку вчені вивчали, які ж професії найбільш пропагує преса. Для цього підраховувалась частота згадок про професії, відношення обсягу згадок до загального обсягу текстів, де вони були. Фіксувалися також властивості професій у матеріалах, авторське ставлення, інтенсивність властивостей. Ці дослідження мали велике значення, адже преса формує суспільну думку, і від того, як вона ставитиметься до того чи іншого питання, багато в чому залежить і ставлення до цієї проблеми в суспільстві.

За допомогою контент-аналізу наприкінці 80-х рр. ХХ ст. було проведено соціометричні дослідження виступів молодіжних газет з про-



блем економічної діяльності учнівської та студентської молоді. Рамки дослідження були обмежені Україною. Усього за 1985–1989 рр. опису роботи студентських будівельних, сільськогосподарських, спеціалізованих, науково-виробничих загонів, кооперативів, конструкторських бюро тощо було присвячено 5104 публікації тільки офіційної молодіжної преси. Неодноразово зупинялися на цих питаннях і неформальні молодіжні видання. Спробуємо проаналізувати склад авторів публікацій про продуктивну працю студентів. Великий загін становлять безпосередні учасники трудової діяльності, частина з яких є членами спеціально створених прес-центрів. Але все-таки більшість, а саме 2707, чи 53,0 % публікацій про економічну діяльність студентства написано професійними журналістами.

Газети використовують різні методи для допомоги працюючим студентам. Один із них – передача нагромадженого досвіду, зокрема повідомлення про роботу студентів інших областей та країн. Усього за 1985–1989 рр. в обласних молодіжних газетах України було надруковано 146 матеріалів про роботу студентів у інших областях України, 26 – в інших республіках тодішнього Союзу, 12 – в інших країнах. На що ж насамперед звертали увагу редакції при відборі матеріалів? На прогресивні форми організації праці, передові методи господарювання. Про це свідчать і цифрові дані. У повідомленнях з інших областей України домінують матеріали про науково-виробничі заходи, студентські конструкторські бюро, заходи, які працюють за принципом «Самі проектуємо – самі будуємо». Робота в таких трудових об'єднаннях залучає студентів до світу наукової творчості й допомагає формувати фахівця, тому не викликає подиву те, що таких матеріалів у обласній пресі було 51 – майже третина від усього обсягу публікацій про досвід інших областей. Пильну увагу газет привертають повідомлення про передові методи роботи студентських будівельних загонів (29 публікацій). Великий інтерес спостерігається до висвітлення діяльності спеціалізованих загонів, в яких студенти працюють за профілем свого навчання, здобувають навички майбутніх професій. Про збирально-транспортні заходи в газетах – 14 повідомлень, про агроконвеєри – 10, цілорічні заходи – 4, підземні заходи – 2.

Цікава й географія надрукованих повідомлень: усі області України, Калінінградська, Ленінградська, Московська, Омська, Пермська, Рязанська, Свердловська області, Хабаровський край Росії, Білорусія, Литва, Казахстан, Узбекистан, Болгарія, Угорщина, Польща, Румунія, Югославія, Ефіопія.

Іншим засобом допомоги студентському трудовому рухові була критика недоліків, які заважали роботі. Значна частка виступів преси, а саме 908 із 5104 (17,8 %) містила критику на адресу різних господарських організацій.

У розгляді питання про висвітлення молодіжною пресою економічної діяльності учнів та студентів цікаво те, як використовувались при цьому ілюстративні матеріали. Усього у 1985 р. у республіканських і обласних молодіжних газетах України була надрукована 351 фотографія з даної тематики, у 1986 р. – 352, 1987 – 208, 1988 – 172, 1989 – 177.

З'являлися на сторінках газет малюнки та карикатури. Усього за 1985–1989 рр. у молодіжній пресі України було надруковано 23 малюнки й 39 карикатур з даного питання. 7 з 23 малюнків було надруковано в газеті «Студентський гарт» у 1985 р. Карикатур більше від усіх друкував «Комсомолец Донбасса» (11). З 5104 матеріалів, присвячених продуктивній праці, 787 (15,4 %) були проілюстровані фотографіями, малюнками й карикатурами. Такий відсоток ілюстрованих матеріалів є дуже низький. Тим більше, що мова йде про публікації, адресовані молоді.

Розглянемо, чому тематично були присвячені публікації молодіжної преси. Молодіжна преса була коло джерел студентських кооперативів. Тільки за 1987–1989 рр. молодіжні газети України вмістили 51 матеріал, присвячений їх виникненню й розвитку.

Але набагато більше матеріалів були пов'язані з роботою студентських будзагонів. Із 5104 газетних публікацій, присвячених питанням продуктивної праці учнівської молоді, у 2709 (53,1 %) розглядали проблеми студентських будівельних загонів. Багато уваги приділяли цим питанням «Комсомольське плем'я» (Вінницька область) – 88 матеріалів з 233; «Прапор юності» (Дніпропетровська область) – 69 з 176; «Комсомольська зірка» (Житомирська область) – 67 з 163; «Молода гвардія» (Київська область) – 174 з 392. Значно менше публікацій на цю тему було в «Комсомольській іскрі» (Одеська область) – 29 з 138 і «Ленінському прапорі» (Херсонська область) – 37 з 225.

Усього 545 публікацій (10,7 %) із загальної кількості, надрукованих у 1985–1989 рр. у республіканських і обласних молодіжних газетах України і присвячених питанням економічної діяльності учнів та студентів, розглядали роботу студентських спеціалізованих загонів. У 1301 публікації (25,5 %) розглядали проблеми сільськогосподарських загонів. Загострювали на цьому увагу «Ленінське плем'я» (Миколаївська область) – 57 публікацій з 139 та «Молодий комунар» (Кіровоградська область) – 39 з 116.



Особливу увагу приділяли кореспонденти молодіжних газет висвітленню роботи студентських сільськогосподарських загонів. Це зрозуміло. До цих загонів була привернута увага громадської думки, оскільки студенти виїжджали працювати не під час канікул, а тоді, коли вони вже повинні вчитися. В умовах непопулярності цих загонів журналісти вимушені були, виконуючи певне соціальне замовлення, пропагувати осінні сільгоспзагони, часто прикрашаючи умови праці та відпочинку. Цим пояснюється те, що з 175 матеріалів про осінні сільгоспзагони за 1985–1988 рр. тільки 16 мали критичний характер, причому 12 з 16 надруковані тільки в 1987–1988 рр. У ці роки на сторінках газет з'явилися матеріали про справжні проблеми осінніх сільгоспзагонів: занадто великі норми, малі розцінки, конфлікти з місцевою молоддю, погані побутові умови. Новий етап настав у 1989–1990 рр. Усі 24 публікації, в яких згадували про осінні сільгоспзагони, були критичними.

Великі зміни відбулися в 1985–1991 рр. у зовнішньому вигляді молодіжних газет України. За ці роки кардинально змінився і їх зміст. Так, 16 з 27 офіційних молодіжних газет України поміняли періодичність випуску, 8 – змінили свій формат, 16 – обсяг номерів. Ці зміни викликані не в останню чергу зниженням тиражів. Крім республіканських молодіжних газет «Комсомольское знамя» і «Молодь України», свій тираж змогли утримати і навіть трохи підвищити тільки «Комсомолец Донбасса» (Донецька область) та «Молода Галичина» (Львівська область).

Були випадки, коли при контент-аналізі преси основну увагу звертали на вивчення ілюстрацій, в основному фотографій [30]. Частіше ілюстрації досліджували за їх темами і жанрами, але, наприклад, у процесі аналізу 50 номерів багатотиражних газет ВО «Светлана» і «Красный треугольник» за 1971 р. фотографії аналізували щодо того, хто їх зробив і хто на них зображений [31]. Більш складним був якісно-кількісний аналіз газетних фотографій, проведений І. Фомічовою і Е. Марковським [32]. Науковці вивчали співвідношення між вербальними та візуальними текстами, підраховуючи випадки відтворення (збігу), доповнення, протиставлення і виділення.

