

Budapesti Gazdasági Főiskola
KÜLKERESKEDELMI FŐISKOLAI KAR
NEMZETKÖZI KOMMUNIKÁCIÓ SZAK
Nappali tagozat
Public Relations szakirány

A tartalomelemzés elmélete és gyakorlati alkalmazása

Készítette:
Kérdő Andrea

Budapest, 2008.

Tartalomjegyzék

I. Bevezetés	5
II. Mi is az a tartalomelemzés?	
2.1. Tartalomelemzés általánosságban	7
2.2. A tartalomelemzés tulajdonságai	9
III. Történet áttekintés	10
3.1. Kvantitatív újságelemzés	10
3.2. Tartalomelemzés kezdetei	12
3.3. Propagandaelemzés	13
IV. Tartalom és téma	15
V. Fogalmi magyarázat	17
5.1. Definíciók	17
5.2. A tartalomelemzés nem...	19
5.3. Dokumentumelemzés és tartalomelemzés	20
5.4. A tartalomelemzés alkalmazási területei	20
VI. A tartalomelemzés típusai	21
VII. A tartalomelemzés lépései	23
7.1. Adatkészítés	23
7.2. Egységmeghatározás	23
7.3. Mintavétel	25
7.4. Adatrögzítés	29
7.4.1. Kódolás és kategóriák	29
7.4.2. A kódolás helye a tartalomelemzésben	29
7.4.3. A kategóriák	30
7.4.4. A kategória-alkotás szabályai	30
7.4.5. Kategóriarendszerek	33
7.4.6. A kódolási vagy elemzési egységek	33
7.5. Adatredukció	34
7.6. Következtetés	35

7.6.1. A szöveg sajátosságainak leírása	35
7.6.2. Következtetések a kommunikáció okairól és előzményeiről	36
7.6.3. Következtetések az üzenetek hatásairól	36
7.7. Elemzés	38
7.8. Megbízhatóság és érvényesség	41
VIII. Saját kutatás	43
IX. Összegzés	54
X. Felhasznált irodalom	56
XI. Mellékletek	57

I. Bevezetés

Dolgozatom témájául a tartalomelemzést választottam. Merész vállalkozás volt ez a részemről, hiszen ez a témakör manapság még nem annyira közismert. Viszont mindig is érdeklődtem a kommunikációtudomány iránt és úgy gondoltam, hogy a dolgozatom írása által lehetőségem lesz egy új, számomra eddig még nem ismert terület megismerésére és elsajátítására.

A dolgozat megírását egy hosszas kutatómunka előzte meg, hiszen az alapvető szakirodalmak felkutatása sem volt egyszerű feladat. Lévén, hogy ez a tudományág folyamatosan változik, fejlődik és fontosságát csak az elmúlt néhány évtizedben ismerték el, nem állt rendelkezésemre sok szakirodalom. A magyar nyelvű könyvek, publikációk száma is igen szűkös, ezért sokszor angol nyelvű szakirodalmat dolgoztam fel.

Dolgozatom első kétharmada elméleti jellegű, amely során először is átfogó magyarázatot adok arról, hogy valójában mi is az a tartalomelemzés, mikor és hogyan lehet használni. Utána bemutatom a tudományág kialakulásának folyamatát, kezdve egészen a XVIII. századtól néhány történelmi kitérével.

Az ötödik fejezetben ismertetem a fontosabb definíciókat, alapfogalmakat. Ebben a részben lesz szó a tudományág jeles képviselőiről, hazairól és külföldről egyaránt. Majd említést teszek a tartalomelemzés különböző csoportosításairól is.

A dolgozat középső részében kerül sor a tartalomelemzés folyamatának részletes elemzésére. Mivel a tartalomelemzésnek tulajdonképpen ez a lényege, ezért ennek a résznek sok figyelmet szenteltem. Próbáltam a módszer gyakorlati oldaláról megközelíteni a témakört, hogy minél érthetőbb legyen azok számára is, akik csak most ismerkednek ezzel a területtel. Az adatkészítéstől a mintavételen át az elemzésig kitérek mindegyik lépésre és bemutatom azt. Néhány részfolyamatot példákkal is szemléltetek, hogy megértése egyszerűbb legyen, nagy hangsúlyt fektetek arra, hogy konceptualizáljam a fontosabb fogalmakat. Ebben a fejezetben lesz megfigyelhető, hogy a tartalomelemzés milyen sok tudományággal áll kapcsolatban, hiszen lesz szó szociológiáról, piackutatásról és statisztikáról egyaránt.

Az utolsó egyharmadban bemutatom saját tartalomelemzésemet. Fontosnak tartom, hogy a sok elméleti rész után a gyakorlatban is bemutassam a módszer lényegét.

Kvantitatív tartalomelemzésem során három napilapot (Népszabadság, Magyar Nemzet, Dunántúli Napló) vizsgálok aszerint, hogy melyik nyújt átfogóbb tájékoztatást olvasói számára, illetve melyik az a lap, amely hírösszetétele a legváltozatosabb. Ennek alapjául a tudomány egyik atyjának, Frank Luther Mottnak az elméletét választottam. Ezen elmélet szerint végzem el a vizsgálatomat, majd az adatokat táblázatos és grafikonos formában elemzem.

A szakdolgozatom célja az, hogy bemutassam a tartalomelemzés tudományának fontosságát, elméleti háttérét és gyakorlati alkalmazását. Így a fogalmak tisztázása és megértése után bárki képes lehet saját tartalomelemzésének elkészítésére.

II. Mi is az a tartalomelemzés?

2.1. Tartalomelemzés általánosságban

A tartalomelemzés tudatos, módszeres formája mellett mindenki végez ösztönös tartalomelemzést, amikor újságot olvas, tévét néz, vagy rádiót hallgat, a másik ember közléseit hallgatja. A közlések értelmét kategóriákba rendezi: „ez most jó”, „ez rossz”, „ez kedvező rám nézve”. Az ösztönös tartalomelemzés igazi kvalitatív elemzés, minthogy a közölt tartalmak látens szintjét, mélyrétegét próbálja megragadni. Újságot olvasásánál, hírek hallgatásánál sokszor a „sorok között” olvasunk, vagy a mondottak mögött is hallunk egy „néma szöveget”. Sokszor a szövegösszefüggésekből érteni véljük a közlő beállítódását, hovatartozását, meggyőződéseit, értékrendszerét, bár valóságban semmi ilyen nem szerepel a szövegben.

Természetesen az ilyenkor alkalmazott kategóriák a saját felfogásunk vetületei (a saját fontos kategóriáinkon keresztül szűrjük a másik ember közléseit), nem mérlegelt, megtervezett, szakszerűen végzett tartalomelemzés eredménye.

Az ösztönös tartalomelemzést nem szabad lebecsülnünk, hiszen ennek a bennünk rejlő „logikai rendszernek” a formalizálásából született meg a tartalomelemzés módszere. Másfelől az is nyilvánvaló, hogy az „ösztönös” formája alapvetően szubjektív, esetleges és nem tesz eleget a tudományos kutatás kritériumainak.

A tudományos igényű tartalomelemzés viszonylag új a társadalomtudományok módszerei között. Alkalmazása az utóbbi két évtizedben a társadalomtudományokban, mindenekelőtt a szociológiában, a pszichológiában, a politológiában, a médiakutatásban, de a pszichiátriában, a néprajzban, a nyelvészetben, illetve az irodalom- és történelemtudományban vált ismertté hazánkban is. Szélesebb körű érdeklődésre a közgazdaságtudomány vagy speciálisan a piackutatás részéről csak az utóbbi időben tart számot.

Természetesen egy-egy regény, politikai beszéd tartalmának elemzéséről már régebb óta beszéltek anélkül, hogy ez körülírt vizsgálati módszerré vált volna. A tartalomelemzés több tudományterületből származó, pontosabban számos társadalomtudományban használt, interdiszciplináris módszer.

Tudományos vizsgálati módszerként való megjelenése Holsti nevéhez fűződik. Ő volt az, aki a korábban meglehetősen rendezetlen és összemosódó tartalomelemzési vizsgálatok szétválasztásának elméleti alapjául a kommunikációs lánc elemeit tette meg (forrás, üzenet, befogadó stb.), és jól körülhatárolt útmutatóval szolgált a mintavételi és mérési eljárások tekintetében is.

A tartalomelemzés – klasszikus formájában – a kutató emberi produktumok sajátos osztályait, a közleményeket vizsgálja. Közleményeknek nevezünk minden szó- vagy írásbeli kommunikációt. Tágabb értelemben ide sorolható minden olyan emberi megnyilatkozás, amelynek mondanivalója „dekódolható”, mint pl. egy festmény, a tánc, a mozgások és gesztusok, az álmok.

A klasszikus tartalomelemzés sajátos megközelítésmódot választ az adatok elemzésére azzal, hogy a közlések (közlemények) tárgyának a tartalmat tekinti.

A tartalomelemzés segítségével a piackutató azonosítja és feltárja a fókuszcsoportok, az interjúk szövegében, a reklámokban vagy akármilyen más szövegben a szavak jelentéseit, a fogalmak értelmét, illetve a használt fogalmak összetett kapcsolatait. A szavak, szófordulatok gyakoriságából és a fogalmak egymáshoz viszonyított kapcsolataiból következtetéseket von le – más szóval hipotéziseket vet fel – a közlés, közlemény forrásáról.

Az azonosított, illetve feltárt tartalmak lehetnek nyilvánvalóak - manifeszt tartalmak - vagy mélyen rejlő, lappangó, nem a szöveg elsődleges jelentésében szereplő tartalmak – látens tartalmak. Ezek olyan információk, amelyek a közleményben nincsenek nyíltan kimondva. A közleményeknek nem egyetlen jelentésük van, hanem mindig többféle nézőpontból vizsgálhatók, a jelentésük egyénenként is különbözhet, különösen akkor, ha a vizsgálat témája az emberi kapcsolatok vagy a termékekhez való viszonyulások értékelése.

