

ANALIZA KVALITATIVNOG MATERIJALA

UDK: 303:316.77

DORWIN P. CARTWRIGHT

Osnovni je cilj svake analize sadržaja pretvoriti pojavu (simbolično ponašanje ljudi) u znanstvenu činjenicu (podatak). Autor navodi četiri karakteristike koje mora imati znanstvena činjenica: 1) objektivnost i reproduktibilnost, 2) prikladnost za mjerenje i kvantifikaciju, 3) značaj za sistematsku teoriju, bilo »čistu« ili »primjenjenu«, i 4) svojstvo da se može generalizirati.

U konstruiranju nacrtu istraživanja poželjno je slijediti šest faza, od kojih je svaka niz međuzavisnih odluka. Za svaku od tih faza potrebno je kontrolirati nacrt koji se razvija, s obzirom na formalne zahtjeve znanstvenih činjenica. Evo tih faza ili koraka: 1) specificiranje potrebnih podataka, 2) izrada plana tabeliranja, 3) izrada kostura nacrtu analize, 4) popunjavanje kategorija za svaku varijablu, 5) utvrditi proceduru za formiranje jedinica (enumeracije, registriranja, konteksta), i 6) isprobavanje nacrtu istraživanja i procedure istraživanja jedinica na primjerku materijala.

Uspješna upotreba dobro razvijenog nacrtu ovisi o izboru sposobnih kodera, njihovom treningu i nadzoru kodiranja. Iskustvo je pokazalo da, kada je tehnički dobro konstruirana, analiza sadržaja može biti od najveće koristi za istraživanje u društvenim znanostima. Uspješan istraživački projekat kombinirat će tehničku perfekciju s planom usmjerenim tako da daje odgovor na važne istraživačke probleme.

VAZNOST ZNANSTVENOG PRISTUPA SIMBOLIČKIM PRODUKTIMA

Analiza kvalitativnog materijala zanima socijalne psihologe iz dva osnovna razloga. Predmet socijalne psihologije sastoji se u velikoj mjeri od verbalnog i drugog simboličkog ponašanja kakovo nalazimo u društvu. Metode treba zasnovati tako da se tom ponašanju pristupa analitički. Ali socijalni psiholozi ne ograničavaju svoje djelovanje na puko promatranje i opisivanje simboličkog ponašanja iz »stvarnog života«. Oni također konstruiraju situacije smišljene tako da izazovu simbolično ponašanje u uvjetima veće kontrole. U određenom smislu, oni »kreiraju« simbolički materijal kako bi ga mogli analizirati u vezi s ciljevima postavljenim još u nacrtu ove izvedene situacije.

Kvalitativni materijal kao prirodna pojava

Kada bolje razmislimo, zaista je iznenađujuće kako se u socijalnoj psihologiji velik dio predmeta što ga izučava ova znanost odnosi na verbalno ponašanje. Formiranje i transmisija grupnih normi, vrijednosti, stavova i znanja postiže se velikim dijelom putem verbalne komunikacije. Obrazovanje u školama, kod kuće, na poslu i preko mass-media prijenosom informacija i prijenosom kontrole, dobrim dijelom odvija se putem pisane ili izgovorene riječi. Ako se netko bavi problemima društvene organizacije, situacija je slična. Nadgledanje, vođenje, koordinacija i vršenje utjecaja uglavnom su sadržaji verbalne interakcije. Društveni i politički konflikti, premda proizlaze iz različitih ekonomskih interesa i moći, ne mogu se u potpunosti razumjeti bez proučavanja riječi korištenih u interakciji konfliktnih grupa. U svijetu su rad, a i zabava u velikoj mjeri posredovani verbalnim i drugim simboličkim ponašanjem.

Sistematsko opisivanje ovih fenomena uključuje promatranje simboličkih produkata na jedan utvrđen način i njihovu klasifikaciju i kategorizaciju, te određivanje njihovih kvantitativnih rasprostranjenosti i međudnosa. Ukoliko se ovi postupci izvedu pravilno, mogu se na temelju njih izvoditi objektivni i općeniti iskazi.

Kvalitativni materijal stvoren tokom i za potrebe istraživanja

Mnoge od tehnika u socijalnoj psihologiji bave se verbalnim ili drugim simboličkim materijalom. Istraživački intervju je glavni primjer ove tehnike. Putem upitnika stimulira se verbalno ponašanje za koje se smatra da će izazvati indikatore određenih karakteristika pojedinca ili njegovih relacija s drugima. Takve su varijante intervjuja, na primjer, projektni testovi, stimulirane teme, biografije i sl.

U istraživanjima gdje je simbolički materijal specifično stimuliran, on bi trebao biti indikativan za nešto »iza« njega samoga. Određena izjava, na primjer, koju ispitanik da u intervjuu, ima značaj za istraživača jer može biti indikator prisutnosti nekog stava, vrijednosti, kognitivne strukture i sl. Kvalitativna analiza takvih izjava mora stoga biti pristupačna drugim znanstvenicima, koji će znati kako je iz pojedinačne kvalitativne pojave izveden specifični genotip ili hipotetski konstrukt.

Kategorizacija kvalitativnog materijala

Kada socijalni psiholog prikupi kvalitativni materijal, tj. društvene fenomene u prirodnim ili stimuliranim uvjetima, on će klasificirati sadržaj u odgovarajuće kategorije kako bi ga mogao metodično opisati. Ovaj proces klasifikacije po kategorijama obično se naziva »analizom sadržaja« ili »kodiranjem«. Prvi se termin češće koristi u vezi sa kvalitativnim materijalom zabilježenim u prirodnim uvjetima. Drugi se češće upotrebljava u analizi materijala dobivenog u stimuliranim uvjetima. »Kodiranje« se osobito koristi

i u vezi s postupkom gdje su odgovori na intervju kategorizirani. Ipak, ne postoji opće prihvaćena upotreba ovih termina koja bi ih izričito dijelila.

U odličnoj raspravi na temu analize sadržaja, koju je razvio u svom istraživanju, Berelson predlaže slijedeću definiciju: »Analiza sadržaja je istraživačka tehnika za objektivno, sistematsko i kvantitativno opisivanje manifestnog sadržaja komunikacije« (6, p. 18). Ovo je zadovoljavajuća definicija ako se interpretira slobodno. Komunikaciju treba shvatiti kao lingvističko istraživanje i odbaciti ograničenje na »manifestan« sadržaj. Ovim modifikacijama dobivamo adekvatno određenje svih vrsta analiza kvalitativnog materijala koji je od interesa za socijalnog psihologa. U slijedećem razmatranju predložimo korištenje termina »analiza sadržaja« i »kodiranje« u vezi sa objektivnim, sistematskim i kvantitativnim opisivanjem bilo kojeg simboličkog ponašanja.

Primjena analize sadržaja

Berelson je dao najpotpuniji pregled mnogostrukih primjera analize sadržaja i razvio sistem klasifikacije s nizom od 16 primjena analize sadržaja na verbalnom materijalu. Premda postoji nekoliko alternativnih načina klasifikacije, Berelsonova lista je u najvećoj mjeri zadovoljavajuća. Ovdje je donosimo sa svrhom da standardiziramo terminologiju. Za sveobuhvatniju bibliografiju u vezi s analizom sadržaja, čitalac se može obratiti na Berelsonovu knjigu.

Berelson je naznačio tri pristupa analizi simboličkog materijala. U prvom, istraživača zanimaju prije svega karakteristike samog sadržaja. U drugom, on iz prirode sadržaja nastoji izvesti valjane zaključke o karakteristikama onoga koji proizvodi sadržaj. U trećem, istraživač interpretira sadržaj sa svrhom da otkrije nešto o osobinama publike ili efektima sadržaja. Pojedinačna studija može, a ne mora, obuhvatiti više od jednog od ovih pristupa.

Karakteristike sadržaja. Kod prvog pristupa interes se usredotočuje ili na stvarnu prirodu ili na formu sadržaja. Berelson navodi šest primjena koje se uglavnom odnose na stvarne karakteristike simboličkog materijala. U prve dvije uspoređuju se materijali nastali u različito vrijeme. U slijedeće dvije uspoređuju se materijali iz različitih izvora. U petoj primjeni promatrani sadržaj komunikacije vrednuje se prema standardima prihvaćenim od strane ispitivača. I pod šestom primjenom Berelson ističe da se stvarne osobine simboličkog ponašanja često analiziraju ispitivanjem reakcija u kontroliranim uvjetima. Postupci su slijedeći:

Opisati trendove u sadržaju komunikacije. Mnogi se ispitivači odlučuju za ispitivanje promjena u sadržaju kroz određeni vremenski period. Želi li se utvrditi priroda tih promjena, treba upotrebiti komparativnu metodu uzrokovanja sveukupnog protoka komunikacije u sukcesivnim vremenskim točkama, i koristiti isti sistem klasifikacije. Tipičan primjer studije trendova je Jakobsonova i Lasswellova analiza prvomajskih slogana u Sovjetskom Savezu. Oni su otkrili da su se vremenom ti slogani mijenjali. »Opće revolucionarni« simboli ustupali su mjesto »nacionalnim«. Ojemann je proučavao

drugačiji tip sadržaja. On je pratio članke o razvoju djeteta koji su izlazili u **Ladies' Home Journal** i **Good Housekeeping** i uspio pokazati da su članci na početku stoljeća znatno rjeđe bili temeljeni na »znanstvenom autoritetu« nego što su to bili oko 1940. godine.

Drugačija studija trendova mjeri javno mnijenje pregledom uzoraka. Umjesto da se osloni na praćenje prirodnih fenomena, kako bi otkrio trendove, istraživač više puta primijenjuje ista pitanja na usporedivim (ponekad identičnim) uzorcima populacije da bi utvrdio promjene u mišljenjima. Cantrilova studija američkih stavova prema međunarodnim odnosima, neposredno prije i nakon događaja u Pearl Harbouru, te Cartwrightovo istraživanje stavova prema vladinom programu kontrole inflacije tokom II svjetskog rata, primjer su ove prve primjene.

Pratiti razvoj školstva. Ova primjena analize sadržaja u suštini je ista kao prethodna. Spominjemo je odvojeno jer se znatni dio istraživanja odnosi na otkrivanje trendova praćenjem školskih publikacija i znanstvenih žurnala. Dobra ilustracija ove vrste istraživanja je Allportova i Brunerova studija tema istraživanja u psihologiji u periodu od preko 50 godina.

Pokazati međunarodne razlike u sadržaju komunikacije. S rastućim interesom za probleme međunarodnih odnosa sve su češća istraživanja sistematskih razlika koje postoje među zemljama u sadržaju njihovih glavnih medija komunikacije.

Navest ćemo dvije studije koje uspoređuju Njemačku i SAD. Herbert Lewin izradio je komparativnu kategorizaciju literature Hitler Jugenda i Boys Scouts of America, i to prema njihovim ciljevima i razlozima. McGranakan i Wayne usporedili su glavne teme najpopularnijih drama u Njemačkoj i Americi 1927. i 1910. godine. U obadvije studije važne analogije su nađene u razlikama između dviju zemalja u ispitivanim terminima. Druge studije uspoređivanja zemalja rađene su prema medijima kao što je radio, novine, udžbenici, a nekoliko komparativnih istraživanja prevedeno je i u drugim zemljama. Očigledno postoje mnogi problemi u izradi takvih međunarodnih uspoređivanja, među kojima su uzorkovanje i prijevod. Ali ova vrsta istraživanja dala je neke vrlo korisne podatke sada dostupne za bolje razumijevanje razlika među zemljama.

