



КОНТЭ́НТ-АНА́ЛИЗ

КОНТЭ́НТ-АНА́ЛИЗ (от англ. content – содержание), совокупность формализованных исследовательских методик, применяемых в гуманитарных науках для анализа содержания текстов, речи, изображений, интернет-сайтов, видеоматериалов и др. продуктов коммуникации. Термин возник в кон. 19 в., К.-а. оформился в 1930-е гг. в США и приобрёл особую эффективность и популярность с распространением компьютеров. Качественный К.-а. направлен на выявление структуры текста, осн. категорий содержания: тем, понятий, фактов и др. смысловых единиц, выбор которых определяется целями исследования. Более распространённый количественный К.-а. применяет статистич. методы (напр., подсчёт частоты употребления разных слов) с последующей интерпретацией полученных числовых данных. К.-а. нашёл множество прикладных применений: в анализе результатов проведения фокус-групп, психологич. тестирования, социологич. опросов, рекламы, выступлений политиков, историч. источников, лит. произведений и др.

Литература

Лит.: Holsti O. R. Content analysis for the social sciences and humanities. Reading; L., 1969; Weber R. *Ph.* Basic content analysis. 2nd ed. Newbury Park, 1990; Шалак В. И. Современный контент-анализ. М., 2004.