Ahhoz, hogy a tartalomelemzés értelemmel telítődjön, és valamilyen rendszer szerint működjön, a fogalmak kapcsolódási mintázatainak vizsgálata előtt néhány előkészítő műveletet kell elvégezni. Ezek mind a kvantitatív, mind a kvalitatív tartalomelemzés esetében a mintavétel, az elemzési egységek meghatározása és a tartalmak kódolása.

Tartalomelemzésnek nevezzük azt a kutatási eljárást, amely segítségével a szövegadatokból olyan következtetések vonhatók le, amelyek a közleményekben nyíltan

nincsenek kimondva, de a szöveg szerkezetéből, az elemek együttes előfordulásából és azok törvényszerűen visszatérő sajátosságaiból kiolvashatók.

Bármilyen társadalommal kapcsolatos közlés elemezhető ez által, úgy, mint könyvek, levelek törvények gyűjteménye, stb. Alapkérdései: ki mit mond, kinek, miért, hogyan, és milyen hatással?

2.2. A tartalomelemzés tulajdonságai

- nem igényel sem sok pénzt, sem sok időt
- nem jár kockázattal, mivel nem avatkozik be a jelenségbe, ill. szakaszokra bontható a kutatás
- lehetővé teszi hosszú idő alatt lezajló események vizsgálatát is
- hátrány, hogy csak rögzített kommunikációkon végezhető
- ha egy kommunikációs folyamat a vizsgálódás tárgya, nincs gond az érvényességgel és a megbízhatósággal
- az anyagok konkrétsága növeli a megbízhatóság esélyét
- a kódolás bármikor megismételhető

III. Történeti áttekintés

A tartalomelemzés más módszerekhez is kapcsolódik, ezáltal egy többfajta módszert magába foglaló egységesebb kutatási stratégia jön létre. A tartalomelemzés technikáit tárgyaló munkák száma is megnőtt, és számos fontos kézikönyv, értekezés jelent meg.

Kialakulásának és fejlődésének két szakasza különböztethető meg, amely szakaszok két, különböző alapszemléletű módszert teremtettek meg: a kvantitatív és a kvalitatív tartalomelemzést. A két módszer eljárásaiban, adatelemzési módszereiben helyenként sok hasonlóságot mutat. Jelenleg a nemzetközi tudományos életben a kvantitatív és a kvalitatív megközelítés integrálásának korszakát éljük.

Kvantitatív elemzésre nyomtatásban megjelent szövegen először a XVIII. században került sor Svédországban. A Cion énekei című, ismeretlen szerzőtől származó zsoltsárgyűjteményt vizsgálták jeles tudósok részvételével. A probléma az volt, hogy a gyűjtemény nem akadt fent az állami cenzúrán, viszont nagy sebességgel terjedt az emberek között és olyan vádak érték, hogy aláássa a svéd papság tekintélyét. Így a kutatás arra irányult, hogy eldöntsék, ezek az énekek valóban hordoznak a papságra nézve veszélyes gondolatokat, vagy nem.

1903-ban Loebel jelentetett meg az újságírók közt igen közismert könyvét, melyben egy részletes osztályozási sémát állított fel a tartalom belső struktúrájának elemzésére.

1910-ben a Német Szociológiai Társaság első összejövetelén Max Weber javasolta egy nagyszabású sajtó-tartalomelemzés végrehajtását, ám ez a kísérlete nem járt sikerrel.

1913-ban Markov kidolgozta a szimbólumláncokról szóló elméletét és kiadta Puskin vereses regényének, a Jevgenyij Anyegin részletének statisztikai elemzését.

3.1. Kvantitatív újságelemzés

A tartalomelemzést először a sajtóval foglalkozó kutatók, majd később a szociológusok alkalmazták, amerikai újságok tartalmának tanulmányozására. Ez a munka a Columbiiai Egyetem Újságíró Iskolájában összpontosult és csúcspontját Malcolm Willey tanulmányában, „A vidéki újság”-ban érte el. Ezek a korai tanulmányok csaknem kizárólag

határozott témakategóriákat alkalmaztak, mint pl. családi ügyek, politika, munkaügy, bűnözés, sport, stb...

A kezdeti tartalomelemzés olyan kvantitatív módszer volt, ami kizárólag a megjelenő, tehát manifeszt szövegtulajdonságokra volt tekintettel, a lappangó, látens jelentésre nem. Más szóval csak olyan tartalmakat elemeztek, amelyek egy dokumentumban nyíltan ki vannak fejezve. Ezt a merev álláspontot a modernebb kutatók meghaladták, hiszen a tartalmi elemzés létértelme éppen az a többletinformáció, amelyet a ki nem fejezett nyelvi szint tartalmaz.

A tartalomelemző tanulmányok másik csoportja az irodalom területén koncentrált és az angol költészet és próza különböző stílusjegyeit analizálta. (pl. mondathosszúság, állítmányok, kötőszavak, stb...) Csak évekkel később alkalmazott tartalomelemzést irodalmi stílusproblémákra Rickert, Miles és mások.

A századfordulón az Egyesült Államokban ugrásszerűen megnövekedett a kiadott lapok száma és ezzel egyidejűleg megjelent a kereslet a tömegpiaci igények feltérképezésére és közvélemény megkérdezésére. Erre az időszakra tehető az újságíró iskolák létrejötte, az etikai normák születése és a sajtójelenség empirikus vizsgálatára való igény kialakulása. Ezeket az igényeket elégítette ki a kvantitatív újságelemzés.

A legelsőt 1893-ban publikálta J.G. Speed és azt a kérdést vetette fel, hogy „Szolgálnak-e mostanság valamiféle újsággal az újságok?” Egyúttal meg is válaszolta a kérdést, úgy vélte, hogy az akkori újságok nem írják meg a fontosabb történéseket, hanem többségében a szenzációhajhász hírek, illetve a történelmi katasztrófákról szóló írások jelennek meg. Az 1881 és 1893 között a New York-i lapokban végzett kutatása során azt vizsgálta, hogyan szorulnak háttérbe a vallási, kulturális, tudományos hírek a pletyka, sport és botrány kedvéért.¹

Egy másik hasonló kutatás során B. C. Mathews azt igyekezett bizonyítani, hogy a sajtóban sokkal nagyobb teret kapnak a demoralizáló, ártalmas, „csipcsup” témák, mint a tartalmas hírek. Megpróbálták feltárni az igazságot az újságokról, egyszerűen megvizsgálták, hogy hány hüvelyknyi hasábot szentel az újság az adott témának. Le akarták rántani a leplet a profithajhász bulvársajtó mozzogatójáról és megtalálni az összefüggést a sajtótudósítások, bűnözés és egyéb antiszociális tevékenységek terjedésében.

¹ <http://www.informingscience.org/proceedings/IS2001Proceedings/pdf/AugustinaitisEBKultur.pdf>

Azonban ahhoz, hogy ezek az érvek megállhassák a helyüket, tényekkel kellett őket alátámasztani, kvantitatív jellegűnek kellett lenni. 1912-ben Tenney felvetette, hogy létre kéne hozni a sajtóközlemények tartalmának folyamatos és széles körű figyelését.

Az újabb tömegkommunikációs eszközök elterjedésével először a rádió esetében, majd a mozi és a televízió esetében is megjelent az a megközelítés, hogy egy adott témáról megjelent szövegmenyiségét mérték. Sőt, a mai napig létezik, különböző tartalmak vizsgálatára alkalmazzák, legyen szó tankönyvről, képregényről, szónoklatról, vagy reklámról.

3.2. Tartalomelemzés kezdetei

A tartalomelemzés színvonalának emelkedésében nagyon fontos szerepet játszott három tényező:

- Új és az eddiginél hatalmasabb tömegkommunikációs eszközök önállósodása.
- A nagy gazdasági válságot követő időszakban a felmerült társadalmi és politikai problémákért elsősorban a tömegkommunikációs eszközöket tették felelőssé.
- A társadalomtudományokban megjelentek az empirikus kutatási módszerek.

A szociológiában például egyre inkább elterjedt a közvéleménykutatás.

„Az egyik legfontosabb fogalom, amely ebben az időszakban a pszichológiában megszületett, az „attitúd” volt. Ez olyan értékelési dimenziókkal gazdagította a tartalomelemzést, mint a „pro - kontra” vagy a helyeslő – helytelenítő”, és egyéb vonatkozásokban is hozzájárult az attitűdelmélet kifejlesztéséhez. Lehetőséget teremtett az előítéletek szisztematikus felmérésére és az olyan normákra való hivatkozásra, mint az „objektivitás”, a „pártatlanság” és a kiegyensúlyozottság.”²

Amint a sajtó mellett megjelent a film és a rádió is, ezek elemzése is elkezdődött. Az egyik híres rádió-tartalomelemzés Albig munkája 1938-ból. Különböző amerikai rádióállomások műsorait elemezte és hasonlította össze olyan kategóriák szerint, mint hírek, rádiójáték, könnyű- és komolyzene, kabaré, sport és egyéb.

A televízió térhódítása óta pedig igen elterjedt lett a tévéműsorok tartalomelemzése is, gyakoriak az olyan tematizált vizsgálatok, mint például „erőszak a televízióban”. Egy

² Krippendorff, Klaus: A tartalomelemzés módszertanának alapjai. Bp., Balassi K. 1995.

amerikai felmérés során megvizsgálták, hogy egy tévéműsorra átlagosan hány erőszakos cselekmény jut, ebből mennyi a tragikus, mennyi a nem végzetes kimenetelű, kik az elkövetők (fehér amerikaiak, bevándorolt fehérek, néger amerikaiak), mi a büntetésük, kik az áldozatok, és azok hogyan oszlanak meg ugyanazon három etnikai csoport között. Az ilyen kutatásokból származó eredmények lehetőséget teremtenek további szociológiai vizsgálódásokra.