Usporediti medije ili nivoe komunikacije. Studentima zainteresiranim za razumijevanje uloge mass-medija u formiranju javnog mnijenja, posebno je dobrodošla ova vrsta analize sadržaja. Lazarsfeld, Berelson i Gaudet istraživali su stranačku privrženost u vrijeme predsjedničke kampanje 1940. godine na radiju i u štampi (novinama i magazinima). Utvrdili su da sva tri medija favoriziraju republikance, s tim da je ta podrška jače izražena u magazinima. Millspangh je analizirao ulogu različitih baltimorskih novina u međurasnim odnosima, i to preko novinskim izvještaja o crncu, optuženom za ubojstvo, prije suđenja. Pronašao je oštre razlike između »bijelih« i »crnih« novina po zastupljenosti izjava označenih kao »dobronamjerne«, »zlonaamjerne« ili »neutralne« po optuženika.

Formulirati i primijeniti standarde komunikacije. Svrha je mnogih studija evaluacija društvenog doprinosa komunikacijskih medija. Takva evaluacija moguća je samo usporedbom stvarnih dostignuća i određenih standarda. Kritiziranje medija da su opterećeni predrasudama ili da šire bezvrijedan i površan sadržaj, da ga previše pojednostavljaju itd, traži barem implicitno standarde koji ukazuju kakvi bi ti mediji trebali biti. Ako takvi standardi mogu biti jasni i precizni, moguća je objektivno evaluacija medija putem analize sadržaja. Međutim, i kada je tehnički dio analize sadržaja kompetentno izveden, prihvatljivost evaluacije još uvijek će zavisiti od prihvatljivosti primijenjenih standarda. Većina ovakvih istraživanja temeljila se na široko prihvaćenim kulturnim standardima, kao što su »poštenje«, »objektivnost«, ili »uravnoteženost«. Sussmanova je pratila emitiranje vijesti na trideset radio stanica u vrijeme trajanja predsjedničke kampanje. Pokazala se njihova opterećenost predrasudama. Tako ona navodi da je »rad prikazan kao moralno loš pet puta češće nego kao moralno ispravan; s druge strane on je prikazan kao snažan jednako često kao i slab«. Drugi primjer evaluacije postignuća u odnosu na standarde proveo je Britanski Kraljevski komitet za štampu. Grupa istraživača sastavila je listu glavnih pokazatelja jednogodišnjeg rada Nacionalnog ministarstva za ugljen. Zatim su provjeravali izvještaje o njihovom radu u štampi i otkrili da je ono vrlo oskudno s obzirom na društveni značaj tih informacija.

Upute za tehničke operacije istraživanja. Pod ovim naslovom Berelson je grupirao dvije od najčešćih primjena analize sadržaja u suvremenom istraživanju društva: kodiranje intervjuja otvorenog tipa i analiza interakcija unutar grupe. Cjelovito razmatranje mnogostrukih primjena intervjuja nalazi se u prvom poglavlju. Problemi u vezi s drugom primjenom nalaze se razmotreni detaljnije u devetom poglavlju.

Slijedeće tri primjene analize sadržaja imaju zajedničko te da su usmjerene na formu kojom je sadržaj izražen (za razliku od njegove stvarne prirode). Prva od njih analizira propagandu. Druga je izvedena iz praktičnog interesa da se usavrši razumljivost pisane komunikacije. Trećom se služe oni zainteresirani za istraživanje literature.

Propagandne tehnike. Analiza sadržaja propagande često namjerava otkriti načine na koje propagandist utječe na javnost. Berelson ukazuje na dvije vrste propagandnih tehnika koje su istraživane: privlačnost motiva i »trgovački trikovi«. Englesku i njemačku propagandu u Prvom svjetskom ratu proučavao je Lasswell, a Whiteova analiza bavi se nekim vrijednostima prisutnim u govorima Hitlera i Roosevelta neposredno pred Drugi svjetski rat. Lasswell zaključuje da su Englezi znatno više isticali humanitarne ideale, a White među ostalim nalazi da 35% Hitlerovih naglašenih govornih partija zagovara vrijednost »snage«, za razliku od Rooseveltovih svega 15%.

Studija autora Leeja i Leeja ilustrira istraživanje drugog tipa propagandne tehnike. Na primjeru govora Oca Conghlina, Lee i Lee su nabrojali sedam »trgovačkih trikova«. Druge studije podrobnije su ispitivale korištenje emocionalnog sadržaja. Waples i Berelson izradili su indeks pojavljivanja emocionalnih pojmova u raznim medijima tokom predsjedničke kampanje

1940. godine i pronašli znatno više emocionalnih sadržaja u Rooseveltovim nego u Willkieovim materijalima.

Mjeriti »čitljivost« materijala komunikacije. Interes za mogućnost stupnjevanja materijala na bazi težine shvatljivosti, potekao je od potrebe da se napišu udžbenici prikladni dobi i mentalnim sposobnostima različitih grupa učenika. Različiti postupci razvijani su u tu svrhu. Najpopularniji, u zadnje vrijeme, je onaj kojeg je formulirao Flesh. On je izolirao dvije osnovne komponente shvatljivosti: lakoću čitanja, koja se mjeri brojem slogova na 100 riječi i prosječnom duljinom rečenica, i s druge strane, ljudski interes koji se mjeri postotkom »osobnih riječi« i »osobnih rečenica«. Primijećeni su problemi vezani uz pouzdanost ovakvih mjerenja. Jedan kritičar je pokazao da je po takvom mjerenju lakši za čitanje bio Kurt Koffka nego William James.

Otkriti stilistička obilježja. Stilističke karakteristike literature obimno su proučavane putem analize sadržaja. Tipični primjeri su Milesovo ispitivanje omjera glagola naspram imenica u poeziji od 16. st. naovamo, i studija koju je vodio Skinner o aliteraciji u Shakespeareovim sonetima i drugim ispitivanjima njegovog djela, sa svrhom da riješi probleme osporavanog autorstva i točne kronologije.

Izvori ili uzroci sadržaja. Drugi glavni pristup analizi sadržaja sastoji se u pokušaju da se sazna nešto o prirodi izvora ili, općenitije, uzroka simboličkog materijala iz karakteristika samog materijala. U nekim situacijama gdje istraživač ima pristup samo do materijala nastalog komuniciranjem, ali ne i do komunikatora direktno, ova metoda je prikladna. U drugim situacijama, gdje simboličko ponašanje može biti inducirani odgovor na standardizirane uvjete, karakteristike tog ponašanja često se uzimaju kao prihvatljiva indikacija karakteristike same osobe. Slijedeće četiri upotrebe analize sadržaja ilustriraju različite načine na koje znanost o društvu pokušava konstruirati sliku komunikatora iz njegovih simboličkih produkata.

Identificirati namjere i druge karakteristike komunikatora. U brojnim studijama, namjere i stavovi komunikatora obuhvaćeni su analizom sadržaja. Na žalost, većina njih nije imala testove validnosti zaključaka s obzirom na namjere. Primjer ovog tipa analize sadržaja je Brittova i Lowryjeva studija koja je ispitala način na koji je u radničkim novinama analiziran konflikt A.F.L. i C.I.O., sa svrhom da otkrije u kojoj mjeri je lokalno vodstvo slijedilo službene pozicije nacionalnog vodstva. Ova analiza je otkrila prevladavajuću poziciju neutralnosti od strane lokalne radničke štampe, što je autore navelo na pretpostavku izvjesne inercije lokalnih vođa. Druga studija u kojoj je valjanost gotovo nemoguća je Leitesova studija govora pripadnika sovjetske elite, održanih 1949. povodom proslave Staljinovog rođendana. Ovi su govori analizirani kako bi rasvijetlili stavove govornika prema Staljinu. Oštre razlike su se pokazale u stavovima između starih boljševika i drugih govornika.

Utvrđiti psihološko stanje pojedinaca i grupa. Ovdje je upotreba analize sadržaja bila možda od najveće vrijednosti istraživačima zainteresiranim za

proučavanje ličnosti. Klinički intervju, projektivni testovi, biografije, dnevni, pisma i drugi osobni dokumenti analizirani su u ovu svrhu. Allport je dao pregled raznih tehnika i predmeta ovog tipa istraživanja.

U jednom istraživanju Baldwin je bilježio učestalost kojom su određene teme bliske jedna drugoj, i to na temelju pisama iste osobe. Gomilanje određenih tema trebalo je otkriti glavne motive i namjere ispitanika.

Drugi tip analize sadržaja, zamišljen da otkrije nešto o emocionalnoj prilagodbi pacijenta pod terapijom, izveli su istraživači Dollard i Howrer. Oni su formulirali kvocijent »olakšanja« — broj koji se dobije kao razlika između broja svih neprijatnih riječi i broja riječi koje izražavaju kombinaciju neprijatnost plus olakšanje. Značajni zaključci izvedeni su praćenjem ovog kvocijenta tokom terapije i njegovom usporedbom kod različitih pacijenata. Drugačijeg je tipa studija zarobljene civilne pošte, o efektima koje je imalo američko bombardiranje Njemačke na njemačko stanovništvo. Pisma su bila kodirana na različite načine da bi mogla indicirati slab moral, loše zdravstveno stanje, zabrinutost i dr. Ove indikacije demoralizacije su statistički povezivane s drugim podacima, na primjer spolom pisca pisma, tonažom bombi bačenih na neko mjesto i sl. Iz tih odnosa izvedeni su i drugi zaključci. Dnevni napadi, na primjer, više su demoralizirali stanovništvo nego noćni, a različite su bile i reakcije u pojedinim sredinama.

U primjeru Stanfordove i Rosenstockove studije, analiza sadržaja upotrebljena je da otkrije važnije orijentacije prema upravljanju. Autori su razvili projektivni postupak u formi crtanih sličica, koje mogu biti prezentirane za vrijeme kratkog intervju na kućnim vratima. Utvrdili su da odgovori mogu biti pouzdano kodirani, a dobiveni se podaci mogu dobro uklopiti u skalul autoritarno-egalitarno.

Otkriti postojanje propagande (primarno u legalne svrhe). Tokom II svjetskog rata Ministarstvo pravde SAD, koristeći se tehnikama analize sadržaja koje je razvio Lasswell, uvelo je u sudski postupak vojnim pobunjenicima saznanje da postoje naglašene paralele između domaće (izvorne) fašističke propagande i nacističke propagande. Lasswell je materijal podvrgnuo nizu testova s pitanjima kao npr: Koliko je sličan sadržaj programa date radio stanice i stanice za propagandu? Da li se rječnik korišten za određene teme kod dviju stanica podudara? Da li se uporno izriču izjave na određene teme u smislu favoriziranja jedne strane?

Provesti političku i vojnu obaviještenost. U razdobljima međunarodnih kriza, kada su vojne i političke okolnosti otežane, poznavanje neprijatelja je neophodno. Tokom Drugog svjetskog rata i nakon njega, metode u tu svrhu razvijane su iz analize karakteristika službenog komunikacijskog materijala. Tokom rata obavještajna služba se bavila praćenjem stranih radio stanica. Premda je jako teško provjeriti validnost ovih metoda, George je primjetio da su istraživači, primjenjujući ih, davali uspješna predviđanja dvostruko češće od drugih. Daljnja evaluacija ove metode nije više moguća jer su istraživanja ovog područja, zbog vojne sigurnosti, nedostupna.