Ще більш детально вивчалися під час контент-аналізу преси листи читачів [33]. Таким чином, вчені досліджували аудиторію органів преси, використовували листи як джерело соціальної інформації. Найчастіше підраховувалися склад авторів та тематика читацької пошти. Без аналізу читацької пошти не обходилася реалізація жодного значного проекту контент-аналізу газет, наприклад, проектів «Ра-

йонна газета та шляхи її розвитку» [34] і «Громадська думка» [35]. Найбільш ґрунтовно розглядала питання, пов'язані з контент-аналізом читацької пошти, московська дослідниця А. Верховська. Вона написала кілька монографій та підручників з цієї проблеми [36].

Закордонні дослідники вивчали не тільки листи читачів газет. Наприклад, А. Болдуїн вів підрахунок сумісної уживаності слів у тексті, причому об'єктом дослідження були листи, які належали одному автору [37].

Використовувався контент-аналіз і в дослідженнях щодо телебачення. Переважно його застосовували в історичному й прогностичному вивченні телебачення, а також для порівняння діяльності телевізій різних країн [38].

Аналіз Центрального телебачення зв'язаний здебільшого з іменем Л. Федотової [39]. У різні роки вона проводила аналіз передач Першого каналу, насамперед програми «Час», і робила висновки щодо структури та висловлювала пропозиції стосовно її поліпшення. Наприклад, був проведений аналіз випусків програми «Час» за березень-травень 1985 р. за характером суджень, обґрунтованістю вибору фактів, відеоряду, актуальності. 54 % сюжетів були пов'язані з подіями, які відбувались у день випуску, з них 10 % – календарні, 1 % – раптові матеріали (вулканічна активність тощо), 2 % – про те, що сталося вчора, 5 % – про події в майбутньому.

Дослідник В. Бойко проводив аналіз передач Ленінградського телебачення, зокрема річного обсягу повідомлень про трудові справи (співвідношення професій і посад у передачах) [40]. Він же здійснив разом із В. Семеновим аналіз «Теленовин» для вивчення тенденцій розвитку суспільства [41].

Велися контент-аналітичні дослідження телебачення і в Естонії [42], і, звичайно, в Україні [43].

Прикладом контент-аналізу телебачення в західних країнах може служити дослідження денних багатосерійних передач, проведене У. Уорнером і У. Генрі. Аналіз показав, що «найголовніша та основна тема цих передач зводиться до того, що добрі й благородні жінки, дружини та матері непереможні на своєму життєвому шляху – в американській сім'ї» [44, 62].

Здійснювався контент-аналіз і радіопередач [45]. Так, Р. Тімак аналізував відображення у матеріалах Естонського радіо реальної дійсності, звукового оформлення, композиції передач, особливостей усної мови тощо [46].

Дуже цікавий аналіз прихованих тем чи «масового переконання» провів Р. Мертон. Справа в тому, що 21 вересня 1943 р. радіокорпорація США «Коламбія бродкастинг систем» оголосила днем військової позики. У цей день з 8-ї години



ранку до 2-ї ночі в перерві між передачами коментатор К. Сміт агітувала американців купляти облігації військової позики. Успіх приголомшив: було зібрано 39 млн дол., тоді як у попередній аналогічній кампанії – не більше ніж 2 млн. Р. Мертон провів аналіз усіх 65 1–2-хвилинних виступів К. Сміт у той день і виявив 8 прихованих тем, які спонукали американців до придбання облігацій [47].

І у нас, і в західних країнах контент-аналіз застосовувався в дослідженнях художньої літератури, особливо белетристики в масових журналах [48]. Таким було, наприклад, дослідження А. Антип'єва. Він вивчав, представники яких професій здебільшого є героями фейлетонів і романів [49].

Вивчалися й інші види художньої літератури. Ще в 60-ті рр. ґрунтовне дослідження байок Езопа провів М. Гаспаров [50, 258–260]. Використовувався в цьому дослідженні й контент-аналіз. М. Гаспаров квантифікував байки за тематикою. Він виділив 5 груп моралей: 1) у світі панує зло; 2) доля мінлива; 3) видимість оманлива; 4) пристрасті згубні, тому що вони засліплюють людину і заважають їй відрізнити видимість від сутності; 5) звільнившись від пристрастей, людина зрозуміє, що найкраще в житті – це задовольнитися тим, що є, і не зазіхати на більше.

Цікаві пропозиції щодо контент-аналізу художньої літератури висловив В. Канторович [51]. Він палко захищав необхідність соціологічного вивчення літератури. В. Канторович запропонував «провести експеримент з перепису літературного населення та інвентаризації проблем (конфліктних ситуацій), які порушували в художніх творах на різних етапах історії радянського суспільства» [52, 274]. Ще цікавіше дослідження провів український письменник В. Фащенко [53]. Він відібрав у журнальній новелістиці 80 персонажів і поставив їм запитання з типових соціологічних анкет, відповіді на які з'яв із самих новел.

Доволі частим, насамперед за кордоном, був контент-аналіз поезії, живопису та фольклору [54], а також текстів художньої творчості, установ культури й лекцій [55]. Як приклад, можна навести аналіз Х. Себальдом американських та німецьких пісенників, виданих у 40-ті рр. [56].

Щодо застосування контент-аналізу в дослідженнях різних об'єктів, слід згадати розвідки про художні та телевізійні фільми. Такі дослідження проводили переважно в західних країнах. Щоправда, в Естонії було здійснено контент-аналіз рекламних фільмів, за яким вивчали дієвість торговельної реклами [57]. На Заході більшість досліджень були присвячені героям кінофільмів [58]. Наприклад, Д. Джоунс

провів контент-аналіз картин Голлівуда в довоєнні роки [59]. Вивчалися економічний, соціальний, сімейний стан, стать, вік, національність, життєві настанови, засоби досягнення мети головними персонажами. Висновок був такий: герої кінофільмів здебільшого досить забезпечені, з середніх верств, американці, їхні надії пов'язані зі спокоєм, прибутком, повагою до себе.

Приблизно такі самі висновки були в дослідженні, яке здійснили в 1947 р. М. Волфенштейн і Н. Лейтес. Герої кінофільмів «щасливо проходять через конфлікти любові та ненависті, які дуже часто були фатальними для драматичних героїв інших епох і країн» [60, 48].

Уже пізніше, у 1958–1969 рр., під егідою ЮНЕСКО було здійснено міжнародне порівняльне дослідження фільмів та їх героїв у 6-ти країнах: Польщі, Чехословаччині, Югославії, США, Італії, Франції. Контент-аналіз проводився на матеріалах 341 фільму, в яких було 667 героїв. Як виявилось, герої фільмів молодіють. Жінки, як правило, не старші за 30 років. Більшість героїв – чоловіки (у фільмах Чехословаччини – 84 %, Польщі – 68 %, Франції – 59 %). За соціальним складом серед героїв цих фільмів було мало робітників: США – 10 %, Італія – 33 %, Франція – 25 %, Югославія – 46 %, Польща – 34 %, Чехословаччина – 24 %. Серед героїв американських фільмів більше було представників верхніх соціальних груп, які стояли «вище» етичних проблем, а герої з середніх верств тягнулися до грошей [61].

Проводився контент-аналіз і на базі офіційних документів, наприклад, посадових інструкцій [62] чи матеріалів зборів [63]. В. Каюрова для виявлення рольових приписів чи вимог проводила аналіз атестаційних характеристик ІТР у межах комплексного дослідження «Соціологічні й соціально-психологічні механізми регуляції поведінки особистості у сферах праці і відпочинку» та проекту «Регуляція та саморегуляція соціальної поведінки особистості у сферах праці та відпочинку» [64].