A politikai szimbólumok iránti érdeklődés növekedésével a nyilvános közlemények elemzése egy új dimenzióval bővült. McDiarmid 30 amerikai elnök beiktatási beszédét vizsgálta különböző szempontok szerint, mint a nemzeti identitás szimbólumai, a történelmi hivatkozások, a kormányzási alapkonceptiókra való hivatkozások, tények és remények. Lasswell 1938-ban a nyilvános kommunikáció kutatása során a szimbólumokat különböző kategóriákba csoportosította. Az ő szimbólumanalízise nyomán kerülhetett sor egy „világfigyelem-vizsgálat”-ra, mely során a különböző országok kiadványaiban felbukkanó nemzeti szimbólumok gyakorisági trendjeit hasonlították össze.

Több tudományág is vizsgálatokat kezdeményezett annak kiderítésére, hogy milyen trendet mutat saját tudományának változása a szakfolyóiratok szerint.

A kvantitatív újságelemzés tehát több szempontból is különbözik a tartalomelemzés korai szakaszától:

1. Kiváló tudósok vettek részt benne, akik megteremtették az elméleti alapokat.
2. Részletes fogalmakat definiáltak és felismerték az adatokban az attitűdöket, sztereotípiákat, stílusokat, szimbólumokat, értékeket, propaganda fogásokat.
3. Hatékonyabb statisztikai elemzéseket alkalmaztak.
4. A tartalomelemzés adatai az átfogóbb kutatások részévé váltak.

3.3. Propagandaelemzés

A tartalomelemzésben fontos ugrást jelentett a második világháború, mely valós szükségletet jelentett a tartalmi vizsgálatokra. A propaganda-analízis során a propagandaelemzők a hangsúlyt az ellenséges szándékok előre megmondására helyezték, katonai és politikai hírszerzésre volt szükség. Az egyik leghíresebb előrejelzés a britek részéről az volt, mikor megjósolták a német csodafegyverek Anglia elleni bevetésének

várható időpontját. Goebbels beszédeit vizsgálva a fegyverek gyártására vonatkozó célzásokat mutattak ki, és pár hetes időkeretben meg tudták mondani a támadás megindításának dátumát.

A.L. George 1959-ben megjelent Propaganda-analízis című könyve mérföldkő volt a tartalomelemzés ezen ága szempontjából. George műve összefoglalja, hogyan született meg ez a tudományág, hogyan és milyen kategóriái alakultak ki és hogyan fejlődtek módszerei az évek során.

IV. Tartalom és téma

A tartalomelemzés egy sajátos megközelítést választ az adatok elemzésére, az elemzés tárgyát, a tartalmat szemléli.

A tartalom a valóság dolgainak belső, lényegi mozzanata, amely a forma révén nyer jelenségként aktuális érvényt, kifejeződést.³ A tartalomnak pszichológiai, logikai, általános esztétikai, kommunikációelméleti és kultúraelméleti meghatározásai is ismeretesek. Ezek szerint a tartalom az egyes művekben kifejeződő alkotói és befogadói érzelmek magatartásrendszere, a valóság jelenségeinek a művekben kifejezett lényege, az üzenet információja, a művekben szereplő kulturális értékek sokasága. Ezek szerint tehát azt az üzenetet kell megkeresni és kifejezni, melynek információs értéke van annak a közönségnek a szempontjából, amelyet célközönségnek, az információs rendszer használóinak tekinthetünk.⁴

„A tartalom a szöveghez tartozik, a jelentés a mondathoz; a mondat kétarcú: a jelentés legnagyobb és a tartalom legkisebb egysége. A tartalomról a mondat szintje alatt nem lehet szó; jelentésről a mondatnál nagyobb egységek esetében a nyelvész nemigen tud és mer beszélni”⁵

A tartalom tehát a szöveg jelentése.

A tudás, tartalom, téma, szöveg elválaszthatatlanok egymástól. Középpontban a szöveg áll, ebben tárgyiasul a tudás. Itt testesül meg a tartalom vagy az üzenet, a szöveg adja a tartalom vagy a téma formáját, a szöveg az információtudomány vizsgálódásának a tárgya, szöveget szolgáltatunk, amikor információs igény keletkezik, és a szöveg az , amely az eredeti tartalmat képviseli.

Leegyszerűsítve mondhatjuk, hogy a tartalomelemzés a közlemények szimbolikus jelentésének feltárására törekszik. Ez a kijelentés azonban nem igazán állja meg a helyét, mivel több szempontból is félrevezető.

³ Világirodalmi Lexikon. 15. kötet. Bp., Akadémia, 1993. 193. p.

⁴ Varga Katalin: Szöveg és tartalom az információs társadalomban , Pécsi Tudományegyetem Felnőttképzési És Emberi Erőforrás Fejlesztési Kar, Pécs, 2005.

⁵ Fehér Erzsébet: A magyar nyelvészeti szövegkutatás irányai, tárgykörei.

Az egyik, hogy a közleményeknek nem csak egy jelentésük van, természetesen mindenki többféle nézőpontból értelmezheti azokat. Egy befogadó számára sokféle jelentést hordozhat magában a szöveg, így nem lehet kizárólag „a” tartalmat elemezni.

Másodszorra pedig egy közlés jelentése lehet, hogy nem egyértelmű, ezért nem kell általánosan elfogadottnak lennie. A közlemény jelentése mindig a kommunikáció résztvevőjétől függ.

V. Fogalmi magyarázat

5.1. Definíciók

A tudományág jeles képviselői között mindezidáig nem született egységes álláspont a tartalomelemzés meghatározását illetően.

Antal László, tudományág jeles hazai képviselője a következőképpen írta le a tartalomelemzés definícióját:

„Tartalomelemzésnek nevezzük minden olyan eljárást, amelynek során közlemények, üzenetek törvényszerűen visszatérő sajátosságai alapján módszer és objektív eljárással olyan következtetéseket vonunk le, amelyek a közleményekben nyíltan kimondva nincsenek, de az üzenet megszerkesztettségének, azaz kódolásának a módjából kiolvashatók, s esetleg más eszközökkel, más módon (nem tartalomelemzéssel) nyert adatok segítségével megerősíthetők, igazolhatók.”⁶

A tartalomelemzés kommunikációelméleti alapdefinícióját Berelson fogalmazta meg:

„A tartalomelemzés egy olyan kutatási módszer, amelynek célja, hogy a kommunikáció manifesztált tartalmát objektíven, szisztematikusan és kvantitatív eszközökkel írja le.”⁷

E definíciónak a főbb pontjai a következők:

- **Objektivitás:** Ez a követelmény azt köti ki, hogy különböző kutatók, akik ugyanazon a tartalomanyagon végeznek vizsgálatokat, ugyanazon kategóriákat alkalmazva egyező eredményeket kapjanak.
- **Rendszeresség:** Kiköti, hogy az egész tartalmat kell vizsgálni, hogy elkerülhessük az elfogult véleményeket, amelyek csak a téziseinket igazolnák. Továbbá azt is megszabja, hogy a tartalomelemzésnek valamely tudományos problémára, vagy feltételezésre vonatkozó adatokkal kell szolgálnia.

⁶ Antal László: *Tartalomelemzés alapjai*. Budapest, Magvető Kiadó, 1976. 15.o.

⁷ Berelson, Bernard: *Content Analysis*. New York, Free Press, 1952. 18.p.

▪ Kvantitatív követelmény: a tartalomelemzés egyik alapkövetelménye, hogy megmutassa az elemzési kategóriák előfordulásának gyakoriságát.

Klaus Krippendorff kritizálta Berelson nézeteit, mivel szerinte nem egyértelmű, hogy mit ért manifeszt tartalmon és a kvantitatív követelmény pedig túlzottan korlátozó. Krippendorff a következő definíciót fogalmazta meg:

„A tartalomelemzés olyan kutatási technika, amelynek segítségével adatokból a kontextusaikra vonatkozóan megismételhető és érvényes következtetéseket vonhatunk le”⁸

Krippendorff bírálta azokat a kutatókat, akik szerint a tartalomelemzés csupán meghatározott kategóriák szerint szavak, jelzők vagy más jellemzők számlálgatását jelenti vagy akik a szó mögött csak egy olyan módszert értenek, ami csupán adatokból a tartalom kinyerését jelenti. Ő hangsúlyt helyez a módszer céljára, a szimbolikus jelentés feltárására:

„Az adatokat mindig többféle nézőpontból lehet szemügyre venni, különösen akkor, ha szimbolikus jellegűek. Minden írott közleményben meg lehet számolni a betűket, a szavakat vagy a mondatokat. Lehet kategorizálni a szókapcsolatokat, leírni a kifejezések logikai szerkezetét, meghatározni az asszociációkat, a konnotációkat, a denotációkat, a szónoki fogásokat, de szó lehet pszichiatríai, szociológiai vagy politikai interpretációkról is. Mindez egyszerre is érvényes lehet. Röviden – egyvalamely közlés igen sokféle tartalmat hordozhat egy befogadó számára is. Ilyen körülmények között az a törekvés, amely „a” tartalmat kívánja elemezni a kommunikációban, tudományos szempontból nem állja meg a helyét.”⁹

Ezen idézet alapján tehát elmondható, hogy a tartalomelemzés feladata nem abban áll, hogy a tartalmat, hanem hogy egy adott rendszerben a tartalomnak tekinthető jelentést közvetítse. Így, ahogy változik a rendszer, úgy változhat a tartalom is.

Egy másik definíció gyakorlatiasabb magyarázattal szolgál, a tartalomelemző szempontjából fogalmazza meg állítását. Robert Philip Weber a következőt mondja:

„A tartalomelemzés egy kutatási módszer, amely egy sorozat művelet segítségével érvényes következtetéseket von le a szövegből. Ezek a következtetések az üzenet küldőjére, az üzenetre magára, illetve az üzenet befogadójára vonatkoznak”¹⁰

⁸ Krippendorff, Klaus: A tartalomelemzés módszertanának alapjai. Bp., Balassi K. 1995. 22. o.

⁹ Krippendorff, Klaus: A tartalomelemzés módszertanának alapjai. Bp., Balassi K. 1995. 22. o.