Publika ili efekti sadržaja. U trećem glavnom pristupu analizi sadržaja, materijal se uzima kao baza za zaključivanje o karakteristikama javnosti

kojoj je sadržaj namijenjen, ili o efektima komunikacije. Takvo je zaključivanje moguće pod određenim pretpostavkama (npr. da komunikacija odražava interes javnosti) o situaciji u kojoj je sadržaj nastao. Često ovakve pretpostavke imaju slabo empirijsko opravdanje, pa se takovi zaključci o osobinama javnosti izvode samo ako je direktno promatranje neizvedivo. Slijedeće tri primjene analize sadržaja ilustriraju taj treći pristup.

Odražavanje stavova, interesa i vrijednosti (kulturnih obrazaca) grupa populacije. U nekoliko studija o sadržaju mass-media polazi se od pretpostavke da materijal komuniciran kroz medije izražava ili odražava prevladavajuće mišljenje javnosti u tom trenutku. Hart je analizirao sadržaj popularnih magazina u SAD u periodu od 1900 do 1930-te. Iz toga izvodi dokaze o opadanju religioznosti i porastu tolerancije prema seksualnim slobodama u tom razdoblju. Osnovna baza tih zaključaka su promjene u količini pažnje pridavane određenim naslovima, te učestalosti indikatora o potvrdnim stavovima.

Wolfstein i Leites izveli su neke zaključke o suvremenoj američkoj kulturi preko analize filmova. Oni eksplicitno pretpostavljaju da su filmovi neka vrsta »sanjarenja« koje otkriva ponešto o emocionalnom životu filmske publike. Važniji aspekt ove studije je interpretacija odnosa među spolovima u Americi na temelju prisutnosti tipova »good girl« ili »bad girl« u američkim filmovima (a to nije tako karakteristično za filmove u drugim zemljama).

U svim istraživanjima ovog tipa teško je utvrditi zašto istraživači pretpostavljaju da sadržaj odražava karakteristike publike, a ne onoga koji proizvodi taj sadržaj. Stoga se pretpostavke najčešće odnose na obadviije strane podjednako, jer proizvođači na neki način oslušuju zahtjeve publike.

Otkriti fokus pažnje. Unekoliko se razlikuje pretpostavka ovog tipa analize sadržaja, a ta je, da postoji više ili manje srazmjerna korespondencija između sadržaja mass-media i kognitivnog sadržaja publike izložene mediju (prije svega zato, jer media proizvodi kognitivne sadržaje). Ako je neka tema istaknuta u medijima, pretpostavlja se da će ista tema biti istaknuta i u razmišljanjima populacije. Istraživanja su međutim pokazala da ova pretpostavka može u najboljem slučaju biti približna i da različiti ljudi, izloženi istom sadržaju i putem istog medija, mogu reagirati sasvim različito. Na primjer, Woodward je pokazao da postotak stranih vijesti u američkim jutarnjim novinama 1927. godine rijetko prelazi 10%, što navodi na to da su Amerikanci u to vrijeme bili slabo upoznati sa stranim zbivanjima.

Arnheim je vodio (danas već klasičnu) studiju o tome kakav svijet se dovodi u centar pažnje publike koja prati sapunske opere. Pokazao je da prevladavaju osobni problemi, u 49% sadržaja ženidbena tematika, a samo 26% sadržaja bilo je u vezi s nekim javnim problemima.

Opisati stavove i sadržaje kao odgovor na komunikaciju. Berelson naglašava tri načina kako se koristi analiza sadržaja za ispitivanje efekata komunikacije. Prvi se sastoji u analiziranju materijala nastalog kao odgovor na neku specifičnu komunikaciju. Lernerova studija o reakcijama u štampi na **Američkog vojnika** dobra je ilustracija ovog tipa analize. Druga vrsta pokušava pokazati empirijske relacije između sadržaja i reakcije na njega. Berelson je

pokazao da što je veća učestalost nekih političkih argumenata u medijima, to je više ljudi koji prepoznaju te argumente, ali znatno slabija relacija je nađena u odnosu na učestalost prihvaćanja tih argumenata. Merton je isto pokušao usporediti karakteristike sadržaja i reakcije ljudi u studiji o ratnim obveznicima u Drugom svjetskom ratu. Merton je primijetio između ostalog da je više od polovine propagandnog materijala isticalo pojam žrtvovanja. Intervjui provedeni među ljudima koji su bili izloženi propagandnom materijalu pokazali su da je tema žrtvovanja doživljavana sasvim osobno.

U trećem tipu analize direktni se zaključci izvode o efektima, bez oslonca na podatke o reagiranjima. Na taj način su Lasswell i Blumenstock analizirali propagandne teme što su ih imali u optičaju čikaški komunisti 1930-tih godina i zaključili da je njihova propaganda relativno nedjelotvorna, jer se kosila sa fundamentalnim vrijednostima građana kojima je bila upućena.

Iz ovog pregleda može se vidjeti da je analiza sadržaja dobila značajnu pažnju i prostor u različitim područjima istraživanja. Evaluacija teorijskog i praktičnog značaja ovih tehnika mora prethoditi njihovoj upotrebi u istraživanjima. Potencijali i nedostaci pokazivat će se i u budućnosti, a na temelju dosadašnjih iskustava možemo već postaviti neke standarde.

Sada ćemo se baviti detaljnijim ispitivanjima procesa koji kvalitativne materijale pretvara u znanstvene činjenice i istražiti neke principe koji rukuvođe ovom operacijom.

PRETVARANJE POJAVA U ZNANSTVENE ČINJENICE

Praćenje simboličkog materijala u prirodnim životnim situacijama, kao i onima stvorenim za istraživačke svrhe, pružaju istraživaču samo sirov materijal. Sam uvid u ove podatke može dovesti »osjetljivog« stručenjaka do određenih zaključaka koji mogu u nekom smislu biti »korektni«. Ali, u pravilu, i znanstveni i praktični progres zahtijevaju više od osjetljivosti (makar će ona i te kako dobro doći). Ako neku spoznaju ne možemo saopćiti drugima i objasniti je, ona će ostati svojinom tog nadarenog pojedinca. Određenija analiza sadržaja mora slijediti ove korake: 1) stvoriti objektivne činjenice prikladne za 2) mjerenje i kvantitativnu obradu, 3) dati važnost nekoj sistematskoj teoriji i 4) izvesti šire generacije nego što je sam materijal.

1) **Problem objektivnosti.** Četiri su aspekta ovog problema: **VARIJABLE KOJE ĆE SE KORISTITI U NACRTU ISTRAŽIVANJA (ANALIZE).** Ukoliko ne postoji dogovor među istraživačima o aspektima materijala koji treba opisati, teško se mogu usaglasiti i konačne deskripcije. Da bi naglasili koliko različitih atributa možemo naći u jednom materijalu osvrnut ćemo se na kratki izvadak iz intervjua koji je vođen sa jednim industrijskim radnikom za vrijeme II svjetskog rata:

»Želim da se uklone sve prepreke slobodnoj trgovini. Sirovine treba davati gdje god su potrebne. Zbog novca, sirovina i siromaštva došlo je dobrim dijelom do rata. Ovaj puta treba biti pošten prema Njemačkoj jer će opet biti rata. Rusi se bore za svoju viziju života kao i mi za svoju. En-

gleska se bori sa Sovjetskim Savezom da zaštite ljude od fašizma, da budu slobodni, a ne robovi. Churchill, Roosevelt i Staljin su veliki ljudi. Oni znaju što narod osjeća. Mi ne možemo više stajati odvojeni po strani. Sindikat me tome naučio«.

Evo liste nekih atributa koje nalazimo u tekstu: 1) broj riječi, 2) postotak osobnih glagola, 3) stav prema slobodnoj trgovini, 4) mišljenje o uzrocima rata, 5) stupanj povjerenja u saveznike, 6) stupanj povjerenja u vođe, 7) pozitivne osobine vođa, 8) stav prema izolacionizmu, 9) dokazi o prijašnjem izolacionalizmu, 10) izvori utjecaja na stavove, 11) izvedeni stavovi, 12) uključenost kognitivne strukture, 13) stupanj odobravanja ratnih namjera saveznika.

Očito je da i mnogi drugi atributi mogu biti izvedeni, ali isto tako i nesporazumi u tumačenju teksta. Zato objektivnost zahtijeva jasnu specifikaciju varijabli (koje nekad mogu biti nazvane »dimenzijama« ili »tipovima atributa«). Što je prvi korak u konstruiranju nacrtu analize (»koda«). Vratit ćemo se pitanju: Kako odabrati te varijable?

KATEGORIJA ZA SVAKU VARIJABLU. Pretpostavimo da smo odabrali jednu varijablu, npr. »povjerenje u saveznike«. Mnogi su načini na koje ovu varijablu možemo raščlaniti u kategorije. Možemo odlučiti da kodiramo sve intervjuje (ili drugu vrstu materijala), tako da svaki možemo svrstati u jednu (i samo jednu) od slijedećih kategorija: 1) visoko, 2) nisko, 3) neklasificirajuće.

Bilo bi isto tako moguće upotrijebiti sedam kategorija: 1) nekvalificirano povjerenje, 2) kvalificirano povjerenje, 3) povjerenje i nepovjerenje u uravnoteženom omjeru, 4) kvalificirano nepovjerenje, 5) nekvalificirano nepovjerenje, 6) pitanje koje nije postavljeno, 7) pitanje koje je postavljeno, ali se ne može svrstati ni u jednu od datih kategorija.

Ako bi usporedo i nezavisno radili analize prema ovim dvjema različitim kategorizacijama i opisi pojava bi se razlikovali. I mnogi drugi sistemi kategorizacije su mogući. Stoga je za svaku varijablu neophodna precizna specifikacija sistema kategoriziranja.

OPERACIONALNA DEFINICIJA ZA SVAKU KATEGORIJU. Ako pretpostavimo slučaj da se vrše dva nezavisna istraživanja varijable »povjerenje u saveznike«, upotrebom tročlane kategorizacije, čak i tada bi rezultati kodiranja mogli biti različiti. Da bi bili suglasni treba slijediti striktna pravila u kojima se specificira koja svojstva sadržaja treba uzeti kao indicaciju pripadanja jednoj od kategorija. Utvrđivanje tih pravila tvori operacionalnu definiciju kategorije. U izradi operacionalne definicije počinjemo određivanjem jedinica analize. Obično su to jedinica registriranja (recording unit) i jedinica konteksta (context unit). Prvu čini specifičan dio sadržaja koji je okarakteriziran svrstavanjem u datu kategoriju. Jedinica konteksta je »najširi predmet sadržaja koji možemo ispitati u karakteriziranju jedinice registriranja«. Istraživač može, na primjer, izvedeći kodiranje brojiti svaku emocionalno obojenu riječ kao »jedinicu registriranja«, ali u odnosu na cijeli paragraf, kako bi bio siguran da bilježi pravo značenje. Kod kodiranja

intervjua otvorenog tipa, odgovor na jedno pitanje često se uzima kao »jedinica registriranja«, a cijeli blok srodnih pitanja kao »jedinica konteksta«. Ovo je potrebno jer odgovor na neko pitanje može varirati prema prethodnim pitanjima ili onima što dolaze poslije.