Цікаве дослідження текстів офіційних документів, надрукованих у пресі, провів О. Бухалов. Об'єктом аналізу були документи, надруковані з січня 1974 р. до березня 1977 р., а цілями – «вивчення змісту текстів офіційних документів з метою з'ясування тих якостей, які потрібно формувати у молоді в процесі трудового виховання» [65]. В аналогічному дослідженні В. Марков вів підрахунок консультативних і директивних апеляцій до дії, а також виконавців і санкцій, тобто відповідей, реакцій [66].

Узагалі, контент-аналіз з успіхом застосовують і в багатьох конкретних сферах, наприклад, у дослідженнях театрального репертуару [67]. Проведений А. Алексєєвим і В. Дмитрієв-



ським аналіз показав, що читацький попит і те, що пропонує театр, не збігаються. Причина була в постановці високоідейних п'єс.

Широко застосовується метод контент-аналізу в соціальній психології. Ще в 1967 р. на кафедрі та в лабораторії соціальної психології Санкт-Петербурзького університету проведено контент-аналіз публікацій засобів масової інформації, літератури і мистецтва з різних проблем [68].

Цікавий аналіз публікацій журналів «Юность» і «Смена» за 1968–1970 рр. на тему шлюбу та кохання, а також російського портретного живопису був проведений В. Семеновим [69], соціально-психологічний портрет сучасника на матеріалах «Комсомольской правды» досліджував Г. Лопатін [70], неодноразово здійснювався контент-аналіз відображення в мас-медіа соціально-психологічних аспектів і моделей, способу життя [71].

Наприклад, Є. Балясная провела аналіз художніх творів, надрукованих у журналах «Юность» і «Ноорус» за 25 років, і зробила висновки, що в літературі більшість конфліктів змістилася з трудової сфери в сімейну. В Україні та за кордоном проводилися за допомогою контент-аналізу психологічні дослідження міжособистісної комунікації [72], різноманітних мовних ситуацій. Наприклад, професор Сорбонни та Женевського університету Жан Піаже застосував контент-аналіз, вивчаючи мовлення дітей [73]; М. Апіл і Е. Кендон досліджували різноманітні сполучення мови, зокрема аналізували інтонації («якості голосу») [74]; Н. Обозова цікавив аналіз мови в процесі вирішення різноманітних завдань в експериментальних групах [75]; К. Фоше і С. Московічі запровадили контент-аналіз лексики й синтаксису розмов, залежно від їх мети, тематики й засобів контактів [76]; М. Ховеллер і Е. Вроліжек дослідили довжину листів, записаних на магнітофон і адресованих людям, що подобаються чи ні [77]; а Я. Яноушек спеціалізувався на контент-аналізі діалогів між парами піддослідних з однаковими й різними ролями в процесі вирішення спільних завдань [78]. Цікаво, що на Заході за допомогою контент-аналізу мовлення пацієнтів визначають стан хворих психіатричних лікарень [79].

Застосовувався контент-аналіз і для вивчення особистих документів: автобіографій, щоденників, спогадів, листів тощо [80]. Цікавими є приклади застосування контент-аналізу в кримінальній психології. Так, В. Батов знайшов спосіб для визначення за допомогою контент-аналізу неправдивих свідчень. Виявилося, що коли людина говорить неправду, вона вживає слова, які в інших ситуаціях згадує рідко [81].

Аналіз автобіографії як метод дослідження особистості злочинця застосувала Л. Сабліна. Вона вважала, що «процедури контент-аналізу в біографічних дослідженнях можна застосовувати з метою праксиметрії, тобто для вивчення продуктів діяльності, які виражені у вербальній і невербальній формах» [82]. Як приклад таких досліджень у західних країнах можна навести проведення Г. Олппортом кількісне дослідження структури особистості на підставі колекції особистих документів [83, 49].

Узагалі, за допомогою контент-аналізу можна досліджувати найрізноманітніші речі, навіть сни [84]. В. Семенов виділив 7 напрямів застосування контент-аналізу в соціально-психологічних дослідженнях:

1. Вивчення через зміст повідомлень соціально-психологічних особливостей їх творців (комунікатори, автори) як окремих осіб, так і груп, у тому числі прихованих (інколи неусвідомлених) виявлень і тенденцій, які дають про себе знати тільки кумулятивно, в потоці повідомлень.

2. Вивчення реальних соціально-психологічних явищ (об'єкт, субстанція повідомлення), відображених у змісті повідомлень.

3. Вивчення через зміст повідомлень соціально-психологічної специфіки різних засобів комунікації, а також особливостей форм і прийомів організації змісту.

4. Вивчення через зміст повідомлень соціально-психологічних особливостей їх реципієнтів (адресат, аудиторія).

5. Вивчення через зміст повідомлень соціально-психологічних аспектів впливу (ефект) комунікації на реципієнтів як представників різних соціальних мікро- і макрогруп, а також вивчення успіху спілкування.

6. Для обробки і уточнення даних, отриманих іншими методами в соціально-психологічних дослідженнях.

7. Спеціальне (науковознавче) вживання для вивчення наукової літератури з соціальної психології [85, 48–49].

Санкт-петербурзькі соціопедагоги застосовували контент-аналіз для вивчення зрозумілості моральної пропаганди в школі. Учнім 9–10 класів денних і вечірніх шкіл було запропоновано визначити значення 15 моральних понять: культура, освіта, праця, релігія, мораль, обов'язок, перестороги, мистецтво, честь, знання, пережитки, краса тощо. Смыслові одиниці були шкаловані: а) незадовільне розуміння предмета (не знаю, тавтологія); б) простий перелік предметів (мистецтво – це живопис, музика, література...); в) зазначення суттєвих якостей, але неповне їх осмислення (честь – це власна гідність); г) максимально повне смысловое визна-



чення [86]. Отже, методика нескладна, але результати потребують перевірки.

Застосовувався контент-аналіз і в науково-знавстві. Деякі вчені розділяли наукові тексти за: 1) типом, 2) тематикою, 3) ставленням автора, 4) використаною літературою [87], інші вважали, що взагалі всі тексти слід розділяти на інтелектуальні І, експресивні Е, чи змішані І-Е [88]. Особливий інтерес викликають дослідження В. Максимова, в яких учений за допомогою контент-аналізу текстів з теоретичної та експериментальної фізики спробував з'ясувати стосунки автора з колегами і соціумом [89]. Інші вчені з'ясовували за допомогою контент-аналізу перспективи наукових розробок та попит на них [90].

Значного розвитку набули контент-аналітичні дослідження в історичних науках. Контент-аналіз застосовувався і в історії [91], і в джерелознавстві [92], і в історичній соціології [93], і в історичній статистиці [94], і особливо в археології [95]. Тут виділялися якісь ознаки знахідок, частотність їх появи, і за цими ознаками вони порівнювалися між собою. Подібний метод застосовувався в дослідженні орнаменту, в порівняльному аналізі появи фігур у російській вишивці [96]. За допомогою контент-аналізу Л. Брагіна досліджувала трактат з етики італійського гуманіста Крістофоро Ландіно «Про дійсне благородство». Вона підраховувала частоту вживаності термінів і їх з'єднаність [97]. Подібні дослідження були і в статистиці [98].

Усе більше і більше вживається контент-аналіз і в лінгвістичних дослідженнях. Хоча лінгвісти не називають метод, за допомогою якого вони вивчають семантичну рівність чи семантичне впорядкування, контент-аналізом, але по суті це той самий метод. Узагалі зв'язок контент-аналізу й семантики дуже важливий. Як зазначав Я. Сімкін, «контент-аналіз і семантичні підходи до журналістики пов'язані однією ідеєю і найближчим часом допоможуть з'ясувати одну зі сторін єдності засобів масової інформації» [99].

Таким чином, контент-аналіз не є винятково соціологічним методом. Його можна назвати універсальним методом, який використовується у найрізноманітніших науках. Останнім часом зріс попит на об'єктивне дослідження найрізноманітніших елементів суспільного життя і через це значущість цього методу ще більше зростає. Вітчизняна наука в цьому плані ще дуже відстає від західної, тому потрібні певні зусилля для розробки цього важливого методу.