¹⁰ Weber, Robert Philip: Basic content analysis. Beverly Hills, CA, Sage, 1985. 9. o.

5.2. A tartalomelemzés nem...

Az egyetlen kérdés, mely minden vitát áthatol, az a tartalom természete: hogyan lehet konceptualizálni és hogyan vehet fel a maga nemében páratlan elemzési problémákat. A tény, hogy eddig még nem sikerült konszenzust elérni a meghatározását illetően, nem meglepő. Arról viszont már sokkal egyezményesebb nézőpont alakult ki, hogy mi nem tartalomelemzés:

A tartalomelemzés nem korlátozódik le verbális adatok elemzésére. Mostanáig főleg újságokra, politikai beszédekre és levelekre alkalmazták ezeket a kutatásokat, de ugyanide sorolhatók a festmények, arckifejezések, intonáció és más, a kommunikáció nem nyelvi formáinak vizsgálata is.

A tartalomelemzők nem azt hivatottak meghatározni, hogy az üzenet mit akar jelenteni. A legtöbb elemzőt a rejtett attitűdök, az írók azonosságai, szimbolikus alakzatok trendjei és hasonló jelenségek vizsgálata érdekli.

Habár a tartalomelemzés folyamata gyakran alkalmaz számolást és néha az eredményeket táblázatokban adja meg, azonban a kvantitatív folyamatok nem garantálják a tárgyilagosságot és nem minden helyzetben alkalmazhatók.

A közleményeknek nem csupán egyetlen jelentésük van. Elemzésüknél többféle nézőpontból közelíthetjük meg őket, főként, ha szimbolikus jellegűek. Ilyen esetben egy közlés több különböző tartalmat hordozhat a befogadó számára, így nem lehet csupán „a” tartalmat elemezni a kommunikációban.¹¹

¹¹ George Gerbner, Ole R. Holsti, Klaus Krippendorff, William J. Paisley, Philip J. Stone: The Analysis of Communication Content, 1969. 1/5.p.

5.3. Dokumentumelemzés és tartalomelemzés

A dokumentumelemzés és tartalomelemzés két különböző módszer, több szempontból is eltérnek egymástól. Közös tulajdonságaik csak annyi, hogy mindkét elemzési technika szövegek és anyagok mennyiségi és minőségi analízisét teszi lehetővé.

A dokumentumelemzés legfőképp napjaink anyagaival foglalkozik, nagyobb szabadságot biztosít a kutató számára és csak az explicit módon megjelenő tartalmak vizsgálatára vállalkozik.

Ezzel ellentétben viszont a tartalomelemzés irányulhat olyan forrásokra is, amelyek a múlthoz kötődnek, a kutató számára nem biztosít akkora szabadságot, mivel meghatározott lépések egymásutánjából áll és nem korlátozódik le csupán a nyilvánvaló tartalmak elemzésére, hanem rejtett összefüggéseket is feltár.

5.4. A tartalomelemzés alkalmazási területei:

Ezt a kutatási technikát legfőképp a politikatudományban és a szociológiában alkalmazzák. A kutatások céljai, hogy információt nyerjenek a szövegekből az üzenet megfogalmazójának szándékáról, majd további következtetéseket vonjanak le a személyekről és társadalmi jelenségekről.

Íme néhány alkalmazási terület:¹²

- Nemzetközi különbségek kiszűrése a kommunikáció tartalmából.
- A kommunikációs médiumok és szintek összehasonlítása.
- A tudományosság fejlődésének kimutatása.
- Személyek vagy csoportok pszichológiai állapotának felmérése.
- Propagandacélok kimutatása.
- Kulturális jellemzők kimutatása.
- Statisztikai jellemzők feltárása.
- Kommunikációs trendek kimutatása.

¹²Weber, Robert Philip: Basic content analysis. Beverly Hills, CA, Sage, 1985.

VI. A tartalomelemzés típusai

Több szerző is meghatározta és osztályozta a tartalomelemzés típusait és alkalmazásmódjait, egységes álláspont azonban ezidáig még nem született.

Janis három fajta tartalomelemzésről beszél:

- Pragmatikus tartalomelemzés: a tartalomelemzés ezen módja aszerint különbözteti meg a vizsgált adatokat, hogy azok milyen hatást váltanak ki a gyakorlatban.
- Szemantikai tartalomelemzés: mint ahogy az elnevezés is utal rá, a jel és a jelölt tárgy kapcsolatára vonatkozik. Tehát, hogy egy adott szövegben hányszor utalnak például a vizsgált tárgyra. Ennek a típusnak létezik még 3 ága. A megnevezésanalízis azt vizsgálja, hogy egyes személyeket, dolgokat vagy fogalmakat hányszor említenek meg. Az attribúcióanalízis célja, hogy kimutassa a szövegben az egyes jellemvonásokra tett utalások számát. És végül a kijelentésanalízis, mely azt vizsgálja, hogy bizonyos objektumokat milyen gyakorisággal elemeznek egy meghatározott módon.
- Jelhordozó-elemzés: a tartalmat a jelzések pszichofizikai sajátosságai szerint osztályozzák.

Holsti más típusú felosztása a tartalomelemzést három fő szempontból vizsgálja:

1. a kommunikáció jellemzőit leírni – kinek, mit, hogyan mondtak valamit.
2. a kommunikáció előzményeivel kapcsolatban következtetéseket levonni – miért mondtak valamit.
3. a kommunikáció hatásaival kapcsolatban következtetéseket levonni – milyen hatása volt a mondottaknak.¹³

¹³ Krippendorff, Klaus: A tartalomelemzés módszertanának alapjai. Bp., Balassi K. 1995. 36. o.

Berelson a tartalomelemzés 17 alkalmazási területét különbözteti meg:¹⁴

- a kommunikációs tartalomban lévő trendek leírása
- a tudományosság fejlődésének kimutatása
- a kommunikáció tartalmában lévő nemzetközi eltérések feltárása
- a médiák vagy a kommunikáció szintjeinek összehasonlítása
- a kommunikáció tartalmának az ellenvetések oldaláról való ellenőrzése
- a kommunikációs standardok megszerkesztése és alkalmazása
- a technikai vizsgálat eljárások támogatása
- a propagandamódszerek leleplezése
- a kommunikációs anyagok olvashatóságának mérése
- a statisztikai jellemzők feltárása
- a kommunikátorok szándékainak és egyéb jellemzőinek kimutatása
- az egyének vagy csoportok pszichológiai állapotának meghatározása
- a propaganda jelenlétének leleplezése
- politikai és katonai hírszerzés biztosítása
- a különböző népességcsoportok attitűdjeinek, érdeklődésének és értékeinek kimutatása
- a figyelem középpontjának feltárása
- a kommunikációra adott attüdinális és viselkedési reakciók leírása

¹⁴ Berelson, Bernard: Content Analysis. New York, Free Press, 1952.

VII. A tartalomelemzés lépései

Klaus Krippendorff a tartalomelemzést hét, egymástól jól elkülöníthető részre osztotta, melyek sorrendben a következők:

- adatkészítés
- egységmeghatározás
- mintavétel
- adatrögzítés
- adatredukció
- következtetés
- elemzés

7.1. Adatkészítés

Az adatok feljegyzett, rögzített szimbólumok, melyek jelentése sajátos helyzetben derül ki. Adatnak sokféle formája lehetséges, lehet akár egy betű, vagy egy kimondott szó, viszont a tartalomelemzés szempontjából fontos, hogy rögzítsék őket. Téves az a felfogás, hogy az adat egyenlő a ténnyel, hiszen az adatnak nem biztos, hogy köze van a való világhoz (pl. propaganda).

Az adatoknak információhordozóknak és reprezentatívnak kell lenniük a tényleges jelenségre vonatkozóan.

7.2. Egységmeghatározás

Az elemzési egységeknek háromféle típusa létezik: mintavételi egység, adatrögzítési egység és kontextuális egység.

A **mintavételi egységek** a mintavétel szempontjából fontosak, magában foglalják a sokaság elemeit és a mintát ebből veszik. Mintavételi egységeknek tekinthetők az egymástól független megfigyelt valóság vagy a nyelvi kifejezés. Jól definiálható határai léteznek. Ezen egységeknek függetlennek kell lenniük egymástól, hogy valamely mintavételi egységből való adat elemzésből való kizárása ne járjon más egységekre nézve következményekkel.

Az **adatrögzítési egység** a mintavételi egységek részét képezik, és egy leíró munka eredménye. Az adatrögzítési egységek az elemzés alapját jelentik és a mintavételi egységeken belül az információt együttesen tartalmazzák. Úgy is lehet definiálni, hogy „a tartalom specifikus szegmentuma, amelyet egy adott kategóriába sorolással jellemezünk.”¹⁵ Az adatrögzítési egységeket a **kontextuális egységek** építik fel. Körvonalazzák az adat részleteit, amit meg kell vizsgálni annak érdekében, hogy az adatrögzítési egységeket jellemezni tudjunk.

Ezen módszerek segítségével a tartalomelemzés során a következő féle egységeket azonosíthatjuk:

- fizikai egységek: lehet akár könyv, plakát, költemény, stb.
- szintaktikai egységek: a szavak a legkisebb egységei a dokumentumoknak és a legbiztosabb adatrögzítési egységei is.
- referenciális egységek: ezeknek az egységeknek a jellemzői, hogy saját objektumukkal, történésekkel, személyekkel írhatjuk le. A referenciális egységek használható a létező jelenségek ábrázolásának jellemzésére, elemzi az objektumokat és azok attribútumait.
- propozicionális egységek
- tematikai egységek

¹⁵ Krippendorff, Klaus: A tartalomelemzés módszertanának alapjai. Bp., Balassi K. 1995.