Drugi aspekt operacionalne definicije kategorije sastoji se u specifikaciji indikatora koji određuju da li se svaka jedinica uklapa u kategoriju. U gornjem primjeru za kategoriju »visoko povjerenje u saveznike« možemo uzeti kao indikator izjavu: »Engleska se bori s Rusijom da zaštiti ljude od fašizma«. Ako bismo kodirali veliki broj intervjua naišli bismo i na druge izjave koje se mogu svrstati u datu kategoriju. Zato se kategorija sastoji od niza mogućih indikatora kojima pridajemo istu oznaku i dalje s njom manipuliramo. Da je moguće navesti sve varijacije koje indiciraju datu kategoriju, takva lista pružala bi potpunu operacionálnu definiciju kategorije. Na žalost, većina kategorija kojima se služe istraživači ne može se u praksi definirati iscrpnom i definitivnom listom indikatora. Umjesto pokušaja da se napravi potpuna lista, istraživaču će biti korisnije da se osloni na izvještbanost i osposobljenost koderu koji će sistematski preponzavati indikatore. Da bi to mogao, koder treba princip za dati sklop ekvivalentnih indikatora. Često je taj princip moguće formulirati preko »jezgre značenja« ili »idealnih tipova« date kategorije, određivanjem njegovih granica preko primjera indikatora koji će doći sa svake granične linije.

ADAPTACIJA NACRTA ISTRAŽIVANJA EMPIRIJSKOM SADRŽAJU. Kodiranje će biti uspješno samo ako je sistem klasifikacije prilagođen materijalu koji treba kodirati.

Lazarsfeld i Barton su predložili da se prilikom konstruiranja nacrtu za intervju otvorenog tipa mogu koristiti dvije adaptacije empirijskog materijala. Prvu od njih nazivaju »adaptacija strukturi situacije«. Kod analize razloga određenog ponašanja poželjno je »izgraditi konkretnu sliku« ili model situacije koja je u vezi s ispitivanjem i onda locirati svaku izjavu unutar te »strukturalne sheme«. Na primjer, u analizi razloga zbog kojih se žene odlučuju za neku kozmetiku, varijable bi se odnosile na izvore informacija, izvore savjeta, motiva upotrebe kozmetike, kvalitetu, cijene itd.

Drugi tip adaptacije empirijskog materijala je »adaptacija ispitanikovom referentnom okviru«.

Taj je oblik adaptacije posebno prisutan kada se pokušava primijeniti shema klasifikacije koja je složenija i sofisticiranija nego ispitanikova svijest. Cartwright je u studiji o kontroli inflacije u ratnim uvjetima došao do zaključka da se kategorizacije kojima se služe ekonomisti ne mogu upotrijebiti pri kodiranju popularnih opisa financija.

Ovaj zahtjev za adaptacijom nacrtu analize prema referentnom okviru ispitanika ima jednu često previdenu posljedicu. Uzmimo u obzir dvije tehnike intervjua — intervju otvorenog tipa i intervju fiksiranih alternativnih odgovora. Kod zatvorenih pitanja, ako shema ne odgovara ispitanikovom referentnom okviru, jedina alternativa za ispitanika je da odbije odgovoriti, ili da se opredijeli za onu kategoriju koja nije precizna. Cratchfield i Gordon dali su uvjerljivu dokumentaciju ove opasosti tako da su intervjuirali s oba

tipa intervju, koji su slijedili neposredno jedan iza drugoga i sa pitanjima posebno formuliranim da otkriju ispitanikov referentni okvir.

Poteškoće u formuliranju apriorne sheme koja će odgovarati verbalnom materijalu, ponekad navode istraživača da odustane od izrade nacrtu prije studije sadržaja materijala. Rezultati, međutim, imaju tendenciju da budu konstrukcija nacrtu koja reflektira samo površne ili fenotipske sličnosti i razlike među elementima sadržaja. Iskustvo preporuča kao bolju proceduru onu koja počinje nacrtom a onda taj nacrt prilagođava sadržaju koji istražuje. Na taj način moguće je sistematski ispitati modifikacije apriorne sheme koje su potrebne. Ako su ove modifikacije znatne, može se zaključiti ili da prvobitni nacrt nije odgovarajuće koncipiran, ili da materijal izabran za analizu nije prikladan.

Neki su istraživači konstruirali standardne ili »all purpose« sheme kategorija za upotrebu u raznim istraživanjima. Neke su ekstremno »fenotipske«, sastavljene od takvih kategorija kao »pozitivan« i »negativan« efekt. Druge su više ili manje razvijenije. Takva je Balesova standardna shema kategorija za analizu interakcije u diskursionim grupama i Whiteova za opisivanje vriednosti u verbalnom materijalu. Ovakve sheme inače se rijetko koriste, jer da bi bile zadovoljavajuće moraju odgovarati i općem konceptu i specifičnom sadržaju svakog novog istraživanja.

PROBLEM KVANTIFIKACIJE. Jedan od glavnih razloga za eksplicitnost i objektivnost sheme je taj što je na taj način omogućena kvantifikacija i mjerenje (uz prethodnu dopunsku obradu). Nakon što je materijal podvrgnut shemi analize kroz navedena četiri postupka, moguće je odrediti frekvencije, postaviti kvantitativne relacije i koristiti druge operacije mjerenja. Mi ćemo se ograničiti na neke od najčešćih problema i upotreba analize sadržaja.

Jedinica nabiranja (enumeracije). Kvantitativna obrada simboličkog materijala zahtijeva da se točno odredi jedinica s obzirom na tip kvantifikacije. To ćemo nazvati **jedinicom enumeracije**. U ranijem izlaganju susreli smo se s »jedinicom registriranja«, kao segmentom sadržaja koji biva definiran kada istraživač kodira sadržaj. Važno je napomenuti da ove dvije vrste jedinica nisu iste. Ponekad, kao na primjer kada se samo računa broj jedinica registriranja koje dobivaju određenu kategorizaciju, jedinica registriranja identična je jedinici enumeracije. Takav je slučaj analize jednog govora državnog službenika, gdje se broj spominjanja izraza »američka vojna snaga« uzima kao dokaz određene vanjske politike. U tom slučaju »argument« je i jedinica registriranja i enumeracije. Uzmimo sada slučaj kada te dvije jedinice nisu identične. Može se na primjer analizirati štampa i odrediti njen sadržaj kao povoljan ili nepovoljan s obzirom na datu temu, a onda izračunati broj cm^2 članka. U tom slučaju cm^2 stupca bi bila jedinica enumeracije, dok je članak jedinica registriranja. Različite rezultate možemo dobiti ako koristimo različite jedinice. Tako na primjer možemo uzeti rečenicu kao jedinicu registriranja kako bismo mogli izbrojati broj povoljnih i nepovoljnih rečenica u članku. Onda možemo utvrditi da je nešto više od polovice svakog članka povoljno, i zaključiti da se u 55% rečenica o nečem povoljno govori. Ali ako uzmemo cijeli članak kao jedinicu registriranja, a cm^2 stupca kao jedinicu

enumeracije, možemo zaključiti da je 100% cm² stupca u članku povoljno. Izbor jedinica određujemo prema namjerama cijele analize. U analizi intervjua otvorenog tipa uobičajeno je uzeti svakog ispitanika kao jedinicu enumeracije. Na taj način kvantitativni podatak dobijemo prema broju ispitanika. Neke studije intervjua koriste jedinicu registracije kao jedinicu enumeracije i rezultat je konfuzan. Uzmimo primjer u kojem je svakom ispitaniku data mogućnost da daje nekoliko odgovora na pitanje kojem političkom kandidatu daje prednost. Istraživač uzima svaki razlog kao jedinicu registriranja, a onda kao jedinicu enumeracije. Rezultati se dobiju kao ukupan broj učestalosti određenog razloga u svim intervjuima, bez obzira na broj ispitanika. Pretpostavimo da je broj razloga jednak broju ispitanika. Iz takvih rezultata malo se može zaključiti, jer bi oni bili isti i u slučaju da svaki ispitanik da jedan razlog i da svaki peti daje pet razloga. Ova praksa uzimanja jednog segmenta sadržaja, a ne svakog ispitanika, kao jedinice enumeracije, ponekad se opravdava time da se htjelo mjeriti »klimu mišljenja«, a ne mišljenje pojedinca.

Sistem kategorizacije. Kvantifikacija i mjerenje ne ovise samo od jedinice enumeracije već i od nekih sistematskih relacija između kategorija. Ako sadržaj koristimo kao pomoć mjerenju i treba upotrijebiti određenu kvantitativnu obradu, kategorije svake varijable trebaju biti u međusobnim relacijama opet na određen način. Lazarsfeld i Barton dali su klasifikaciju tipova sistema kategorizacije koji su mogući u kodiranju kvalitativnog materijala. To su: 1) dihotomije, 2) serijali, 3) varijable.

Sistem klasifikacije po dihotomijama traži procjenu prisutnosti ili odsutnosti atributa koji tražimo. Primjer te sheme je nabranje razloga ili brojanje neke riječi, fraze, teme ili vrijednosti.

Ovdje koder pregledava svaku jedinicu registriranja i bilježi prisutnost ili odsutnost atributa. Pouzdano kodiranje ove vrste traži i eksplicitnu procjenu. Česte su greške kad se u žurbi previdi indikator, što smanjuje pouzdanost kodiranja.

Kod analize više vrsta sadržaja poželjno je kategorizirati jedinice drugačije nego samo kao prisutne-odsutne. Na primjer, hoćemo utvrditi stupanj intenziteta nekog stava ili izjave kao visok, srednji ili nizak. Takav sistem kategorija nazivamo serijalom (na primjer, skala od 5 kategorija: vrlo zadovoljan, zadovoljan, neutralan ili ambivalentan, nezadovoljan i vrlo nezadovoljan: ili četverokategorijalna skala o frekvenciji ponašanja: uvijek, često, ponekad, nikad). Gutmann je razvio i takve skale koje nisu graduirane. Ako sistem kategorija ne samo da utvrđuje redoslijed serijala već i jednake intervale i apsolutnu nulu, tada on ispunjava sve zahtjeve varijable [ovdje se termin varijabla ne koristi kao atribut opisan datim nizom kategorija. U užem smislu termin se odnosi samo na one tipove koji su kategorizirani posebno prilagođenom sistemu kategorija].

Samo nekoliko shema kodiranja u analizi sadržaja zadovoljavaju zahtjeve prave varijable. Najčešće su one vremenskog karaktera (dob ispitanika ili, na primjer, dužina slušanja radio programa), zatim monetarne varijable (cijene, prihod, ušteđevina), ili jedinice fizičke duljine (udaljenost od mjesta stano-

vanja do knjižnice, ili duljina cm stupca u članku). Vidimo da tu nema psiholoških varijabli i da se proces kodiranja svodi u najvećoj mjeri na tabeliranje odgovora. Kad bi bilo moguće koristiti prave varijable u analizi psihološkog materijala, mnoge matematičke operacije, inače neupotrebljive, mogle bi se primijeniti na materijalu (npr. različite stupnjeve skale tretirati kao omjere).

Kod kvantitativne kategorizacije podataka osnovna operacija je brojenje, bilo u dihotomiji, serijalu ili varijabli. Nakon kategoriziranja materijala obično se tabeliraju frekvencije dobivene za svaku kategoriju. Kod dihotomije to se obično izražava u postocima. Kod serijala ili varijable, frekvencije su obično izražene kroz centralnu tendenciju ili disperziju.