1. *The Analysis of Communication Content. Developments in Scientific Theories and Computer Techniques* / [Gerbner G., Holsty O. R., Krippendorff K., Paisley W. J., Stone Ph. J. (ed.)]. – N.Y., 1969.

2. *Коган Л. Н. Художественный вкус: Опыт конкретно-социологического исследования* / Л. Н. Коган. – М.: Мысль, 1966. – 213 с.; *Методологические и методические проблемы социологических исследований социальной активности личности...* Вестник Харьковского университета. – Х.: Основа, 1991. – № 351. – 65 с.; *Методы исследования*. – М.: Мысль, 1986. – 184 с. – (Сер.: Демография: Проблемы и перспективы); *Морено Дж. Л. Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе: Подход к новой политической ориентации* / Дж. Л. Морено; [пер. с англ. В. М. Корзинкина]. – М.: Изд-во иностранной литературы, 1958. – 289 с.; *Химмельблау Д. Анализ процессов статистическими методами* / Д. Химмельблау; [пер. с англ. В. Д. Скаржинского]. – М.: Мир, 1973. – 957 с.

3. *Таршиш Е. Я. Перспективы развития методики анализа содержания средств массовой информации* / Е. Я. Таршиш // Социологические проблемы общественного мнения и средств массовой информации; [отв. ред. В. С. Коробейников]. – М.: ИСИ АН СССР, 1975.

4. *Westerstahl I. A Research Tradition* / Westerstahl I., Rjsengren K. E. // *Communication Research*. – 1983. – № 10. – P. 183–186.

5. *Массовая информация в советском промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования*; [под общ. ред. Б. А. Грушина, Л. А. О니кова]. – М.: Политиздат, 1980. – 446 с.

6. *Ефимова Н. В. К вопросу о показателях эффективности СМИП на стадии производства информации* / Н. В. Ефимова // Проблемы эффективности средств массовой информации и пропаганды; [отв. ред. В. С. Коробейников]. – Минск, 1981. – Ч. 1. – С. 24–28; *Пушкин А. Л. Выражение мнений аудитории средств массовой информации БССР как фактор формирования общественного мнения* / А. Л. Пушкин // Проблемы эффективности средств массовой информации и пропаганды; [отв. ред. В. С. Коробейников]. – Минск, 1981. – Ч. 2. – С. 65–68.

7. *Cartwright D. P. L'analyse du matériel qualitatif. Dans L. Festinger & D. Katz (Éds), Les méthodes de recherche dans les sciences sociales*. – Paris: PUF, 1963.

8. *Мурашов С. И. Опыт анализа читательских интересов информационного еженедельника «Аргументы и факты»* // Методологические и методические проблемы социологических исследований социальной активности личности / [отв. ред. Е. А. Якуба]; Вестник Харьковского ун-та. – Х.: Изд-во Харьков. ун-та, 1989. – № 342. – С. 62–64.

9. *Lasswell H. D. World Attention Survey* // *Publ. Opin. Quart.* – 1941. – V. 5. – P. 456–462.

10. *Lewin K. Z. A comparison of the aims of the Hitler youth and the boy scouts of America* // *Human Relation*. – 1947. – V. 2. – P. 206–227.

11. *Berelson B. Detecting Collaboration in Propaganda* / Berelson B., Grazia S. de. // *Public Opinion Quarterly*. – 1947. – V. 12.

12. *Jackson I. Provincial Press and the Community* / I. Jackson. – L., 1971.

13. *Mott G. F. and others. An Outline Survey of Journalism* / Mott G.F. and others. – N.Y., 1948.

14. *Sargent S. S. Emotional Stereotypes in the Chicago Tribune* // *Sociometry*. – П. – 1939. – P. 69–75.



15. Карцева Е. Н. «Массовая культура» в США и проблема личности / Е. Н. Карцева. – М. : Наука, 1974.
16. Мазырин В. М. Применение метода контент-анализа к материалам прессы // Количественные методы в гуманитарных науках. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1981. – С. 49–54.
17. Гельбрас В. О методах количественного анализа китайской прессы: (в связи с изучением рабочего класса) / В. Гельбрас, Г. Зарубин, А. Ларин, Г. Лоншаков // Проблемы изучения положения рабочего класса в Китае : тез. и матер. к науч. конф. – М., 1972. – Ч. III. – С. 63–86; *Из опыта* качественно-количественного анализа прессы КНР / В. Г. Гельбрас, Г. Г. Зарубин, Г. С. Лоншаков // Методологические и методические проблемы контент-анализа : тез. докл. раб. совещания социологов / АН СССР. Институт социологических исследований ; [отв. ред. А. Г. Здравомыслов]. – М. ; Л., 1973. – Вып. 2. – С. 53–57.
18. Грушин Б. А. Анализ содержания материалов местных средств массовой коммуникации: функция информации / Б. А. Грушин, Л. Н. Федотова // 47 пятниц (Вып. 2): Функционирование общественного мнения в условиях города и деятельность государственных и общественных институтов: (программы и документы исследования). – М. : ИКСИ АН СССР, 1972. – С. 43–55; Жаворонков А. В. Некоторые механизмы выражения общественного мнения в городских газетах / А. В. Жаворонков // Социологические проблемы общественного мнения и средств массовой информации ; [отв. ред. В. С. Коробейников]. – М. : ИСИ АН СССР, 1975. – С. 120–137.
19. Владыкин В. А. Некоторые итоги пробного обследования содержания «Литературной газеты» // Проблемы контент-анализа в социологии : матер. Сибир. социологического семинара ; [отв. ред. А. Н. Алексеев]. – Новосибирск : СО АН СССР, 1970. – С. 33–40.
20. Горбатенкова Л. М. О некоторых характеристиках сообщения как показателях специфики отдельных СМИ / Л. М. Горбатенкова // Проблемы эффективности средств массовой информации и пропаганды ; [отв. ред. В. С. Коробейников]. – Минск, 1981. – Ч. 2. – С. 113–117; Ефимова Н. В. Взаимодействие общественных корреспондентов и редакции / Н. В. Ефимова // Социологические исследования эффективности журналистики ; [под ред. Я. Н. Засурского]. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1986. – С. 34–42; Манаев О. Т. Методологическое обеспечение комплексного социологического исследования эффективности функционирования республиканских СМИП / О. Т. Манаев // Проблемы эффективности средств массовой информации и пропаганды ; [отв. ред. В. С. Коробейников]. – Минск, 1981. – Ч. 1. – С. 124–128.
21. Методика контент-анализа областной газеты к учебно-исследовательской программе «Реферат» // Перестройка и пресса. № 5. Материалы круглого стола по теме: «Проблемы компьютеризации средств массовой информации» (15 июня 1989 г.). – М. : МВПП, 1989. – С. 67–80.
22. Дзялошинская М. И. Многотиражная печать отрасли / М. И. Дзялошинская // Социологические исследования эффективности журналистики / [под ред. Я. Н. Засурского]. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1986. – С. 90–94.
23. Личность и уважение к закону: Социологический аспект / [отв. ред. В. Н. Кудрявцев, В. П. Казимирчук]. – М. : Наука, 1979.
24. Лазарев Л. В. Контент-аналитическое исследование правовой пропаганды // Советское государство и право. – 1975. – № 2. – С. 117–122.
25. Коробейников В. С. Методический опыт анализа содержания сообщений средств массовой информации по проблемам экономики // Методы сбора информации в социологических исследованиях. – Кн. 2. Организационно-методические проблемы опроса. Анализ документов. Наблюдение. Эксперимент / [отв. ред. В. Г. Андреенков, О. М. Маслова]. – М. : Наука, 1990. – С. 118–130.
26. Аванесова Г. А. Основные направления социологических исследований средств массовой информации и пропаганды // Социология и пропаганда / АН СССР. Институт социологических исследований ; [отв. ред. В. Н. Иванов]. – М. : Наука, 1986. – С. 99–114; *Анализ* взаимодействия местных СМИП по освещению крупных народохозяйственных программ / Е. Я. Дугин, О. А. Клинг, М. И. Никитин, Н. И. Тарасов // Вестник Московского университета. – Сер.: Журналистика. – 1984. – № 4. – С. 8–18.
27. Рывкина Р. В. О возможности и перспективах использования контент-анализа для изучения социальной мобильности / Р. В. Рывкина // Проблемы контент-анализа в социологии : матер. Сибирского социологического семинара ; [отв. ред. А. Н. Алексеев]. – Новосибирск : СО АН СССР, 1970. – С. 48–53.
28. Карпов В. Г. Модели укрепления дисциплины в текстах прессы: обстоятельства, сознание, деятельность / В. Г. Карпов // Массовая коммуникация и развитие социалистического образа жизни : матер. конф. Тарту, 26–27 окт. 1985 г. – Тарту : ТГУ, 1986. – С. 100–103.
29. Корбут А. В. Образы представителей профессий в средствах массовой информации / А. В. Корбут // Социологические проблемы общественного мнения и деятельности средств массовой информации ; [отв. ред. В. С. Коробейников]. – М. : ИСИ АН СССР, 1976. – С. 64–83; Корбут А. В. Престиж профессии в материалах массовой коммуникации / А. В. Корбут // Методологические и методические проблемы контент-анализа : тез. докл. раб. совещания социологов / АН СССР. Институт социологических исследований ; [отв. ред. А. Г. Здравомыслов]. – М. ; Л., 1973. – Вып. 2. – С. 63–66; Корбут О. В. Профессии в материалах средств массовой информации / О. В. Корбут // Социологические проблемы общественного мнения и средств массовой информации / [отв. ред. В. С. Коробейников]. – М. : ИСИ АН СССР, 1975. – С. 138–147; Сазонов В. В. О соотношении вербальной и визуальной информации в прессе / В. В. Сазонов, К. Б. Сошников // Предмет семиотики: теоретические и практические проблемы взаимодействия средств массовой коммуникации : матер. науч. симпозиума «Семиотика средств массовой коммуникации», Москва, 20–23 нояб. 1974 г. / [отв. ред. А. Г. Волков]. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1975. – С. 374–389.