7.3. Mintavétel

Ha nagy terjedelmű közléseket vizsgálunk lehetetlen minden egyes elemet figyelembe vennünk. Ilyen helyzetben a tartalomelemzésnél a nagy terjedelmű „szövegtörzsből” úgy veszünk mintákat, hogy azok tükrözzék az egész közlemény sajátosságait. A mintavétel módjának megválasztásánál messzemenően figyelembe kell venni azt, hogy melyik a vizsgálat céljához legjobban illeszkedő elemzési egység. A mintavétellel gondoskodunk arról, hogy a mintába való felvételekor ne legyen részrehajlás egyik vagy másik elemzési egység javára.

Ha nagy adatmennyiségből kell választanunk, a mintavételi típusai a következők lehetnek:

Véletlen mintavétel

Ha semmiféle előzetes ismeretünk nincs a jelenségekorről, akkor az egyszerű, véletlen mintát előírányzó mintavételi terv az összes olyan releváns egység (reklám klippek, dokumentumok, az egyes megszólalóhoz tartozó megszólalások egy csoportban, szavak vagy mondatok) lajstromba vételét tartalmazza, amelyekkel kapcsolatban törvényszerűségeket kívánunk megfogalmazni. Annak eldöntéséhez pedig, hogy melyik egység kerüljön be a mintába bármiféle más módszer alkalmazható, amely egyforma esélyt nyújt minden egység számára.

Szisztematikus mintavétel

A szisztematikus mintavétel azt jelenti, hogy egy lista minden n -edik egységét beválasztjuk a mintába, miután véletlenszerűen meghatároztuk a sorozat kiindulópontját. A tartalomelemzésben a szisztematikus mintavételt akkor részesítik előnyben, ha az adatok rendszeresen megjelenő publikációkból, tévé-műsorokból, emberek közötti interakciók sorozatából, írásművek, rádióreklámok vagy reklámfilmek sorozatából származnak. A szisztematikus mintavétel fő problémája az, hogy az n szakasz intervalluma állandó, és ezért félrevezető mintákat hozhat létre, ha egybeesik bizonyos természetes ritmusokkal, pl. a szezonális változásokkal vagy más, ciklikus szabályszerűségekkel.

Rétegzett minták

A rétegzett mintavétel abból indul ki, hogy több, egymástól különböző alpopuláció (réteg) létezik egy populáción belül. Minden egyes mintavételi egység csupán egy réteghez tartozik. Véletlen mintavétel csak külön-külön, az egyes rétegeken belül folyik úgy, hogy a kapott minta a populáción belül eleve létező, ismert különbségeket tükrözze. Ez tulajdonképpen a szegmentációs kritériumoknak megfelelő mintavétel. A véletlenszerűség csak a szegmensen belüli kiválasztásban érvényesül.

Klaszteres mintavétel

A klaszteres mintavétel az elemek csoportjait tekinti mintavételi egységeknek. A csoportoknak természetes rendeltetése és határa van. Egy valamilyen csoport kiválasztása annak minden elemét beviszi a mintába, s mivel a csoportok ismeretlen számú elemet tartalmaznak, annak valószínűsége, hogy egy egység bekerül-e egy mintába, a csoportméretekől függ. A szegmentálás kritériumai ugyancsak követhetik a klaszterezés elveit.

A klaszteres minta kialakítása nem más, mint gyakorlati válasz arra, hogy általában képtelenség egyenként összeírni egy populáción belül az elemeket arra viszont már van lehetőség, hogy összeírjuk azokat a csoportokat, amelyekben ezek előfordulnak. A klaszteres (csoportos) mintavétel azt feltételezi, hogy egy nagyobb adathalmaz néhány kritérium szerint alcsoportokba osztható: pl. egy termék állandó fogyasztóinak csoportja, a konkurens termék hűségű fogyasztóinak és a termék ellenzőinek csoportja. Ha a tévé tartalmainak hatását vizsgáljuk, mintát vehetünk a sűrűn tévézők és az alig tévézők csoportjából.

Változó valószínűségű mintavétel

Ebben az esetben a mintába való bekerülés valószínűségét minden egység számára előzetesen megállapított kritérium szabja meg.

Leggyakrabban az ún. „arányosított alminták alapján történő mintavétellel” találkozunk, amelyeknél az almintába kerülés valószínűségét az almintához (minta százalékos arányához) igazítják. Ez azt jelenti, hogy amilyen mértékben része az almintá annak a populációnak, amelyből a mintát képezzük, olyan mértékben kerül bele a vizsgálatba.

A változó valószínűségű mintavétel azért fontos a tartalomelemzés számára, mert épp az a feladata, hogy olyan jelenségekkel kapcsolatban fogalmazzon meg következtetéseket, amelyek sokszor torzítva jelennek meg a hivatalos közleményekben.

Ha a közvéleményt szeretnénk vizsgálni valamilyen közérdekű jelenséggel kapcsolatban és csak a tévében vagy a rádióban megjelenő közleményeket tennénk meg véletlenszerű mintavétellel a tartalomelemzés tárgyává, mintavételünk torzított lenne. A mindennapi életben megjelenő közvélemény alakításában nem ugyanaz a részesedése a médiának és a magánembernek. Ha csak a médiát figyeljük, torzítunk, ha pedig csak a magánember megnyilatkozásait elemezzük, akkor sem a teljes valóságot vizsgáljuk. Ilyen esetben más-más arányban veszünk mintát a médiaközleményekből is (médiá almintá) és a magánemberek vélekedéseiből is (magánemberek almintája). Ennek az arányszámnak, szorzónak (valószínűségnek) a megállapítása külön előtanulmányt igényel: különböző rétegekhez tartozó emberek véleményeinek, meggyőződéseinek feltérképezése abból a szempontból, hogy milyen forrásokból érték őket hatások a vizsgált témakörben. Általában mindenki hallgat rádiót, néz tévét, ám nem kizárólag innen szerzi információit. Ezen kívül mindenkit befolyásolnak azok az emberek (családtagok, barátok, munkatársak, ismerősök stb.), akikkel mindennapi kapcsolatban van. Így megfigyelhető, hogy átlagosan 2–4 médiaközleményre, 10–15 magánemberi befolyás esik.

Ha képet akarunk kapni arról, hogy milyen összkép alakult ki a fogyasztók körében egy adott termékről, érdemes belevenni – különböző arányszámmal – az egyik almintába a reklámközlemények különböző elemeit és a másik almintába a termék fogyasztóinak közléseit. Az ilyen vizsgálat megtervezésénél a piackutatónak szem előtt kell tartania, hogy a reklámok nem mások, mint szisztematikusan eltorzított mintái a fogyasztók körében élő véleményeknek. Előfordulhat, hogy a tartalomelemzés eredményei az egyik almintában lényegesen különböznek a másik almintában kapott eredményektől. Fontos támpontot jelenthet a gyártó vagy a forgalmazó számára, hogy a fogyasztók másként vélekednek a termékről, mint ahogyan azt a termék reklámjai üzenik.

A változó valószínűségek azt a gyakorlati ismeretet reprezentálják, amellyel a kutató az adatok kontextusáról rendelkezik, minthogy azonban ez az ismeret gyakran bizonytalan vagy hipotetikus, a változó valószínűségű mintákat nehéz igazolni, és csak rendkívüli óvatossággal szabad velük dolgozni.

Úgy tűnhet, nagy a szabadság a legkülönbébb mintavételi tervek kidolgozásában, ám a fő cél mégiscsak az, hogy olyan mintákat kapjunk, amelyek reprezentatívak a vizsgált jelenségek körét illetően. E terv koncepcionális igazolása általában nehezebb feladat a tartalomelemzésnél, mint a kérdőíves felmérésnél, amelyből a mintavétel technikájának és terminológiájának legnagyobb része származik.

A mintavételi eljárás meghatározása után további fontos kérdés a minta nagysága. A mintanagyság tesztelésére szolgáló technika az ún. felezéses technika. Ennek során a mintát két egyforma részre osztjuk. És ha valamelyik rész ugyanazokat a statisztikai következtetéseket támasztja alá, ugyanazon a megbízhatósági szinten, akkor az egészet el lehet fogadni megfelelő méretű mintának.

Véletlen és rendszeres tévedés

A mintavétellel kapcsolatban beszélhetünk még a véletlen tévedés és a rendszeres tévedésről. A különbség köztük az, hogy a véletlen tévedések többnyire kiegyenlítik egymást, mivel nem ugyanabba az irányba hatnak, és a vizsgálat végeredményét nem hamisítják meg. Ellenkező esetben, a rendszeres tévedés esetében, a tévedések mindig egy irányba hatnak, és a vizsgálat nagysága nemhogy eltüntetné ezeket a tévedéseket, hanem csak fokozza és ezáltal a végeredménybe is belekerül. Utóbbira példa Hatch kutatása 1932 és 1942 között, amely arra vonatkozott, hogy a New York Times társasági rovata milyen házasságkötésekről adott hírt. A teljes 10 évnyi anyag nagyon sok lett volna, ezért minden évből a június havi példányokat választotta ki mintául. Így történhetett, hogy a vizsgálat eredménye szerint 10 év alatt egy zsidó pár sem házasodott össze. Hatch különféle hipotézisek gyártásába kezdett a jelenség magyarázatára. A rejtélyről Cahnmann rántotta le a leplet 1948-ban, miszerint a zsidó vallás tiltja júniusban a házasságkötést.

Érdemes tehát nagyobb vizsgálat előtt szakértőket, statisztikusokat megkérdezni a mintavétellel kapcsolatban, főleg a nagyobb kutatások előtt.

7.4. Adatrögzítés

Csak azokat az adatokat tudjuk megfelelően elemezni, amelyek le vannak rögzítve, hiszen általában tele vannak szimbolikus formákkal. Ezért ezeket a szimbolikus közleményeket mindig olyan alakba kell átalakítani, amelyek már lehetővé teszik az adatfeldolgozást és a következtetések levonását.

7.4.1. Kódolás és kategóriák

A kódolás fázisában a szöveg egyes részeit (pl. a fókuszcsoport vagy az egyéni mélyinterjú szöveges átiratának „kódolási egységeit”) előre megállapított kategóriákhoz soroljuk. A kvalitatív tartalomelemzés esetében a kódolás nem előre meghatározott kategóriák szerint történik, hanem ezek a kategóriák az elemzés folyamatában alakulnak ki. Csak olyan szavak, mondatok jelentése kódolható, amelyek a szövegben ténylegesen megjelennek. A jelen nem levőt nem lehet sem megszámlálni, sem kódolni.