Glavni razlozi za utvrđivanje kvantitativnih odnosa. U osnovi istraživač želi kvantificirati materijal kako bi mogao vršiti usporedbe i istražiti relacije na precizan način. Evo nekih razloga. Postoje dvije vrste pitanja koja se najčešće nameću: 1) Kako se simbolički materijal mijenja kroz jedan vremenski period, i 2) Zašto se materijali iz različitih izvora razlikuju. U istraživanju određenih kretanja kroz jedan vremenski period i uspoređivanju različitih vrsta materijala, bitno je da se isti sistem kategorija, iste operacionalne definicije kategorija i iste jedinice registriranja i enumeracije koriste u kvantificiranju materijala koji se uspoređuje. Tom zahtjevu često je teško udovoljiti kad su materijali bitno različitog sadržaja. Ako se referentni okvir onoga tko proizvodi sadržaj mijenja tokom vremena, ili ako različiti izvori sadržaja koriste različite referentne okvire, istraživač će se odlučiti na promjenu tj. prilagodbu sistema kategorija. Ako tako postupi onda ne može više vršiti precizne kvantitativne operacije. Ovaj problem posebno je akutan u usporedbama kretanja kroz duže vrijeme i usporedbama među bitno drugačijim kulturama.

Kada je moguće uspostaviti u kvantitativnom smislu norme ili idealna stanja, tada je ponekad moguće i kvantitativno mjeriti odstupanje od tih normi. U tom slučaju istraživanje mora biti takvo da su norme i kodirani materijal istraženi u ekvivalentnim jedinicama. Istraživanje Berelsona i Saltera uzima za normu proporciju ukupne američke populacije predstavljene kroz različite minorne grupe, a onda izračunava slične proporcije za pojavu raznih minornih grupa u zamišljenoj populaciji. U ovom slučaju diskrepancije se mogu kvantitativno izraziti.

U nekim istraživanjima ovog tipa norme su izražene u obliku idealnog obrasca ili kodiranih stavki. Tako u intervjuu indeks »informiranosti o stranim događajima« može biti određen kao postotak tačnih odgovora na neko pitanje.

Idealno stanje ovdje je 100%. Podgrupe populacije tada se mogu usporediti prema prosječnom odstupanju od tog ideala. Sličan su pristup sa koeficijentom neravnoteže (odstupanja) razvili Janis i Fadner. Ovaj koeficijent rezultira u vrijednosti nule ako je broj povoljnih odgovora jednak broju nepovoljnih. Nadalje, kvantitativno mjerenje odstupanja od te ravnoteže dato je putem koeficijenta. Ako je uravnoteženost predstavljena kao ideal (a to je često kod mass-media u slučaju kontroverznih subjekata), ovaj koeficijent treba biti mjera u kojoj se izvor sadržaja konformira idealu.

Krajnji je cilj svakog istraživanja otkrivanje uzročnih odnosa. Fundamentalni problemi u izradi i upotrebi bilo koje istraživačke metode direktno ili indirektno teže tom cilju. Uzet ćemo u obzir samo neke od posebnih problema uključenih u upotrebu analize sadržaja za utvrđivanje uzročnosti.

Zajednička promjena dva atributa često navodi na pretpostavku o uzročnom odnosu među njima. Kada simbolički materijal kvantitativno analiziramo, možemo ga na ovaj način dalje istraživati. U ovom slučaju dvije varijable ne moraju nužno biti izražene u istim jedinicama. Ako uzmemo, na primjer, da smanjivanje dohotka smanjuje i osobni životni optimizam, ne moramo te dvije stvari mjeriti u sličnim jedinicama.

Iz mnogih razloga kauzalna analiza se radi tako da tražimo kovarijaciju atributa unutar istog sklopa sadržaja.

Doticanje određenih tema u pisanom materijalu smatra Baldwin dokazom funkcionalne međuzavisnosti. Ova se metoda često koristi kod analize intervjua u probnim ogledima. Postoji neobjavljena studija rađena tokom II svjetskog rata u kojoj se pokazala značajnom korelacija između pojmova koji izražavaju internacionalizam, i onih koji ukazuju na egalitarnu ideologiju. Ova spoznaja uzeta je kao potvrda (ali ne i dokaz) za hipotezu da na osnovnu ideologiju utječu posebni stavovi.

Nekad je moguće potvrditi kovarijaciju između kodiranog sadržaja i neke vanjske varijable. U pregledima intervjua ovaj je pristup čest ako pretpostavimo da takvi faktori kao starost, spol, bračno stanje, prihod i sl, reflektiraju »vanjske« varijable. Index političkih predispozicija kojeg su izveli Lazarsfeld, Berelson i Gaudet iz podataka o vjerskom, socioekonomskom i rezidencijalnom statusu, primjer je navedenog pristupa. Autori su pokazali da se izvjesne kombinacije ovih triju karakteristika ispitanika pokazuju kao značajne za formiranje stavova prema političkim kandidatima. Gotovo sva istraživanja stavova i vrijednosti koriste ovo sredstvo za analizu na ovaj ili onaj način.

Drugačiji je pristup otkrivanja uzročnosti slijedeći. Pokazna pretpostavka je ovdje da istraživač može ponekad raspoznati uzročnost direktno iz prirode sadržaja. U intervjuiima od ispitanika se često traži da navedu razloge za svoje stavove ili ponašanje. Kodiranjem tih razloga može se otkriti nešto o prirodi uzročnosti. Premda je točno da ljudi nemaju uvijek uvid u determinante svog ponašanja, ovaj važan izvor informacija ne treba ignorirati.

U idealnom pristupu utvrđivanja kauzalnosti primijenit će se više tehnika. Često je moguće u jednoj studiji kombinirati prethodna dva navedena pristupa. Na primjer, istražujući program ratnih obveznica u SAD tokom II svjetskog rata Cartwright je tražio od ispitanika da kažu zašto su kupili obveznice u toku određenog promicanja (kampanje). Neki su naveli da su kupili obveznice jer su bili osobno nagovarani. Analiza intervjua pokazala je da su češći kupci bili oni koji su izjavili da su bili nagovarani i poticani. S druge strane, autor je ispitao odnos između prodaje obveznica i izjava o tome što se događalo s ispitanicima tokom promicanja. Podudarnost dviju činjenica učvršćuje uvjerenje u točnost zaključka da su osobno nagovarane i kupovine obveznica uzročno povezane.

Pod najpovoljnijim okolnostima kauzalnost ćemo utvrđivati uvođenjem i mejrenjem nezavisnih varijabli. Studija o demoralizaciji zbog bombardiranja prikazuje takav pristup. Ovdje su kvantitativne indikacije demoraliziranosti u pismima uspoređivane sa intenzitetom bombardiranja (izraženim u bačenoj tonaži) na datom području. Nezavisnu varijablu, kao što vidimo, ne mora uvesti istraživač.

PROBLEM ZNAČAJNOSTI. Jedna od najčešćih kritika istraživanja putem analize sadržaja je da »otkrića« nemaju značaja ni za teoriju ni za praksu. Analiza sadržaja može zadovoljiti sve zahtjeve za objektivnošću i ispravnom kvantifikacijom bez da doprinese teoriji ili praksi. Česta je i greška da se »znanstveno« izjednači s »pouzdanim i kvantitativnim«. Ukoliko nalazi analize sadržaja nemaju teoretske implikacije, istraživač će privući pažnju samo ako uvjerljivo tvrdi da će vrijednost nalaza postati očigledna.

Zbog ovih razloga značajna analiza sadržaja počinje nekim sistematskim problemom, čiju će soluciju omogućiti specifična priroda činjenica koje rezultiraju iz analize. Problem može proizići iz želje za proširenjem teorije ili konceptualnog modela na novo područje nekog fenomena, ili iz namjere da predviđa ili kontrolira događaje iz neke praktične potrebe. U oba slučaja istraživač mora imati apriornu koncepciju varijabli relevantnih za problem. Svrha analize sadržaja je da indicira slijedeće: prisutnost ili odsutnost tih varijabli u »stvarnom svijetu«, nešto o relativnoj magnitudi varijabli i nešto o odnosima među varijablama. U konstruiranju nacrtu analize potrebno je u njega ugraditi varijable u kojima se ogleđaju varijable istraživačeve apriorne koncepcije. Zato vrijednost analize sadržaja ovisi i o kvaliteti apriorne koncepcije. Zavisiti će također i o adekvatnosti kojom se ta konceptualizacija prevodi u varijable nacrtu. Konačno, zavisiti će i o podacima za analizu, njihovoj prikladnosti uzetim varijablama.

Još jedna od pretpostavki značajnosti analize sadržaja je zahtjev da varijable nacrtu analize moraju dati genotipsku, a ne fenotipsku deskripciju materijala. Ako sadržaj klasificiramo jednostavno prema površnim sličnostima i razlikama, slabo ćemo doprinijeti i teoriji i praksi.

Inzistiranje na genotipskim deskripcijama ne znači, međutim, da onaj koji kodira mora uvijek smjestiti sadržaj u genotipske kategorije. Ako je varijabla formulirana da izražava npr. stavove prema crncima, odgovori se ne moraju nužno svrstavati u skalu »vrlo povoljno — vrlo nepovoljno«. Možeće je uzeti stavove kao varijable i još uvijek kategorizirati odgovore više fenotipski (možda praćenjem prisutnosti ili odsutnosti stereotipa o crncima). Ako koristimo ovu drugu proceduru moramo imati eksplicitnu proceduru za svrstavanje tih fenotipskih indikatora prema skali stavova. Koja će od ove dvije procedure dati pouzdaniju i valjaniju klasifikaciju ovisit će većinom o vještini i sposobnosti koodera. Obično je lakše postići veći stupanj pouzdanosti s više fenotipskim kategorijama. Prednost je i u mogućnosti da jasno navedemo indikatore korištene u procjeni stavova. Ako je, međutim, sadržaj kompleksan i osjetljiv, pokazalo se ekonomičnim koristiti vrlo sofisticirane kodere koji će znati interpretirati genotipski značaj materijala.

Problemi generacije. U pravilu istraživač sadržaja ne ograničava svoje zaključke ili rezultate samo na neposredno analiziran sadržaj, već ih nastoji proširiti kako bi došlo do neke općenitije činjenice ili zakonitosti. Generalizacije izvedene iz ograničenog sklopa podataka nisu legitimne ako ne udovoljavaju nekim uvjetima i proceduralnim pravilima.

U razmatranju problema generalizacije prikladno je razgraničiti dva različita tipa zaključivanja koja se mogu javiti. Prvi tip se oslanja na pretpostavku da je analizirani materijal reprezentativni uzorak šireg (aktualnog ili potencijalnog) materijala. Drugi se tip oslanja na pretpostavku da su relacije »otkrivene« među određenim uvjetima i određenim posljedicama, istinite i univerzalne. Kod ovog tipa generalizacije smatra se da kad god i gdje god su posebni uvjeti prisutni i specifične posljedice bit će prisutne.

Reprezentativnost uzorka.

Reprezentativnost se sastoji od 4 elementa:

- 1) specifikacija cjeline na koju će se generalizacija odnositi,
- 2) garancija da svaka jedinica cjeline ima vjerojatnost uklapanja u uzorak,
- 3) procedura uzorkovanja koja je nezavisna od korelacija među jedinicama cjeline,
- 4) dovoljno velik uzorak da eliminira greške u izboru koji mora biti slučajan.