30. Дудченко В. С. К программе описания изобразительных публикаций / В. С. Дудченко // Проблемы контент-анализа в социологии : матер. Сибирского социологического семинара ; [отв. ред. А. Н. Алексеев]. – Новосибирск : СО АН СССР, 1970. – С. 107–110; Ситников В. П. Фотоиллюстрация молодежной газеты : (Опыт контент-анализа «Комсомольской правды» за 1987 г.) // Вестник Московского университета. Сер.: Журналистика. – 1989. – № 5. – С. 8–14.

31. Семенов В. Е. Личность и группа на страницах промышленных газет: (социально-психологический контент-анализ) // Экспериментальная и прикладная психология. Вып. 8. Психология личности и малых групп. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1977. – С. 100–105.

32. Фомичева И. Д. Опыт качественно-количественного анализа газетной фотографии / И. Д. Фомичева, Э. Я. Марковский // Социологические исследования эффективности журналистики / [под ред. Я. Н. Засурского]. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1986. – С. 94–103.

33. Алексеев А. Н. Из опыта исследования «свободных высказываний» читателей центральных газет / А. Н. Алексеев // Проблемы контент-анализа в социологии : матер. Сибирского социологического семинара ; [отв. ред. А. Н. Алексеев]. – Новосибирск : СО АН СССР, 1970. – С. 110–116; Верховская А. И. Научный анализ почты в газете / А. И. Верховская // Социологические исследования эффективности журналистики / [под ред. Я. Н. Засурского]. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1986. – С. 104–111; Верховская А. И. Письмо в газету и его автор как объект социологического исследования / А. И. Верховская // Вестник Московского университета. Сер.: Журналистика. – 1968. – № 4. – С. 38–51; Владыкин В. А. О программе изучения «дискуссионной» почты в «ЛГ» / В. А. Владыкин // Социологические исследования эффективности журналистики ; [под ред. Я. Н. Засурского]. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1986. – С. 112–120; Горбатенкова Л. М. Некоторые аспекты работы с общественными корреспондентами и письмами трудящихся / Л. М. Горбатенкова // Социологические исследования эффективности журналистики / [под ред. Я. Н. Засурского]. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1986. – С. 112–120; Игошин С. И. Рубрика «Из редакционной почты» в местной газете: (По материалам «Ленинградской правды» и «Вечернего Ленинграда») / С. И. Игошин // Проблемы журналистики / [отв. ред. А. Ф. Бережной]. – Л. : Изд-во Ленинград. ун-та, 1974. – Вып. 3. – С. 26–38; Максимов В. В. Письма трудящихся в газетных публикациях / В. В. Максимов, Н. И. Зачек, Е. Г. Нарышкин // Журналист, пресса, аудитория. – Л., 1982. – Вып. 2. – С. 23–40; Парфенов Г. С. Некоторые итоги исследования печати Новосибирской области / Г. С. Парфенов // Вестник Московского университета. Сер.: Журналистика. – 1968. – № 4. – С. 16–37; Токаровский Г. Д. Письма трудящихся как источник социальной информации / Г. Д. Токаровский // Социологические проблемы общественного мнения и деятельности средств массовой информации / [отв. ред. В. С. Коробейников]. – М. : ИСИ АН СССР, 1979. – С. 101–108; Токаровский Г. Д. Письма трудящихся как канал выражения

общественного мнения: (из опыта изучения состава авторов писем) / Г. Д. Токаровский // Социологические проблемы общественного мнения и деятельности средств массовой информации / [отв. ред. В. С. Коробейников]. – М. : ИСИ АН СССР, 1976. – С. 113–126.

34. Верховская А. И. Исследование писем в редакцию методом формализованного анализа содержания / А. И. Верховская // Методы исследования журналистики / [отв. ред. Я. Р. Симкин]. – Ростов-н/Д. : Изд-во Ростов. ун-та, 1984. – С. 15–17.

35. Нейгольдберг В. Я. Анализ содержания писем жителей города в центральные и местные органы государственных и общественных институтов и ответов на эти письма / В. Я. Нейгольдберг // 47 пятниц: (Вып. 2): Функционирование общественного мнения в условиях города и деятельность государственных и общественных институтов: (программы и документы исследования). – М. : ИКСИ АН СССР, 1972. – С. 169–196.

36. Верховская А. И. Письмо в редакцию и читатель / А. И. Верховская. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1972. – 192 с.; Верховская А. И. Социологические методы работы с читательской почтой : лекции / А. И. Верховская. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1984. – 79 с.

37. Baldwin A. L. Personality structure analysis: a statistical methods for investigating the single personality / A. L. Baldwin // J. abnorm. and Soc. Psychol. – 1942. – V. 37. – P. 163–183.

38. Багиров Э. Г. Очерки теории телевидения / Э. Г. Багиров. – М. : Искусство, 1978. – 152 с.