7.4.2. A kódolás helye a tartalomelemzésben.

A kódolás az a folyamat, amelynek révén a nyers szövegadatokat módszeresen nagyobb egységekbe soroljuk, s így lehetővé tesszük a tartalom valóban lényeges leírását és összefüggéseinek megragadását. Azokat a szabályokat nevezzük kódolási szabályoknak, amelyek a szövegelemek és a kódnévben jelölt kategória közötti kapcsolatot írják elő (másként kódolási előírásoknak is nevezik ezeket). A kódolási szabályok tehát minden tartalomelemzés központi részét képezik, s ezek előkészítése egy sor lényeges döntést igényel. Többek között az alábbi kérdésekre kell válaszolni:

- Milyen kategóriákon keresztül határozzuk meg a kutatási problémát, azaz milyen kategóriákat vegyünk fel?
- Milyen rendszert képezzenek a felvett kategóriák?
- A tartalom milyen egységeit osztályozzuk?

7.4.3. A kategóriák

A tartalomelemzés egyik alapelve szerint ez a típusú vizsgálódás abból áll, hogy „a sokból keveset csináljunk”. A közlemények igen nagy számú elemét (szavait, mondatait) viszonylag kevés számú elemre, kategóriára csökkentjük. Ezzel a kevesebb számú adattal, amely adatok a jelenségek egy-egy fogalmi kategóriáját képezik – már könnyebben tudunk bánni. Egy ilyen egyszerűsítő művelettel a szöveg már átláthatóvá és rendezetté válik, s az elemezhetőség szempontjából a „kevesebből több lett”.¹⁶

Lényegében a kategóriák két típusát különböztetjük meg:

- az előre *meghatározott* kategóriák,
- a vizsgálat során *kibontakozó* kategóriák.

A kategóriák egyik esetben sem állnak önmagukban vagy felsorolásszerű rendezetlenségben. Mindig valamilyen logikai rendszerbe rendezik a kategóriákat, s így kategória-rendszerekről beszélünk. Berelson (1971) szerint „*a tartalomelemzés a kategóriákon áll vagy bukik. A konkrét tanulmányok olyan mértékben voltak eredményesek, amilyen mértékben a kategóriákat világosan fogalmazták meg és helyénvalóan alkalmazták azokat a tartalom problémáira. A találmásra felépített tartalomelemzési vizsgálatok, amelyek kategóriái bizonytalanok vagy szegényesen tagoltak, majdnem biztosan érdektelen vagy alacsony minőségű kutatási eredményekre vezetnek. Noha az elemzés más szakaszaiban is szakszerű eljárásra van szükség, a megfelelő kategóriák kialakítása és definíciója központi jelentőségű. Mivel a kategóriák tartalmazzák a vizsgálat lényegét, egy tartalomelemzés sem lehet jobb, mint a kategóriái.*”¹⁷

7.4.4. A kategória-alkotás szabályai

A kategória-alkotásnak vannak szabályai, mint például, hogy a kategóriák tükrözzék a kutatás célját, legyenek kimerítőek, egymást kölcsönösen kizárják és származzanak ugyanazon osztályozási elvből.

Tükrözniük kell a kutató problémáját, azaz a kutatásnak világosan meg kell határoznia azokat a változókat, amelyekkel foglalkozik, valamint pontosan körül kell írnia,

¹⁶ <http://www.hik.hu/tankonyvtar/site/books/b156/ch02s09s02.html>

¹⁷ Antal László: *Tartalomelemzés alapjai*. Budapest, Magvető Kiadó, 1976. 49.o.

hogy melyek azok az ismérvek, amelyek eldöntik, hogy egy konkrét tartalmi adat az adott kategóriákhoz tartozik-e. Ez két követelményt von maga után: az érvényességet és a megbízhatóságot.

Alaposan át kell gondolni a kategóriák számát is. Hiszen előfordulhat az az eset is, ha túl sok kategóriát használunk, mindegyiket csak egyszer használjuk. Mindig fel kell tenni a kérdést, hogy „Mit nyerünk azzal, ha több kategóriát veszünk fel?”. Ha több kategóriát használunk, több lehetőség nyílik az összehasonlításra, ugyanakkor a sok, finomabb kategória miatt problémássá válhat az osztályozás és előfordulhat, hogy maradnak a szövegben nyers adatok is.

A kiválasztott szöveg minden fontos elemét el kell tudni helyezni valamilyen kategóriában. Ezt jelenti az a szabály, miszerint a kategóriáknak kimerítőeknek kell lenni. Egynél több kategóriához viszont egyetlen adat sem sorolható, ez biztosítja a kölcsönös kizáróság szabályát.

A kategóriák függetlensége megköveteli, hogy az egyes adatoknak kategóriákba való besorolása független kell, hogy maradjon a többi adat kategorizálásától. Az egységes osztályozási rendszer feltétele pedig azt határozza meg, hogy a kategóriák ugyanazon a rendszeren alapuljanak, ugyanabból származzanak, azaz nem keveredhetnek különböző fogalmi síkok.¹⁸

Vannak az évek során jól bevált tartomelemzési kategóriák, amelyeket használhatunk

Az amerikai Pulitzer díjas író, Frank Luther Mott az újságok tartalmát a következő kategóriarendszerbe sorolta:

- | | |
|-----------------------|--------------------------------------|
| 1. Külföldi hírek | 7. Társasági hírek |
| 2. Hazai hírek | 8. Női rovat (pl. divat) |
| 3. Közéleti problémák | 9. Színház, mozi |
| 4. Vezércikkek | 10. Rádióműsor |
| 5. Üzlet, pénzügy | 11. Karikatúra |
| 6. Sport | 12. Egyéb illusztráció (pl. fénykép) |

¹⁸ Antal László: Tartomelemzés alapjai. Budapest, Magvető Kiadó, 1976. 54.o.

Leginkább az érték kategóriák használatosak. **White** az értékek elemzésére dolgozta ki a következő kategóriarendszert. Az ilyen fajtacsoportosítás azt jelzi, hogy egy csoport értékei között nagyobb a hasonlóság, mint különböző csoportok értékei között. Így például a teljesítmény és függetlenség között ugyanakkora a különbség, mint a teljesítmény és elismerés között, de a teljesítmény és pihenés közti különbség már mindkettőnél nagyobb.

Fiziológiai értékek:

1. Élelem
2. Fajfenntartás
3. Pihenés
4. Egészség
5. Biztonság
6. Kényelem

Egoisztikus értékek:

1. Függetlenség
2. Teljesítmény
3. Elismerés
4. Önbecsülés
5. Uralkodás
6. Agresszió

Gyakorlati értékek:

1. Gyakorlatiasság
2. Birtoklás
3. Munka

Kognitív értékek:

1. Tudás

Szociális értékek:

1. Szex
2. Család
3. Barátság

Játékos értékek:

1. Új élmény
2. Izgalom
3. Szépség
4. Humor
5. Alkotó önkifejezés

Különféle értékek:

1. Boldogság
2. Érték általában

7.4.5. Kategóriarendszerek

A kategóriarendszerek legáltalánosabb formái a kategória-szótárak és a kategóriakatalógusok. Az ilyen szótárak és katalógusok (olykor „leltár”-nak is nevezik ezeket) azt határozzák meg, hogy az egyes szavak milyen magasabb fogalmi csoportba sorolhatók.

7.4.6. A kódolási vagy elemzési egységek

Minden empirikus vizsgálat első feladata annak meghatározása, hogy mit is kell megfigyelni, rögzíteni, majd adatnak tekinteni. „Adatok”-ról beszélünk, mert egy empirikus vizsgálathoz nagyszámú információhordozó egységre „adat”-ra van szükség. Az egységképzés azt jelenti, hogy meghatározzuk ezeket az egységeket, elkülönítjük őket, majd azonosítjuk őket az elemzés számára.

Az kódolási (elemzési) egységek megállapítása két szempontból is lényeges előkészítő feladat:

- Az egységek meghatározásával válik egyértelművé, hogy a kitzűzött kutatási cél miként és milyen alapegységeken keresztül vizsgálható.
- A kódolási egység a mintavételi eljárást lényegesen befolyásolja.

Nem elég meghatározni, hogy milyen kategóriák szerint osztályozzuk, azaz milyen kategóriákhoz soroljuk a szavakat, mondatokat, kijelentéseket. Az elemzőnek azt is el kell döntenie, hogy milyen természetű (kódolási-elemzési egység), illetve milyen terjedelmű egységeket (szövegegységeket) kódol majd a kategóriákba. E tekintetben is különböző lehetőségek állnak fenn, mert kódolási egység lehet: a fogalom, a téma, a szereplő típusok és a műfaj.

Kétségtelen, hogy a leggyakrabban használt kódolási egység a *fogalom* (s ennek fizikai hordozója, a szó) volt, amely egyben a gyakorlatilag lehetséges legkisebb kódolási egység is. A múltban, főleg a nagy kiterjedésű vizsgálatok esetében, kerülték, mert igen költséges volt. A számítógépek és a tartalomelemző szoftverek megjelenése óta ez a szempont lényegében elesett.

Gyakran használt kódolási egység *a téma is*. A tartalomelemzésben azonban a „téma” fogalmát sokkal szűkebb értelemben használják, mint a köznapi életben. A téma egy egyszerű értékelő megállapítás valamivel kapcsolatban. Szinte nélkülözhetetlen eleme a piackutatásban alkalmazott tartalomelemzésének. Ezeket a témákat kell azután kategóriákhoz sorolni, azaz kódolni. A téma, mint kódolási (elemzési) egység problematikus lehet, amiatt, hogy sokszor elég nehéz a témát – vagy egyszerre jelenlévő több témát – a bonyolultabb mondatokból kihámozni.