Teorija i praksa uzorkovanja razvila se zadnjih godina, no mi ćemo se ograničiti na neke posebne probleme.

Uzmimo prvo problem specificiranja cjeline simboličkog materijala na koji će se generalizacije odnositi. Cjelina ovisi o ciljevima istraživanja. Ako je npr. cilj usporediti uređivački sadržaj nekih novina s određenim standardima, cjelinu će činiti sav sadržaj koji se javlja u svim izdanjima tih novina u određenom periodu vremena. U ovom slučaju uzorak će garantirati reprezentativnost. Ako je međutim, cilj istraživanja usporediti nacionalne kulture preko analize štampe, tada će cjelinu činiti svi članci svih listova koji izlaze u promatranom periodu. Problem uzorkovanja tu se javlja u odabiru reprezentativnog primjerka novina, kao i u reprezentativnosti materijala uzetog iz tih pojedinačnih novina ili magazina. Da li svim temama i svim primjercima štampe dati jednaku važnost s obzirom na broj čitalaca, na primjer, ili s obzirom na zastupljenost i mjesto neke teme u određenom časopisu? Proceduru određivanja cjeline treba izvesti prema konceptualnoj shemi po kojoj se istraživač rukovodi (uključujući u ovom slučaju i konceptualnu definiciju »kulture«). Ako želi opravdati generalizacije, istraživač mora navesti princip kojim se rukovodio u određivanju cjeline i mora tu cjelinu precizno definirati.

Nakon što je definirana cjelina, treba primijeniti neke procedure za formiranje uzorka. Svaka jedinica cjeline mora imati potvrđenu vjerojatnost ulaska u uzorak, a izbor jedinica nezavisan od bilo kakvih korelacija između

jedinica cjeline. Ovi zahtjevi odnose se kako na izbor izvora (ako cjelina sadrži više od jednog izvora) tako i na selekciju sadržaja iz pojedinog izvora.

Ukazat ćemo na neke opasnosti koje se javljaju zbog korelacije među jedinicama cjeline.

Pretpostavimo da smo za izvor odabrali jedne novine i da namjeravamo napraviti uzorak njenih sadržaja. Neke procedure dat će krive uzorke premda smo garantirali jednaku vjerojatnost svakom izdanju da uđe u uzorak. Recimo da uzimamo svako sedmo izdanje u uzorak i da slučajno počinjemo nedjeljnim izdanjem.

Na sadržaju odabranog izvora možemo naći mnoge fluktuacije. Mintz je opisao tri glavna tipa i istražio neke od problema uzorkovanja u vezi sa svakim od njih. Prvi od njih naziva »primarnim trendovima«. Obrada novina pokazat će u nekim naslovima postupno gomilanje kroz izvjestan period. Ako procedura uzorkovanja počne neproporcionalno od početnih ili završnih faza ovih trendova, prostor dat tim naslovima bit će zastupljen ili previše ili premalo. (Trendovi naravno nisu uvijek linearni). Drugi tip uobičajene fluktuacije je »ciklički trend«. Neki naslovi (teme) zastupljeni su tjednim ili dnevnim (radio) ritmom. Ako su ove teme previše ili premalo zastupljene (neravnomjerno) u uzorku, javit će se i greške u definiranju cjeline. Treći tip fluktuacije je kada postoje kompenzatorni odnosi među susjednim jedinicama. Nekoj temi koja ide u nastavoima može se jedan dan dati puno prostora, a drugi dan znatno manje. Ako se određuju naizmjenični primjerci javit će se greška. Sve ove greške možemo minimalizirati ako se držimo slijedećih procedura u kojima je izbor svake jedinice uzorka nezavisan od druge jedinice. Kad god postoji razlog da su neke skupine jedinica više homogene nego cjelina, ove skupine možemo preraditi (izborom slučaja izdvojiti nove).

Utvrđivanje univerzalnih propozicija o relacijama između uzroka i posljedica. Idealni cilj socijalnog psihologa je da izvede univerzalne istinite tvrdnje o odnosima među varijablama. Premda je radni nivo te aspiracije obično skromniji, tom idealu treba težiti. Problemi vezani za naučne zakone općenite su prirode i odnose se na izradu koncepta, formuliranje hipoteze, nacrt istraživanja itd, i ne mogu ovdje biti potpuno izloženi.

Ilustrirat ćemo dva tipa generalizacije na posebnim primjerima. Lazarsfeld, Berelson i Gaudet istraživali su ponašanje birača u općini Erie u Saveznoj državi Ohio 1940. godine i došli do zaključka da neki faktori (vjera, socio-ekonomski status i rezidencijalni status) predisponiraju glasačke stavove. Nalaz se bazirao na uzorku intervjua. Generalizacija na sve stanovnike općine oslanjala se na garanciji reprezentativnosti uzorka. Ali, generalizacija se ne može proširiti na sve općine u SAD, jer nisu obuhvaćene uzorkom. I generalizacije u vezi s prošlim ili budućim glasanjem nepouzdanе su, jer nismo sigurni da se predispozicije glasača ne mijenjaju tokom vremena. U ovom istraživanju došlo se do još jedne generalizacije. Ljudi koji istovremeno imaju konfliktne predispozicijske faktore (npr. protestant s niskim prihodom) pokazuju u intervjuima simptome tog konflikta kao smetnju u formiranju političkih odluka. Oni su se duže odlučivali za odgovore i pokazivali više kolebanja. Ova se generalizacija isto ne može proširiti.

KONSTRUKCIJE NACRTA ANALIZE (ISTRAŽIVANJA)

U prethodnoj diskusiji izložili smo glavne sistematske principe pretvaranja pojava u znanstvene činjenice. U izvođenju istraživanja to, međutim, nije dovoljno. Uspjeh projekta zavisit će od stupnja u kojem su ti principi zastupljeni kao aktualne procedure. Pozabavimo se zato konkretnim procedurama i njihovim detaljnijim objašnjenjima. Konstruiranje nacrt istraživanja izvodi se u šest koraka (faza), a svaka ukazuje na niz međuzavisnih odluka koje treba donijeti. Ti koraci su korisni kao provjera da se nacrt razvija u skladu s načelnim principima koje smo spomenuli.

1. Korak: Navesti potrebne podatke.

Kod planiranja nacrt valja imati jasnu predodžbu o tome kakve sve podatke trebamo. Planirati treba dovoljno detaljno da već znamo kakvu će formu imati završne tabele. Ako npr. želi ispitivati odnose između informacija o međunarodnim odnosima i stavova prema Ujedinjenim nacijama, istraživač mora, prije nego što konstruira nacrt, navesti koje podatke će uzeti kako bi istražio taj odnos. On se može odlučiti za matrice u kojima stupci indiciraju pozicije na skali stavova, a redovi pokazuju različite vrijednosti na testu informacija. Dobit će frekvenciju intervjua koji se uklapaju u određene vrijednosti i distribuciju u odnosu na slučajnu.

2. Korak: Planska karta za tabeliranje

Možemo izbjeći mnoge probleme ako napravimo precizne planove za tabeliranje kodiranih podataka prije nego što pristupimo izradi nacrt istraživanja. Velika je razlika da li će materijal biti bušen na kartice i strojno obrađen ili će se ručno sređivati. Premda varijabla i kategorije nacrt obično nisu različite za različite metode tabeliranja, njihovo uklapanje u postupak kodiranja može se razlikovati.

Tabeliranje putem kartica vrši se bušenjem numerirane pozicije na numeriranom stupcu. Ispunjavanje araka za kodiranje sastoji se u registriranju varijable putem broja (ili brojeva) stupca, i kategorije putem broja unutar stupca (reda).

3. Korak: Izraditi kostur nacrt istraživanja.

U ovoj fazi potrebno je navesti varijable prema kojima će sadržaj biti kodiran. Ako će se koristiti intervjui ove varijable ćemo koristiti za klasifikaciju ne samo odgovora na pitanja vezana za ispitanikovo psihološko ustrojstvo već i takvih podataka kao što su starost, spol, prihodi, bračni status i druge demografske i bihevioralne karakteristike. U popisu varijabli treba voditi računa da svaka relevantna informacija bude u nekoj od varijabli. U nacrtu osim toga treba biti kodiran i naziv istraživanja, broj svake jedinice enumeracije (intervju, novinsko izdanje i sl.), ime kodera i svi drugi podaci relevantni za testove reliabilnosti ili neku drugu statističku obradu.

U literaturi o analizi sadržaja neki tipovi varijabli češće se spominju. Njih je prikupio Berelson u dva naslova: »Što je rečeno«, i »Kako je rečeno«.

Evo tih varijabli:

A. ŠTO JE REČENO

1. sadržaj — o čemu je obavijest (komunikacija)
2. smjer — da li je postupak povoljan ili nepovoljan u odnosu na sadržaj
3. standard — na osnovu čega se klasificira smjer
4. vrijednosti — koji ciljevi se implicitno ili eksplicitno otkrivaju
5. metode — načini kako se ide prema cilju
6. akter — tko pokreće akciju
7. autoritet — u čije ime je pokreće
8. porijeklo (obavijesti)
9. meta — prema kome je obavijest usmjerena

B. KAKO JE REČENO

1. oblik komunikacije (vijesti, TV, štampa i sl.)
2. oblik izjave (gramatička i sintaktička forma jedinice analize)
3. intenzitet (koliko obavijest ima snage ili uzbuđenja)
4. sredstvo (kakav je retorički ili propagandni karakter obavijesti)

4. Korak: Popuniti kategorije za svaku varijablu.

Izbor sistema kategorija ovisi o cilju istraživanja i tipu mjerenja. Kakav god sistem odaberemo, on mora ispuniti sve zahtjeve Lazarsfeldovih i Bartonovih »zahtjeva logičke ispravnosti«. Sistem kategorija ih ispunjava ako je iscrpan i ako su njegove kategorije međusobno isključive. Iscrpan je ako postoji kategorija u koju možemo svrstati svaku relevantnu stavku iz sadržaja. Kategorije su međusobno isključive ako pojedinu stavku možemo svrstati samo na jedno mjesto. Makar ovi zahtjevi izgledali jednostavni i očigledni, neobično često se krše. Iskustvo nam preporuča provjeru svakog sistema kategorija prije upotrebe. Sistemi kategorija koji zahtijevaju liste razloga, argumenata, izvore utjecaja i sl, posebno su osjetljive na ovu grešku. Evo jednog sistema koji nije ni iscrpan ni uzajamno isključiv, a odnosi se na nagovaranje da se kupe ratne obveznice: mjesto zaposlenja, kuća, trgovina, banka, pošta. Očito postoje i druga mjesta gdje su ispitanici mogli biti nagovarani

Kod konstruiranja kategorija često se nalazimo u dilemi. Ako je kategorija preširoka ona nema dovoljno posebnog značenja, a ako je preuska kodirani materijal ne razlikuje se puno od »sirovog« materijala. Jedno od mogućih rješenja je upotreba grupiranih kategorija. Sistem kategorija za klasifikaciju »razloga kupovine ratnih obveznica« široko definiramo kao »osobno financijske«, »nacionalno patriotske«, »nacionalno ekonomske« itd. Zatim pod svakom od tih definicija razvijamo određene kategorije kao na primjer: »obveznice su sigurna investicija«, »obveznice imaju povoljnu kamatu«, »novac uložen u obveznicu nije izložen iskušenju da se potroši« itd.