39. Кушнерова О. Н. О способах контент-аналитических исследований по проблеме «Социалистический образ жизни и его отражение средствами массовой информации и пропаганды» / О. Н. Кушнерова, Л. Н. Федотова, И. Д. Фомичева // Массовая коммуникация и развитие социалистического образа жизни : материалы конференции. Тарту, 26–27 октября 1985 г. – Тарту : ТГУ, 1986. – С. 89–93; Федотова Л. Н. О критериях отбора фактов для информационной телевизионной программы / Л. Н. Федотова, И. А. Красавченко // Вестник Московского университета. Сер.: Журналистика. – 1986. – № 6. – С. 34–42; Федотова Л. Н. Образ жизни сельского населения в информационной программе телевидения / Л. Н. Федотова // Массовая коммуникация и развитие социалистического образа жизни : матер. конф., Тарту, 26–27 окт. 1985 г. – Тарту : ТГУ, 1986. – С. 66–68; Федотова Л. Н. Структурные компоненты телевизионной информационной программы «Время» / Л. Н. Федотова // Эффективность средств массовой информации в социалистическом обществе / [под ред. Я. Н. Засурского]. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1985. – С. 81–87; Федотова Л. Н. Проблемы и опыт социологического анализа телевизионного общественно-политического вещания / Л. Н. Федотова, И. Д. Фомичева // Социологические исследования эффективности журналистики / [под ред. Я. Н. Засурского]. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1986. – С. 65–73.

40. Бойко В. В. Герой телевизионной информации и ее эффективность / В. В. Бойко, В. Е. Семенов // Общине как предмет теоретических и прикладных



исследований : тез. Всесоюз. симпозиума 29–30 марта 1973 ; [под ред. А. А. Бодылева]. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1973. – С. 17–19.

41. *Бойко В. В.* Методика «совпадающих случаев» и возможности ее применения / В. В. Бойко // Методологические и методические проблемы контент-анализа : тезисы докладов рабочего совещания социологов / АН СССР. Институт социологических исследований ; [отв. ред. А. Г. Здравомыслов]. – М. ; Л., 1973. – Вып. 1. – С. 116–121; *Бойко В. В.* К вопросу об интерпретации статистических результатов контент-анализа / В. В. Бойко, В. С. Семенов // Проблемы контент-анализа в социологии : матер. Сибирского социологического семинара / [отв. ред. А. Н. Алексеев]. – Новосибирск: СО АН СССР, 1970. – С. 116–121.

42. *Piim M.* О разработке методики контент-анализа передач Эстонского телевидения / М. Рийт // Материалы межреспубликанской научной конференции «Современные методы исследования средств массовой коммуникации», Таллинн, 29–30 сент. 1980 г. / [редкол.: Триккель И. (отв. ред.) и др.] ; секция массовой коммуникации Прибалтийского отделения ССА; Гостелерадио ЭССР. – Таллинн : Периодика, 1983. – С. 120–122.

43. *Сусская О. А.* О внедрении результатов социологических исследований в журналистскую практику / О. А. Сусская // Вестник Московского университета. Сер.: Журналистика. – 1990. – № 2. – С. 62–65.

44. *Warner W. L.* The Radio Daytime Serial: A Symbolic Analysis / Warner W. L. and Henry W. E. // Genet. Psychol. Monog. – 1948. – № 37.

45. *Гагаркин А. К.* К вопросу об изучении эффективности вещания / А. Гагаркин // Аудитория. Проблемы изучения общественного мнения / Государственный комитет СССР по телевидению и радиовещанию. Главная редакция писем и социологических исследований. – М., 1987. – Вып. 1. – С. 9–17; *Яконюк Д. Л.* Радио в формировании музыкально-эстетических интересов рабочей молодежи / Д. Л. Яконюк // Проблемы эффективности средств массовой информации и пропаганды / [отв. ред. В. С. Коробейников]. – Минск, 1981. – Ч. 1. – С. 73–77.

46. *Тимак Р. М.* Изучение программ Эстонского радио методом контент-анализа / Р. М. Тимак // Социологические исследования эффективности журналистики / [под ред. Я. Н. Засурского]. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1986. – С. 84–90; *Тимак Р. М.* Некоторые аспекты отражения действительности в радиопрограмме / Р. М. Тимак // Массовая коммуникация и развитие социалистического образа жизни : матер. конф., Тарту, 26–27 окт. 1985 г. – Тарту : ТГУ, 1986. – С. 68–71; *Тимак Р. М.* О методике контент-анализа радиопрограммы / Р. М. Тимак // Материалы межреспубликанской научной конференции «Современные методы исследования средств массовой коммуникации», Таллинн, 29–30 сент. 1980 г. / [редкол.: Триккель И. (отв. ред.) и др.] ; секция массовой коммуникации Прибалтийского отделения ССА; Гостелерадио ЭССР. – Таллинн : Периодика, 1983. – С. 116–119.

47. *Merton R.* Mass Persuasion / R. Merton. – New York, 1946.

48. *Лукьянченко Е.* Исследование социального типа личности героя рассказов журнала «Юность» за

1955–1979 гг. методом контент-анализа / Е. Лукьянченко, Л. Рооталу // Материалы межреспубликанской научной конференции «Современные методы исследования средств массовой коммуникации», Таллинн, 29–30 сент. 1980 г. / [редкол.: Триккель И. (отв. ред.) и др.] ; секция массовой коммуникации Прибалтийского отделения ССА; Гостелерадио ЭССР. – Таллинн : Периодика, 1983. – С. 131–133; *Escarpit R.* Sociologie de la Litterature. – Paris, 1964; *Jons-Heine P., Gerth H.H.* Values in Mass Periodical Fiction, 1921–1940 // Pull. Opin. Quart. – V. 13. – 1949. – P. 105–113; *Martel M., McCall G.* Reality Orientation and the Pressure Principle: A Study of American Mass Periodical Fiction (1890–1955) // People, Society and Mass Communications. – London, 1964. – P. 283–334.

49. *Антипьев А. Г.* Воздействие средств массовой информации на профессиональную ориентацию молодежи / А. Г. Антипьев // Социологические проблемы общественного мнения и средств массовой информации / [отв. ред. В. С. Коробейников]. – М. : ИСИ АН СССР, 1975. – С. 111–119.

50. *Басни Эзона* / [пер., ст. и ком. М. Л. Гаспарова]. – М. : Наука, 1968.

51. *Канторович В.* О некоторых аспектах социологии литературы // Вопросы литературы. – 1969. – № 11. – С. 43–59.

52. *Канторович В.* Глазами литератора: социологические очерки / В. Канторович. – М. : Совет. писатель, 1970; *Канторович В.* Социология и литература // Новый мир. – 1967. – № 12. – С. 148–173.

53. *Фащенко В.* Новелла из полуфабрикатов: К вопросу о социологическом анализе современной журнальной новеллистики // Дружба народов. – 1972. – № 8. – С. 259–269.

54. *Armstrong R. P.* Content analysis in folkloristics // Trends of Content Analysis. – Urbana, 1959. – P. 151–170; *Kolaja J., Wilson R.* The Themes of Social Isolation in American Painting and Poetry // Aesthetics and Art Criticism. – 1954. – 13:1. – P. 37–45; *Miles J.* The Vocabulary of poetry. – Berkely, 1946.

55. *Возьмитель А. А.* Некоторые характеристики деятельности лекторов по формированию общественного мнения / А. А. Возьмитель // Социологические проблемы общественного мнения и деятельности средств массовой информации ; [отв. ред. В. С. Коробейников]. – М. : ИСИ АН СССР, 1976. – С. 37–50; *Коган Л. Н.* О месте контент-анализа в социологическом изучении культуры / Л. Н. Коган, В. С. Дудченко // Методологические и методические проблемы контент-анализа : тезисы докладов рабочего совещания социологов / АН СССР. Институт социологических исследований ; [отв. ред. А. Г. Здравомыслов]. – М. ; Л., 1973. – Вып. 1. – С. 49–52; *Плотников С. Н.* Объекты контент-анализа в социологических исследованиях художественной литературы / С. Н. Плотников // Методологические и методические проблемы контент-анализа : тез. докл. раб. совещания социологов / АН СССР. Институт социологических исследований ; [отв. ред. А. Г. Здравомыслов]. – М. ; Л., 1973. – Вып. 1. – С. 45–48.

56. *Sebald H.* Studying national character through comparative content analysis // Social forces. – 1962. – № 40. – P. 318–322.