Olyan tartalomelemzéseknél, ahol a közlemény történetet mutat be, pl. reklám, szerepjáték a fókuszcsoportban, fogyasztói szokások vizsgálata stb., jól bevált kódolási egység a szereplő típusok, amelyekkel a tartalom egésze jól jellemezhető.

Ha arra vagyunk kíváncsiak, hogy milyen tartalmi jellegzetességei vannak annak, hogy valamilyen közlemény egyik vagy másik műfajban jelenik meg, akkor a műfaj is lehet kódolási egység. Más szóval, akkor érdemes a műfajt elemzési egységnek megtenni, ha kimondottan az érdekel minket, hogy van-e a kommunikációs műfajnak hatása a befogadóra (pl. ha ugyanazon termék vagy szolgáltatás esetén, a különböző marketingkommunikációs eszközök hatását kívánjuk vizsgálni).

A kódolási egység kiválasztása éppen úgy befolyásolhatja a tartalomelemzés végeredményét, mint a kategóriák megválasztása. Három amerikai tartalomelemző 1942-ben négy különböző kódolási egységgel dolgozta fel ugyanazokat a dokumentumokat. A négy módszer egyezést mutatott a tartalmi tendenciák irányai tekintetében, csupán azok terjedelmében mutatkoztak különbségek.

7.5. Adatredukció

A számítógépes tartalomelemzésnél használatos módszer. Egy változóról gyűjtött teljes adattömeget eredeti formában általában lehetetlen értelmezni. Az adatredukció az a folyamat, ami az eredeti adatokat jobban kezelhető alakban összefoglalja, miközben a lehető legtöbb eredeti részletet igyekszik megtartani.

7.6. Következtetés

Minden kommunikációs folyamat során a „ki, mit, hogyan, kinek, milyen hatással és miért közöl?” kérdésekre keressük a választ. A ki kérdése a kommunikáció forrására vonatkozik, a mit a tartaloméra, a hogyan a kódolási sajátosságokra, a kinek az üzenet célba vett közönségére, a milyen hatással az üzenet effektusára, eredményére, a miért pedig az üzenetnek előzményeire és céljaira. A kutató három lehetséges célból vizsgálhatja a szöveget:

- Következtetéseket vonjon le a szöveg sajátosságairól
- Az üzenet okairól vagy előzményeiről
- A kommunikáció hatásairól.

A tartalomelemzés fontos része a kutatási terv. A kutatónak a vizsgálat előtt meg kell tudni mondania, hogy milyen kérdésre várja a választ. Minden vizsgálat kiindulópontja a kutató hipotézise. Adott kell, hogy legyen egy probléma, melynek megoldására hatékonyabb és olcsóbb megoldás a tartalomelemzésnél nem létezik. A kutatási tervben a kutató hipotézise és az alkalmazandó módszerek meghatározása történik, és rögzíti, hogy a kutatásból milyen típusú következtetéseket kell levonni.

7.6.1. A szöveg sajátosságainak leírása

Ezek a vizsgálatok a legtöbb esetben a „mit” kérdéssel állnak kapcsolatban és arra vonatkoznak, hogy valamely forrásnak valamilyen jelenséggel szemben milyen méretű a figyelme, milyen tendenciák érvényesülnek a kommunikációban, milyen különbségek vannak az egyes tömegkommunikációs eszközök között. Az összehasonlításoknak különböző módja létezik. Ugyanannak a forrásnak a különböző időből származó dokumentumait hasonlíthatjuk össze, és így megállapíthatjuk a forrás beállítottságának, attitűdjeinek változásait, tendenciáit. Ilyen vizsgálatokat végeztek azzal kapcsolatban például, hogy miként változtak a vidéki újságok, vagy hogyan módosult a tudományos érdeklődés az utóbbi évtizedek folyamán a pszichológiában, szociológiában. Ez az elemzési módszer a leggyakoribb a tartalomelemzések közül.

A következő módszer, mikor ugyanazon forrás különböző időpontokban és különböző szituációkban létrehozott üzeneteit hasonlítják össze. Ekkor kimutatható, hogy a megváltozott körülmények milyen változást idéztek elő a szöveg jellegzetességeiben. Erre

példa, mikor azt vizsgálták, hogy azok a lapok, amiknek konkurenciával, versenyhelyeztetel kell számolniuk, jobb hírtájékoztatót adnak-e, mint a maguk területén monopolhelyzetben lévők.

A harmadik típus, mikor két vagy több típus összefüggéseit vizsgáljuk ugyanabban a dokumentumban, üzenetben. Ilyen kutatás volt például a háborús és népjóléti kiadás összefüggéséről az amerikai politikai irodalomban.

Vizsgálhatjuk különböző források üzeneteit is, ilyenkor lehetőség nyílik az üzenetek közti különbségekből az adott források közti különbségekre következtetni, legyen az nyelvi különbség, propagandabeli különbség, stb.

7.6.2. Következtetések a kommunikáció okairól és előzményeiről

Az üzenetet ebben az esetben azért vizsgáljuk, hogy szöveg előzményéről és okairól vonhassunk le következtetéseket. Ez a típus az üzenet küldőjére, tehát a szerzőre és az üzenet küldésének miéértjére vonatkozik, éppen ezért ebben az esetben felvetődik néhány probléma. Nevezetesen, egy személy kijelentései, megállapításai és a szándékai, érzései, céljai között nem egyértelmű az összefüggés. Ugyanazt a dolgot sokféleképpen ki lehet fejezni, ezért ezek a következtetések, amelyeket kizárólag tartalmi adatokból vonunk le, sohasem meggyőzőek, külső megerősítést igényelnek. Azért, hogy ezek a következtetések megbízhatók legyenek, szükség van a tartalmi adatok összehasonlítására valamilyen független bizonyítékkal. Például irodalmi szövegek tartalomelemzését, az elemzés eredményeit az írók életrajzi adataival hasonlították össze.

7.6.3. Következtetések az üzenetek hatásairól

Ezek a vizsgálatok az üzenetek hatásaival kapcsolatos következtetésekre irányulnak. Itt sem lehet feltételezni, hogy egy üzenet ugyanazt a hatást fejtje ki minden befogadó személyben. Különböző személyek különböző módokon fogadják be, értékelik az üzeneteket. Ez több tényezőtől függ, mint például a forrás megbízhatóságáról kialakult meggyőződésüktől vagy attól, hogy milyen helyzetben találkoztak az üzenettel. Így ebben az esetben sem lehet csupán az üzenet tartalmára koncentrálni, hanem tekintettel kell lenni a befogadóra is. A hatás megállapításának egyik lehetséges módja, ha összehasonlítjuk a befogadó személy vagy csoport azon üzeneteit, amelyeket a forrás hatása előtt hozott létre

azokkal, amelyeket a forrás hatása után. Persze itt is felmerül egy kérdés, hogy biztos-e, hogy a befogadó személyre vagy csoportra nem volt hatással egy másik forrás is.¹⁹

Cél	Összehasonlítási típus	Kérdés	Kutatási probléma
I. kommunikáció jellegzetességeinek leírása	A forrás üzeneteinek összehasonlítása 1. idő szerinti változók alapján 2. szituáció szerinti változók alapján 3. hallgatóság szerinti változók alapján 4. ugyanazon dokumentumban előforduló változók alapján A és B forrás üzeneteinek összehasonlítása Üzenetek és normák összehasonlítása	<i>Mit?</i> <i>Hogyan?</i> <i>Kinek?</i>	A kommunikáció tendenciájának leírása A forrás ismert jellegzetességeinek viszonyítása a forrás üzeneteihez A kommunikáció tartalmának összehasonlítása normákkal, szabványokkal A meggyőzési technika elemzése A stílus elemzése A hallgatóság ismert jellegzetességeinek viszonyítása a neki szánt üzenetekhez A kommunikáció alakzatainak leírása
II. Következtetések levonása kommunikáció előzményeit illetően	Üzenetek és nem szimbolikus viselkedés összehasonlítása 1. közvetlenül 2. közvetve	<i>Miért?</i>	Politikai, katonai, gazdasági információk megszerzése; az egyén pszichikumának vizsgálata; kulturális változások kikövetkeztetése
III. Következtetések levonása kommunikáció hatásait illetően	Az adó és vevő üzeneteinek összehasonlítása Az adó üzeneteinek és a vevő viselkedésének összehasonlítása	<i>Milyen hatással?</i>	Olvasmányosság mérése, információáramlás elemzés, a kommunikációra adott válaszok megállapítása

(Forrás: Ole E. Holsti: *The Analysis of Communication Content*)

A tartalomelemzés folyamata

1. sz. táblázat

¹⁹ Antal László: *Tartalomelemzés alapjai*. Budapest, Magvető Kiadó, 1976. 41.o.

7.7. Elemzés:

A tartalomelemzés gyakorlata igen széles körűen alkalmazza az egyes elemzési technikákat. Nem is lehetne ezeket most mind felsorolni, ezért most csak azokat sorolom fel, amelyek a leggyakrabban fordulnak elő.