Ako u nacrtu istraživanja postoji veći broj varijabli, moguće je da među njima ima sličnih sistema kategorija. U interesu bržeg kodiranja i izbjegava-

nja grešaka, dobro je utvrditi način na koji sređujemo kategorije. Istraživački centar Sveučilišta Michigan primjenjuje pravila kategoriziranja intervjua otvorenog tipa na slijedeći način. Kategoriji »da« uvijek je dat broj »1«, odgovoru »ne« broj »5«, »ne znam« broj »9«, »nijedan« broj »0« itd. Na taj način poželjno je standardizirati brojevi sistem skala tako da one progresivno rastu u istom smjeru od pozitivnog prema negativnom, odnosno visokog prema niskom. Takva standardizacija omogućava gotovo automatsku kategorizaciju materijala.

Kada se završi izrada nacrtu analize i definiranje kategorija treba dati upute za kodiranje.

5. Korak: Utvrditi proceduru formuliranja jedinica materijala.

Prethodno smo definirali tri vrste jedinica s kojima se srećemo u analizi sadržaja: jedinice registriranja, enumeracije i konteksta. Sada će biti potrebne posebne radne definicije kako bi različiti koderi mogli formirati jedinice na isti način. Te definicije trebaju biti uvrštene u upute za kodiranje. Izbor definicija ovih jedinica treba odgovarati teoretskom okviru koji vrijedi i za cjelokupan nacrt istraživanja.

Najčešće jedinice registriranja su: 1) jedna riječ, 2) tema (subjekt-predikat), ili veća jedinica zkusnuta u jednu tvrdnju, 3) najmanji segment sadržaja potreban da izrazi jednu karakteristiku (npr. pridjevska fraza, vrijednosni sud i sl.), 4) karakter, osoba, grupa ili institucija opisana u sadržaju, 5) paragraf ili slična »prirodna jedinica značenja« i 6) članak, govor, radio emisija itd.

U analizi intervjua otvorenog tipa najčešće je kao jedinica registriranja uzet odgovor na jedno pitanje. Nije neuobičajeno uzeti i veće ili manje jedinice. Za neke svrhe cijeli intervju možemo uzeti kao jednu jedinicu registriranja. Za druge neke potrebe jednu skupinu pitanja možemo uzeti kao jednu jedinicu. Možemo čak i jedno pitanje raščlaniti u jedinice sastavljene od po jedne riječi, teme, vrijednosnog suda ili razloga.

Određivanje jedinice konteksta trebalo bi pobliže odrediti polazište za određivanje jedinice registracije. Može se zato opravdati da koder traži pojašnjenje jedinice konteksta preko samog materijala. Takva praksa, pak, smanjuje pouzdanost kodiranja. Kad god je to moguće, koderu treba dati posebne upute kao npr. »Pročitaj odgovorena pitanja 2, 3. i 4. prije kategoriziranja datih u pitanju broj 5, ali ne čitaj odgovore koji slijede!«, ili »Pročitaj cijeli paragraf, ali ne više od njega, prije kodiranja sudova u paragrafu«.

Najpopularnije jedinice enumeracije su jedinice fizičke duljine (broj centimetara u stupcu) ili vremenskog trajanja. Ako su teoretski opravdane vrlo su praktične i pouzdane za matematičku obradu. Kod obrade intervjua obično se za jedinicu enumeracije uzima jedan ispitanik. I ovo je pouzdana jedinica jer sa sigurnošću možemo smatrati ispitanike kvantitativno jednakima. Nekad teorijski razlozi traže primjenu druge jedinice. Npr. zbog funkcionalne međuzavisnosti nekolicine ljudi koji su materijalno izdržavani iz nekog izvora, poželjno je uzeti »jedinicu potrošnje« kao jedinicu enumeracije. Informacije dobivamo od svakog ispitanika posebno a onda ih sjedinjujemo u »jedinicu

potrošnje» koju dalje koristimo za izračunavanje frekvencija, distribucija i srednjih vrijednosti.

6. Korak: Isprobavanje nacrtu i procedure formiranja jedinica.

Na ovom stupnju istraživanja treba već utvrditi da li su, i koje modifikacije potrebne. Potrebno je i uvježbavanje koderu. Ovaj stadij istraživanja standardiziran je u Istraživačkom centru Sveučilišta Michigan u proceduri nazvanoj »Round Robin«. Slučajnim izborom izdvoji se dio materijala i svaki ga koder nezavisno kodira. Sve neusaglašenosti među koderima provjera su pouzdanosti kodiranja. Ujedno se može vidjeti kakva poboljšanja bi bila potrebna. Nisu neuobičajene i značajnije izmjene na ovom stadiju istraživanja. One varijable koje ne odgovaraju, redefiniraju se ili eliminiraju. Otkrit će se sistemi kategorija koji nisu međusobno isključivi i iscrpni, i biti revidirani. Varijable dane u nizovima proširit će se ako ustreba. I, napokon, provjerit će se i sistem registriranja na arke za kodiranje. Nakon kontrole »Round Robin«, proceduru kodiranja ne smijemo više mijenjati. Bilo kakve modifikacije nacrtu istraživanja nakon početka završnog kodiranja trebaju biti retrokativne u odnosu na sav materijal kodiran prije promjena.

UPOTREBA NACRTA ISTRAŽIVANJA

Ako smo uspješno obavili sve prethodne korake, trebali bi imati nacrt koji odgovara istraživačkim ciljevima, karakteru sadržaja i pogodan za efikasno tabeliranje i statističku obradu. Preostaje još primjena nacrtu kako je planirano i na standardiziran način, a to je posao koderu. Koderu možemo shvatiti kao mjerni instrument osjetljiv na varijacije materijala i pouzdan tako da reagira jedinstveno na funkcionalno ekvivalentan sadržaj. Da bi zadovoljili ove karakteristike potrebno je odabrati ljude odgovarajućih sposobnosti, obučiti ih u tom poslu i nadgledati.

Izbor koderu. Za zadovoljavajuće kodiranje, vještina i sposobnosti su presudne. Koder mora biti osjetljiva osoba sa sposobnošću diferenciranja simboličkog materijala. On mora biti sposoban da otkriva fine razlike značenja ali i da previdi one razlike koje za specifičnu svrhu nisu značajne. Drugim riječima, on mora biti u stanju upotrijebiti genotipske kategorije potrebne nacrtu analize. U većini sociopsiholoških istraživanja to znači da koder mora biti upoznat s pojmovima socijalne psihologije. Ako nacrt traži samo fenotipske kategorije, ili one definirane u svakodnevnoj upotrebi, koder može biti i inteligentan laik. Umjereno visok stupanj inteligencije je minimalan zahtjev.

Ako je obim materijala za kodiranje velik, javljaju se dodatni zahtjevi. Proces kodiranja obuhvaća ponovljivu primjenu nacrtu na materijal. Pouzdano kodiranje, stoga, zahtijeva da nacrt bude upotrebljavan istovjetno (iste operacionalne definicije kategorija, isti referentni okvir, isti stupanj diferencijacije itd.).

Osobe koje se brzo zasite repetitivnog rada neće biti dobri koderi kroz duži vremenski period. Istraživanja zasićenja koje su vodili Karsten i Kounin pokazala su da je osjetljivost, motiviranost i angažiranost to manja što je repetitivnost veća. Ne postoji dobar test sklonosti zasićenju. Ipak, češće će biti zasićeni oni koderi koji taj posao shvaćaju kao rutinu i stalno ponavljaju jedne te iste aktivnosti. Ako se kodiranje izvodi timski, treba paziti da svi primijenjuju iste definicije i referentni okvir. Poželjni su grupni sastanci, kontrola Round Robin i razmjena mišljenja i odlučivanja o kodiranju. Nekomunikativan ili ego-defenzivan koder neće biti naročito prikladan. Ipak, kako smo već naglasili, ne postoji objektivan test za otkrivanje tih osobina ličnosti.

U dosadašnjoj praksi do sposobnih kodera dolazilo se selekcijom. Ustanove koje imaju stalno zaposlene kodere teško održavaju visok stupanj radnog morala. Osjetljivi i inteligentni ljudi, upućeni u socijalnu psihologiju, ne zadovoljavaju se dugo takvim zaposlenjem. Bolji su aranžirani na određeno vrijeme ili povremeni. Studenti koji se, osim zbog materijalnih motiva, žele i stručno usavršavati idealni su za poslove kodiranja.

Kada odaberemo kodere dajemo im osnovne informacije o projektu i detaljne upute i objašnjenja u vezi s nacrtom istraživanja. Te informacije i obučavanje trebaju stvoriti zajednički referentni okvir i operacionalne definicije među koderima. Za početak ih treba opskrbiti štampanim materijalom i predavanjima o varijablama i kategorijama. Tada je dobro preći još i na Round Robin jer, kako smo ranije spomenuli nezavisno kodiranje služi i kao revizija nacрта i kao standardizacija kodera.

Obučavanje (trening) kodera. Koderima se moraju objasniti razlozi, ciljevi i namjere vezane za istraživanje, jer su to faktori motivacije. Neupućenom koderu mogu se neke odluke voditelja činiti proizvoljne ili beznačajne. Samo ponekad specifične hipoteze ne treba saopćiti ako bi mogle »kontaminirati« kodiranje. U pravilu, oni koji bolje razumiju nacrt istraživanja bolje će usvojiti principe koji stoje iza operacionalnih definicija kategorija i jedinica.

Mehanizam kodiranja. Pokazalo se prikladnim podijeliti materijal u manje serije (10 intervjua iz novina npr.), koje koder preuzima sa »centralne gomile«, obrađuje i vraća na gomilu da bi uzeo drugu seriju koja ga dopada slučajem. Na taj način preuzimaju se i spremaju arci za kodiranje.

I kada je završena provjera Round Robin i finalno kodiranje započne, može se ukazati potreba za novim kategorijama (npr. ako previše odgovora potpada pod »ostali razlozi«). Ako koder dođe do jedinice registriranja za koju nema kategorije, treba na to obratiti pažnju mentoru koji kontrolira kodiranje. Mentor će procijeniti eventualnu potrebu uvođenja nove kategorije. Kada sistem sadrži kategoriju »ostali razlozi« svaki puta kad jedinica registracije uđe u ovu kategoriju trebalo bi zabilježiti koji je razlog i identificirati jedinicu. U slučaju veće frekvencije nekog razloga može se izdvojiti samostalna kategorija. U nastavku kodiranja potrebno je održavati sastanke da se potvrdi postojanje istog referentnog okvira i operacionalnih definicija kategorija. Svaku neusaglašenost treba riješiti. Pouzdanost se može mjeriti,

a stabilnost povećati provođenjem »kontrolnog kodiranja« gdje jedan određen postotak sadržaja nezavisno obrađuje »kontrolni koder«, netko tko je neke vrsti kriterij kvalitete. Može se provesti i kontrola slična postupku Round Robin, tako da je svaki koder provjera za onog drugog. Kada kontrolni koder završi jednu već prethodno pregledanu seriju, oba koderi se sastaju da rasprave neusaglašenosti. Sve neusaglašenosti koje se pojave u kontrolnom kodiranju treba zabilježiti i tabelirati, i to se može upotrijebiti kao vrsta mjere za pouzdanost kodiranja.