57. *Шейн Х.* Использование контент-анализа в исследовании рекламы / Х. Шейн, Р. Тимак, М. Ка-



русоо // Методологические и методические проблемы контент-анализа : тез. докл. раб. совещания социологов / АН СССР. Институт социологических исследований ; [отв. ред. А. Г. Здравомыслов]. – М. ; Л., 1973. – Вып. 1. – С. 95–100.

58. *International Study of the Film and the Film Hero.* – Part 1 (The Film); Part 2 (The Characters). University of Pennsylvania.

59. *Jones D. Quantitative Analysis of Motion Picture Content* // *Public Opinion Quarterly.* – 1942. – V. 6. – № 3.

60. *Wolfenstein M., Leites N. An Analysis of Themes and Plots in Motion Pictures* // *Annals Amer. Acad. Polit. Soc. Sciences.* – 1947. – № 254.

61. *Левшина Н. С. Проблемы социологии кино и телевидения* // *Вопросы философии.* – 1971. – № 2. – С. 152–155.

62. *Новикова Т. В. Опыт контент-анализа должностных инструкций* / Т. В. Новикова // *Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 2. Организационно-методические проблемы опроса. Анализ документов. Наблюдение. Эксперимент* ; [отв. ред. В. Г. Андреевков, О. М. Маслова]. – М. : Наука, 1990. – С. 139–145.

63. *Чернакова Н. Е. Документы собраний как средство изучения мнений населения* / Н. Е. Чернакова // *Социологические проблемы общественного мнения и средств массовой информации* / [отв. ред. В. С. Коробейников]. – М. : ИСИ АН СССР, 1975. – С. 148–159.

64. *Каюрова В. Н. Анализ содержания аттестационных характеристик (процедуры и техника)* / В. Н. Каюрова // *Методологические и методические проблемы контент-анализа : тез. докл. раб. совещания социологов / АН СССР. Институт социологических исследований ; [отв. ред. А. Г. Здравомыслов].* – М. ; Л., 1973. – Вып. 1. – С. 104–108; *Каюрова В. Н. Контент-анализ аттестационных характеристик как метод изучения нормативных требований к инженерам в организации* / В. Н. Каюрова, Г. И. Саганенко // *Социологические исследования.* – 1977. – № 1. – С. 123–132.

65. *Бухалов О. Ю. Використання контент-аналізу у визначенні ефективності засобів масової інформації і пропаганди* // *Філософська думка.* – 1978. – № 5. – С. 67–71.

66. *Марков В. А. Методические проблемы комплексного исследования районной газеты* / В. А. Марков // *Методологические и методические проблемы контент-анализа : тез. докл. раб. совещания социологов / АН СССР. Институт социологических исследований ; [отв. ред. А. Г. Здравомыслов].* – М.; Л., 1973. – Вып. 1. – С. 87–90.

67. *Алексеев А. Н. Опыт качественно-количественного анализа преобладающих тенденций развития репертуара драматических театров СССР (сезоны 1959/60, 1969/70 гг.)* / А. Н. Алексеев, В. Н. Дмитриевский // *Актуальные проблемы организации, экономики и социологии театра.* – М., 1972; *Алексеев А. Театральный репертуар как объект социологического анализа* / А. Алексеев, В. Дмитриевский // *Театр и зритель: (Проблемы социологии театрального искусства) : по матер. симпозиума «Актуальные проблемы организации, экономики и социологии театра»*

(Москва, 1972 г.). – М. : Мин-во культуры, 1973. – С. 91–117; *Дмитриевский В. Репертуар и зритель: (К вопросу комплексного изучения театрального процесса)* // *Театр и драматургия: труды Ленинградского государственного института театра, музыки и кинематографии.* – Л. : ЛГИТМиК, 1976. – Вып. 6. – С. 33–48.

68. *Кузьмин Е. С. К вопросу о развитии методов социальной психологии* / Е. С. Кузьмин, В. Е. Семенов // *Тезисы научных сообщений советских психологов к XXII международному психологическому конгрессу.* – М., 1980. – С. 81–82; *Социальная психология: История. Теория. Эмпирические исследования* / [под ред. Е. С. Кузьмина, В. Е. Семенова]. – Л. : Изд-во Ленинград. ун-та, 1979. – С. 279–288.

69. *Семенов В. Е. Контент-анализ как метод изучения общения* / В. Е. Семенов // *Общение как предмет теоретических и прикладных исследований : тез. Всесоюз. симпозиума 29–30 марта 1973 г.* / [под ред. А. А. Бодылева]. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1973. – С. 145–146; *Семенов В. Е. Материалы журналистики, литературы и искусства как источник знаний о человеке* / В. Е. Семенов // *Теоретические и прикладные проблемы психологии познания людьми друг друга : тезисы докладов.* – Краснодар : Кубанский ун-т, 1975. – С. 312–313; *Семенов В. Е. Применение метода контент-анализа в социально-психологических исследованиях : автореф. дисс. ... канд. психол. наук: 19.00.05* / В. Е. Семенов. – Л., 1975. – 20 с.

70. *Лопатин Г. С. Опыт исследования социально-психологического портрета молодого современника (на материалах газеты «Комсомольская правда»)* / Г. С. Лопатин // *Материалы межреспубликанской научной конференции «Современные методы исследования средств массовой коммуникации», Таллинн, 29–30 сент. 1980* / [редкол. И. Триккель (отв. ред.) и др.]; секция массовой коммуникации Прибалтийского отделения ССА, Гостелерадио ЭССР. – Таллинн : Периодика, 1983. – С. 134–137.

71. *Балаясная Е. В. Изучение социально-психологических аспектов образа жизни методом контент-анализа* / Е. В. Балаясная // *Массовая коммуникация и развитие социалистического образа жизни : матер. конф., Тарту, 26–27 окт. 1985 г.* – Тарту : ТГУ, 1986. – С. 71–74; *Ефимова Н. В. Опыт сравнительного анализа моделей ОЖ в содержании массовой коммуникации и редакционной почте* / Н. В. Ефимова // *Массовая коммуникация и развитие социалистического образа жизни : материалы конференции, Тарту, 26–27 окт. 1985 г.* – Тарту : ТГУ, 1986. – С. 82–86.

72. *Ломов Б. Ф. Общение и социальная регуляция поведения индивида* / Б. Ф. Ломов // *Психологические аспекты социальной регуляции поведения ; [отв. ред. Е. В. Шорохова, М. И. Бобнева].* – М. : Наука, 1976. – С. 64–93.

73. *Пиаже Ж. Психология, междисциплинарные связи и система наук* // *Вопросы философии.* – 1966. – № 12. – С. 57–75.

74. *Argyle M., Kendon A. Experimental Analysis of Social Action* // *Advances in Experimental Social Psychology.* – N.Y. ; London, 1967. – V. 3. – P. 55–93.

75. *Обозов Н. Н. Межличностные отношения* / Н. Н. Обозов. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1979. – 151 с.



76. *Фоше К.* К психологии языка / К. Фоше, С. Московичи // Психолінгвістика за рубежом : сб. ст. / [отв. ред. А. А. Леонтьев, Л. В. Сахарный]. – М. : Наука, 1972. – С. 102–113.

77. *Howeller M., Vrolijk A.* Verbal communication length as an index of interpersonal attraction // *Acta Psychologica*. – 1970. – V. 34. – № 4.

78. *Яноушек Я.* Социально-психологические проблемы диалога между людьми / Я. Яноушек // Психолінгвістика за рубежом : сб. ст. / [отв. ред. А. А. Леонтьев, Л. В. Сахарный]. – М. : Наука, 1972. – С. 88–101.

79. *Gottschalk L. A., Gleser G. C.* The Measurement of Psychological States through Content Analysis of Verbal Behaviour. – Berkeley, 1969; *Saporta S., Sebeok T.* Linguistics and Content Analysis // I. de Sola Pool (ed.)

80. *Логинова Н. А.* Биографический метод и контент-анализ / Н. А. Логинова, В. Е. Семенов // Методологические и методические проблемы контент-анализа : тез. докл. раб. совещания социологов / АН СССР. Институт социологических исследований ; [отв. ред. А. Г. Здравомыслов]. – М. ; Л., 1973. – Вып. 2. – С. 104–106; *Рукавишников В. О.* Анализ содержания личных документов / В. О. Рукавишников // Методы сбора информации в социологических исследованиях. – Кн. 2. Организационно-методические проблемы опроса. Анализ документов. Наблюдение. Эксперимент ; [отв. ред. В. Г. Андреев, О. М. Маслова]. – М. : Наука, 1990. – С. 118–130.

81. *Батов В. И.* О частотном анализе альтернативных сообщений / В. И. Батов // Методологические и методические проблемы контент-анализа : тез. докл. раб. совещания социологов / АН СССР. Институт социологических исследований ; [отв. ред. А. Г. Здравомыслов]. – М. ; Л., 1973. – Вып. 2. – С. 111–115.

82. *Саблина Л. С.* Автобиография как метод изучения личности преступника / Л. С. Саблина // Психологическое исследование личности преступника: (Методы исследования) / Всесоюзный институт по изучению причин и разработке мер предупреждения преступности; А. Р. Ратинов. – М. : ВИИПРМПП, 1976. – С. 186–211.

83. *Allport G. W.* The use of the personal documents in psychological science // *Soc. Sci. Council. Bull.* – 1942.

84. *Касаткин В. Н.* Теория сновидений: (Некоторые закономерности возникновения и структуры) / В. Н. Касаткин ; [под ред. Д. А. Бирюкова]. – М. : Медицина, 1967. – 351 с.; *Hall C. S., Van de Castle R. L.* The content analysis of dreams. – N.Y., 1966.

85. *Методы* социальной психологии ; [под ред. Е. С. Кузьмина, В. Е. Семенова]. – Л. : Изд-во Ленинград. ун-та, 1977; *Семенов В. Е.* Метод изучения документов в социально-психологических исследованиях / В. Е. Семенов. – Л. : ЛГУ, 1983.

86. *Вершловский В.* Понятийный словарь как метод изучения доходчивости словесной пропаганды / В. Вершловский, Л. Лесохина, В. Кобзарь, Ю. Солонин // *Философские науки*. – 1967. – № 2. – С. 50–57.

87. *Владыкин В. А.* Контент-анализ и рецензирование научной литературы / В. А. Владыкин,

Ю. П. Воронов // Методологические и методические проблемы контент-анализа : тез. докл. раб. совещания социологов / АН СССР. Институт социологических исследований ; [отв. ред. А. Г. Здравомыслов]. – М. ; Л., 1973. – Вып. 2. – С. 71–76.

88. *Руус В.* Об одной методике анализа научных текстов / В. Руус // Методологические и методические проблемы контент-анализа : тез. докл. раб. совещания социологов / АН СССР. Институт социологических исследований ; [отв. ред. А. Г. Здравомыслов]. – М. ; Л., 1973. – Вып. 2. – С. 107–110.

89. *Максимов В. В.* Анализ системы научных отношений ученых по текстам их публикаций / В. В. Максимов // Социально-психологические проблемы науки : сб. ст. / [под ред. М. Г. Ярошевского]. – М. : Наука, 1973. – С. 211–225; *Максимов В. В.* Применение контент-анализа для исследования научных отношений / В. В. Максимов // Методологические и методические проблемы контент-анализа : тез. докл. раб. совещания социологов / АН СССР. Институт социологических исследований ; [отв. ред. А. Г. Здравомыслов]. – М. ; Л., 1973. – Вып. 2. – С. 84–87.

90. *Божков О. Б.* Возможности применения контент-анализа при изучении некоторых аспектов производственной деятельности / О. Б. Божков // Проблемы контент-анализа в социологии : матер. Сибирского социологического семинара / [отв. ред. А. Н. Алексеев]. – Новосибирск : СО АН СССР, 1970. – С. 99–102; *Клименюк В. Н.* Анализ темпов роста и структуры потока заявок на научные открытия / В. Н. Клименюк // Всесоюзное совещание по количественным методам в социологии : матер. секции количественных методов изучения развития науки. – М. : Научный Совет АН СССР по проблемам конкретных социальных исследований, 1967. – С. 79–90.

91. *Хвостова К. В.* Современные теоретические проблемы информационно-теоретического подхода в исторической науке // Новая и новейшая история. – 1987. – № 6. – С. 44–54; *Advances in Content Analysis* / Ed. К. Е. Rosengren. – Beverly Hills, 1981.

92. *Гафт Л. Г.* Анализ содержания документов и источниковедение / Л. Г. Гафт // Методологические и методические проблемы контент-анализа : тез. докл. раб. совещания социологов / АН СССР. Институт социологических исследований ; [отв. ред. А. Г. Здравомыслов]. – М. ; Л., 1973. – Вып. 2. – С. 116–119.

93. *Зверев В. М.* Из опыта наукометрических наблюдений в области исторической социологии в России (1860-е гг. – 1917 г.) / В. М. Зверев // Методологические и методические проблемы контент-анализа : тез. докл. раб. совещания социологов / АН СССР. Институт социологических исследований ; [отв. ред. А. Г. Здравомыслов]. – М. ; Л., 1973. – Вып. 2. – С. 122–124.

94. *Миронов Б. Н.* Статистическая обработка ответов на сенатскую анкету 1767 г. о причинах роста хлебных цен / Б. Н. Миронов // Математические методы в исторических исследованиях : сб. ст. / [отв. ред. И. Д. Ковальченко]. – М. : Наука, 1972. – С. 89–104.

95. *Федоров-Давыдов Г. А.* Статистические методы в археологии : учеб. пособ. для вузов по спец.



«История» / Г. А. Федоров-Давыдов. – М. : Высшая шк., 1987. – 216 с.

96. Громов Г. Г. Количественные методы исследования орнамента / Г. Г. Громов, В. И. Плющев // Математические методы в исторических исследованиях : сб. ст. / [отв. ред. И. Д. Ковальченко]. – М. : Наука, 1972. – С. 167–191.

97. Брагина Л. М. Опыт исследования философского трактата XV в. методом количественного анализа / Л. М. Брагина // Математические методы в исторических исследованиях : сб. ст. / [отв. ред. И. Д. Ковальченко]. – М. : Наука, 1972. – С. 125–140.

98. Гафт Л. Г. Система информации в статистике и виды статистических источников / Л. Г. Гафт, Е. Д. Игитхьян // Методы анализа документов в

социологических исследованиях : сб. ст. / АН СССР. ИСИ. ССА ; [науч.-ред. совет: В. Н. Иванов (предс.), В. Г. Андреенков, И. В. Бестужев-Лада и др.]. – М. : ИСИ АН СССР, 1985. – С. 137–154; Сусоколов А. А. Опыт использования данных государственной статистики в этнотатистических исследованиях / А. А. Сусоколов // Методы анализа документов в социологических исследованиях : сб. ст. / АН СССР. ИСИ. ССА ; [науч.-ред. совет: В. Н. Иванов (предс.), В. Г. Андреенков, И. В. Бестужев-Лада и др.]. – М. : ИСИ АН СССР, 1985. – С. 155–180.

99. Симкин Я. Р. Единство теории журналистики / Я. Р. Симкин // Методы исследования журналистики / [отв. ред. Я. Р. Симкин]. – Ростов н/Д. : Изд-во Ростов. ун-та, 1981. – С. 4–14.

Подано до редакції 17. 09. 2013 р.

Ivanov Valeriy. The history of use of content-analysis in different sciences in the XX century.

The article deals with the history of use of the method of content analysis in the twentieth century.

Keywords: mass communication, method, content analysis.

Иванов В. Ф. История использования контент-анализа в различных науках в XX ст.

Статья посвящена истории использования метода контент-анализа в XX ст.

Ключевые слова: массовая коммуникация, метод, контент-анализ.