Varijable treba posebno pregledati ako meka od njih proizvodi abnormalno visoku nepouzdanost. Može se dogoditi da koderi ne mogu pouzdano diskriminirati između dvije susjedne kategorije pa ih treba spojiti u jednu. Izvještaji o kodiranju trebaju biti tabelirani posebno za svakog koderi da se dobije mjera njegove pouzdanosti. I, na kraju, dobivene ocjene treba interpretirati jer može se desiti da onaj s najvećom neusaglašenošću bude zapravo najbolji među njima.

Na početku kodiranja kontrolira se veća količina materijala, a kasnije kada se kodiranje stabilizira, ta se količina postupno smanjuje.

S A Ž E T A K

Osnovni je cilj svake analize sadržaja pretvoriti pojavu (simbolično ponašanje ljudi) u znanstvenu činjenicu (podataka). Naveli smo 4 karakteristike koje mora imati znanstvena činjenica: 1) objektivnost i reproduktivnost, 2) prikladnost za mjerenje i kvantifikaciju, 3) značaj za sistematsku teoriju, bilo »čistu« ili »primijenjenu«, i 4) svojstvo da se može generalizirati.

U konstruiranju nacrti istraživanja poželjno je slijediti 6 faza, od kojih je svaka niz međuzavisnih odluka. Za svaku od tih faza potrebno je kontrolirati nacrt koji se razvija, s obzirom na formalne zahtjeve znanstvenih činjenica. Evo tih faza ili koraka:

- 1) specificiranje potrebnih podataka,
- 2) izrada plana tabeliranja,
- 3) izrada kostura nacrti analize,
- 4) popunjavanje kategorija za svaku varijablu,
- 5) utvrditi proceduru za formiranje jedinica (enumeracije, registriranja, konteksta),
- 6) isprobavanje nacrti istraživanja i procedure istraživanja jedinica na primjerku materijala.

Uspješna upotreba dobro razvijenog nacrti ovisi o izboru sposobnih koderi, njihovom treningu i nadzoru kodiranja. Iskustvo je pokazalo da, kada je tehnički dobro konstruirana, analiza sadržaja može biti od najveće koristi za istraživanje u društvenim znanostima. Uspješan istraživački projekt kombinirat će tehničku perfekciju s planom usmjerenim tako da daje odgovor na važne istraživačke probleme.

(S engleskog preveo Robert Radulović)

LITERATURA:

1. Allport, G. W. *The use of personal documents in psychological science*. New York: Social Science Research Council, 1942.
2. Arnheim, R. The world of the daytime serial. In Lazarsfeld, P. F. and Stanton, F. (eds.) *Radio Research 1942—43*. New York: Duell, Sloan and Pearce, 1944, pp. 34—107.
3. Baldwin, A. L. Personal structure analysis; a statistical method for investigating the single personalit. *J. Abnorm. Soc. Psychol.*, 1942, No. 37., 163—183.
4. Bales, R. F. *Interaction process analysis; a method for the study of small groups*. Cambridge: Addison-Wesley Press, 1950.
5. Berelson, B. The effects of print upon public opinion. In Waples D.(ed.). *Print, radio and film in democracy*. Chicago: Univ. of Chicago Press, 1942, pp. 41—65.
6. . . . *Content analysis in communication research*. Glencoe: The Free Press, 1952.
7. . . ., and Salter, P. Majority and minority Americans: an analysis of magazine fiction. *Publ. Opin. Quart.* 1946, 10, 168—190.
8. Britt, S. H., and Lowry, R. L. Conformity behavior of labor newspapers with respect to the AFL-CIO conflict. *J. Soc. Psychol.*, 1941, 14, 375—387.
9. Bruner, J. S., and Allport, G. W. Fifty years of change in American psychology. *Psychol. Bull.*, 1940, 37, 757—776.
10. Bureau of Agricultural Economics. *Men's preferences among wool suits, coats, and jackets*. Agricultural Information Bulletin No. 64. Washington: United States Department of Agriculture, 1951.
11. Cantril, H. Public opinion in flux. *The Annals*, 1942, 220, 136—152.
12. Cartwright, D. Relation of decision-time to the categories of response. *Amer. J. Psychol.*, 1941, 54, 174—196.
13. . . . Some principles of mass persuasion. *Hum. Relat.*, 1949, 2, 253—267.
14. . . . Survey research: psychological economics. In Miller, J. G. (ed.) *Experiments in social process*. New York: McGraw-Hill, 1950, pp. 47—64.
15. . . ., and Festinger, L. A quantitative theory of decision. *Psychol. Rev.*, 1943, 50, 595—621.
16. Crutchfield, R. S. and Gordon, D. A. Variations in respondents' interpretations of an opinion-poll question. *Int. J. Opin. and Attitude Res.*, 1947, 1, No. 3, 1—12.
17. Dollard, J., and Mowrer, C. H. A method of measuring tension in written documents. *J. Abnorm. Soc. Psychol.*, 1947, 42, 1—32.
18. Festinger, L., Cartwright, D., Barber, K., Fleischl, J., Gottsdanker, J., Keyser, A., and Leavitt, G. A study of rumor: its origin and spread. *Hum. Realt.*, 1948, 1, 464—486.
19. Flesch, R. *How to test readability*. New York: Harper, 1951.
20. George, A. The intelligence value of content analysis. Unpublished ms., 1951.
21. Hart, A. *Shakespeare and the homolies*. Melbourne: Melbourne Univ. Press, 1934.
22. Hart, H. Changing social attitudes and interests. In Report of the President's Research Committee on Social Trends, *Recent social trends in the United States*, Vol. 1, pp. 382—442. New York: McGraw-Hill, 1933.
23. Janis, I. R., and Fander, R. H. The coefficient of imbalance. In Lasswell, H. D., and Leites, N. (eds.) *Language of politics*. New York: Stewart, 1949, pp. 153—169.
24. Karsten, A. Psychische Sattigung. *Psychol. Forsch.*, 1928, 10, 142—254.
25. Kounin, J. S. Experimental studies of rigidity. *Character and Pers.*, 1941, 9, 251—282.
26. Lasswell, H. D. *Propaganda technique in world war*. New York: Knopf, 1927.
27. . . . Detection: propaganda detection and the courts. In Lasswell, H., and Leites, N. (eds.) *Language of politics*. New York: Stewart 1949, pp. 173—232.
28. . . . and Blumenstock, D. *World revolutionary propaganda*. New York: Knopf, 1939.
29. Lazarsfeld, P., and Barton, A. H. Quantitative measurement in the social sciences: classification, typologies, and indices. In Lerner, D., and Lasswell, H. D. (ed.) *The policy sciences*. Stanford: Stanford Univ. Press, 1951, pp. 155—192.
30. Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., and Gaudet, H. *The people's choice; how the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Duell, Sloan and Pearce, 1944.
31. Lee, A. M., and Lee, E. B. (eds.) *The fine art of propaganda: a study of Father Caughlin's speeches*. New York: Harcourt, 1939.
32. Leites, N., Bernaut, E., and Garthoff, R. L. Politburo images of Stalin, *World Politics*, 1951, 3, 317—339.
33. Lerner, D. The American soldier and the public. In Merton, R., and Lazarsfeld, P. (eds.) *Continuities in social research*. Glencoe: Free Press, 1950, pp. 212—247.
34. Lewin, H. S. Hitler Youth and the Boy Scouts of America: a comparison of aims. *Hum. Realt.*, 1947, 1, 206—227.
35. McGranahan, D. V., and Wayne, I. German and American traits reflected in popular drama. *Hum. Realt.*, 1948, 1, 429—455.
36. Merton, R. K. *Mass persuasion; the social psychology of a war bond drive*. New York: Harper, 1946.
37. Miles, J. *The continuity of poetic language: studies in English poetry from the 1540's to the 1940's*. Berkeley: Univ. of Calif. Press, 1951.
38. Millsbaugh, M. Trial by mass media? *Publ. Opin. Quart.*, 1949, 13, 328—329.
39. Mintz, A. The feasibility of the use of samples in content analysis. In Lasswell, H. D., and Leites, N. (eds.) *Language of politics*. New York: Stewart, 1949, pp. 127—152.
40. Ojemann, R. H., et al. A functional analysis of child development material in current newspapers and magazines. *Child Devel.*, 1948, 19, 76—92.
41. Royal Commission on the Press, 1947—1949. *Report*. London: His Majesty's Stationer's Office, 1949.
42. Stanford, F. H., and Rosenstock, I. M. Projective techniques on the doorstep. *J. Abnorm. Soc. Psychol.*, 1952, 47, 3—16.
43. Skinner, B. F. The alliteration in Shakespeare's sonnets: a study in literary behavior. *Psychol. Rec.*, 1939, 3, 186—192.

44. Survey Research Center, University of Michigan. *A manual for coders*. Ann Arbor: Institute for Social Research, 1952.
45. Sussmann, L. A. Labor in the radio news: an analysis of content. *Journalism Quart.*, 1945, 22, 207—214.
46. U. S. Strategic Bombing Survey. *The effects of strategic bombing on German morale, II.*, 1946, U.S. Gov't Printing Office.
47. Waples, D., and Berelson, B. *What the voters were told: An essay in content analysis*. Univ. of Chicago, Graduate Library School, 1941, Mimeographed.
48. White, R. K. Hitler, Roosevelt, and the nature of war propaganda. *J. Abnorm. Soc. Psychol.*, 1949, 44, 157—174.
49. . . . *Value-analysis: the nature and use of method*. New York: Society for the Psychological Study of Social Issues, 1951.
50. Wolfenstein, M., and Leites, N. *Movies; a psychological study*. Glencoe: Free Press, 1950.
51. Woodward, J. L. *Foreign news in American morning newspapers: a study in public opinion*. New York: Columbia Univ. Press, 1930.
52. Jakobson, S., and Lasswell, H. D. Trend: May Day slogans in Soviet Russia, 1918—1943. In Lasswell, H. D., and Leites, N. (eds.) *Language of Politics*. New York: Stewart, 1949, pp. 233—297.
53. Yule, G. U. *The statistical study of literary vocabulary*. Cambridge, England: The University Press, 1944.

DORWIN P. CARTWRIGHT

Analysis of Qualitative Material

The fundamental objective of all content analysis is to convert phenomena (i.e., symbolic behavior of people) into scientific data. Author has specified four characteristics which scientific data must display: (1) objectivity and reproducibility, (2) susceptibility to measurement and quantification, (3) significance for systematic theory, either »pure« or »applied«, and (4) generalizability.

In constructing an analysis outline for a given project, it will be useful to organize the work so that it consists of six steps, or clusters of decisions. At each of these points the developing outline should be checked against the formal requirements for scientific data. These steps are: (1) specifying needed data, (2) mapping out plans for tabulation, (3) laying out the skeleton of the outline, (4) filling in categories for each variable, (5) establishing procedure for unitizing the material, (6) trying out the analysis outline and unitizing procedure on a sample of the material.

The successful use of a well-developed outline depends upon the selection of capable coders, effective training of them in the outline being used, and the establishment of good supervision so that so that proper procedures of coding are followed.

Experience over a number of years with content analysis reveals that when technically well executed it can be a most valuable tool for the social scientist. It should be viewed, however, only as a tool. Even when it is extremely well fashioned, its scientific or practical value may, in a specific project will combine both technical excellence and a good research design aimed at answering significant research questions.