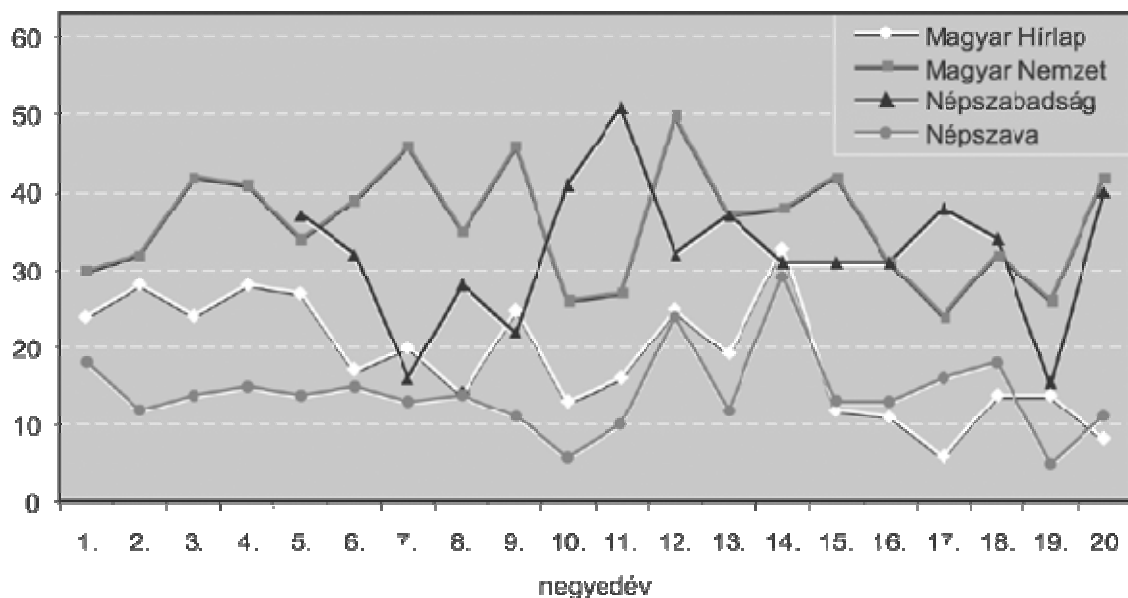
Gyakoriság-elemzés

A legáltalánosabb módja az adatok elemzésének. Két fajtája létezik:

- abszolút gyakoriság: A mintában a keresett szavak száma.
- relatív gyakoriság: a szavaknak a szövegben való előfordulási aránya. Ennek nagyságát egy adott adat esetén úgy kaphatjuk meg, hogy az adat előfordulási számát osztjuk az adathalmazban levő elemek számával. Ezt a relatív gyakoriságot meg lehet adni százalékos formában is.

A gyakoriságot ábrázolja a következő diagram is, ahol a drogproblémákkal összefüggő cikkek számát vizsgálták négy különböző napilapban. A vizsgált időszak hossza 20 negyedév, azaz öt év volt.

Példa gyakoriság-elemzésre



(Forrás: www.mediakutato.hu)

Példa gyakoriság-elemzésre

1. sz. ábra

A változók közötti relációk elemzése

Az adatok bemutatásának másik gyakori formája, az asszociációk, korrelációk és kereszttáblázatok alkalmazása. Ilyenkor az adatok egybeesésének gyakoriságát vizsgálják. Könnyebben lehet következtetéseket levonni, ha adatokkal alátámasztható, hogy két esemény egyszerre gyakrabban fordul elő, tehát valamilyen kapcsolat van köztük. A kereszttáblázatok leggyakoribb formái két- illetve háromdimenziósak, mivel ezeket könnyebb áttekinteni, de léteznek többdimenziós kereszttáblázatok is.

Ezzel a módszerrel lehetőség nyílik kérdőívek válaszainak belső összefüggésrendszerének vizsgálatára is. Erre példa a következő táblázat, amely a hálapénz fizetésének gyakoriságát és az orvoshoz fordulás időpontja közti kapcsolatot szemlélteti.

Mikor fordul orvoshoz? panasz nélkül is, vagy enyhe panasz esetén	csak súlyosabb panasz esetén		sohasem
Fizet	28,8	19,7	11,4
Nem fizet	71,3	80,3	88,6
Összesen	100,0	100,0	100,0

(Forrás: www.tarsadalomkutatas.hu)

Példa a változók közötti relációk elemzésére

2. sz. táblázat

Imázs- vagy portré-elemzés

Szintén egy tipikus tartalomelemzési módszer, amely olyan kérdésekre próbál választ adni, mint például milyen képet alkot a szöveg egy személyről, közösségről, nemzetről vagy éppen egy eszméről. Ezt a technikát kétféle módon is megkülönböztethetjük. Egyrészt a személyek jellemző tulajdonságait (*attribútum*) vizsgálva az imázs az, amit már ismerünk, vagy amit mások mondanak valamiről, illetve valakiről. Másrészt az imázs fogalma mindazon dolgok összességét is jelentheti, amelyekkel összefüggésbe hozzák. (*asszociáció*)

Kontingenciaelemzés

A kontingencia szituációelméletet, az esetlegesség elvét jelenti. Ez az elemzési technika is az együttes előfordulásokra épít, de ezekből asszociációs hálókat szerkeszt. „Azzal a feltételezéssel él, hogy a konceptuálisan szoros kapcsolatban lévő szimbólumok, fogalmak vagy eszmék statisztikailag is szorosan kapcsolódnak egymáshoz – teljesen függetlenül attól, hogy a forrás egy személy, egy társadalmi csoport a maga előítéleteivel vagy ideológiai elkötelezettségével vagy pedig egy egész kultúra a maga hagyományrendszerével.”²⁰

Klaszterálás

A klaszter az elemek egyetlen összefüggő rendszerré alakítását jelenti. Ezt a technikát akkor alkalmazzák, ha az együttes előfordulások száma nagyon nagy. A módszer lényege, hogy azokat a változókat, amelyeknek tulajdonságai közösek, egyetlen közös csoportba rendszerezze és a különböző halmazok közti különbségek tükrözzék a változók tulajdonságainak különbségét. A klaszterálás eredményét dendogrammal ábrázolják.

Kontextuális osztályozás

„A kontextuális osztályozás igen változatos formákban megvalósított technika, amely az adatokban lévő bizonyos redundanciák eltüntetésére szolgál, s így segít kiemelni azt, ami a konceptualizáció alapját képezi.”²¹

²⁰ Krippendorff, Klaus: A tartalomelemzés módszertanának alapjai. Bp., Balassi K. 1995.

²¹ Krippendorff, Klaus: A tartalomelemzés módszertanának alapjai. Bp., Balassi K. 1995.

7.8. Megbízhatóság és érvényesség

A kódolás folyamatában fontos a megbízhatóság és érvényesség figyelembe vétele.

Ahhoz, hogy vizsgálati eredményeink érvényesek legyenek, az alapjukat képező adatoknak, az elemzésbe bevont személyeknek és az alkalmazott műveleteknek megbízhatóknak kell lenni. A megbízhatóság szükséges, de nem elégséges feltétele az érvényességnek.²²

A megbízhatóság biztosítása miatt a kategóriák felállítása után célszerű több kódolóval elvégeztetni a kategorizálást. A megbízhatóságnak 3 mutatója jut szerephez a tartalomelemzésben:

- *Stabilitás (konzisztencia)*: azt mutatja, hogy az idő múlásával mennyire marad változatlan a kódolási folyamat. Ez a megbízhatóság leggyöngébb formája.
- reprodukálhatóság: azt mutatja, hogy egy folyamatot mennyire tudunk megismételni változó körülmények között, különböző kódolókkal. Ezt szokták még „kódolók közötti megbízhatóságnak” vagy a megfigyelők közt létrejött „konszenzusnak” is hívni.
- *pontosság*: azt jelzi, hogy a kódolási folyamat mennyire felel meg egy ismert standardnak (helyesnek, elfogadottnak, normának) vagy eredményezi azt, amit vártak tőle. Ez a ma rendelkezésünkre álló legerősebb megbízhatósági teszt.

A megbízhatóság típusai	A megbízhatóság kialakítása	Becsült hibák	Relatív erősség
Stabilitás	Próba- -ellenpróba	Megfigyelőn belüli inkonzisztencia	Leggyöngébb
Reprodukálhatóság	Próba- -próba	Megfigyelőn belüli inkonzisztencia és megfigyelők közti megfeleltetésihiány	
Pontosság	Próba- -standard	Megfigyelőn belüli inkonzisztencia, megfigyelők közti megfeleltetésihiány és szisztematikus eltérések a normától	Legerősebb

Megbízhatóság típusai

3. sz. táblázat

²² Krippendorff, Klaus: A tartalomelemzés módszertanának alapjai. Bp., Balassi K. 1995.

Az érvényesség azt a fokot jelöli, amilyen mértékben egy eszköz valóban azt méri, aminek mérésére hivatott. Ahhoz, hogy érvényes következtetésekre juthassunk, helyes mintaválasztásra és megbízható kódolási eljárásra van szükség, azonban ezek nem elégséges feltételek.

Az érvényesség megállapítására különböző módszerek alkalmazhatók.

- *Tartalmi érvényesség:* A legelterjedtebb és legmegbízhatóbb módszer. Lényege, hogy a kutató a vizsgálat eredményét egybeveti saját, más módon szerzett ismereteivel.

- *Prediktív (előrejelző) érvényesség:* Ha a tartalomelemzés alapján bizonyos feltevéseket mondunk ki jövőbeni események bekövetkezéséről, és ezek az események később valóban bekövetkeznek. Ez a típusú validitás nem korlátozódik csupán a jövőbeni eseményekre, múltbeli eseményekkel kapcsolatban is alkalmazható, ha azok bekövetkezésével kapcsolatos bizonyítékaink vannak.

- *Konstrukciós (vagy fogalmi) érvényesség:* Lényege, hogy a mérőeszköz valamely elmélet alapján elvárt módon viselkedik-e. Tehát nemcsak a mérési eljárás érvényességét kell igazolni, hanem a mérés alapjául szolgáló elmélet érvényességét is.

A megfigyelési eszközök esetén megbízhatóság és az érvényesség gyakran csak egymás rovására valósítható meg.

VIII. Saját kutatás

Fontosnak tartom, hogy az elméletben leírtakat a gyakorlatban is tudjam alkalmazni. Ezért vállalkoztam a saját tartalomelemzésem elkészítésére.

Három napilap, a Magyar Nemzet, Népszabadság és Dunántúli Napló 2000. november 26-tól 30-ig kiadott számaiban megjelent cikkeket vizsgáltam aszerint, hogy milyen típusú híreket közöltek. A kutatás célja az volt, hogy képet alkossak arról, hogy milyen különbség van egy országos napilap és egy regionális napilap, vagy két országos napilap hírösszetétele között, melyik ad alaposabb tájékoztatást olvasói számára. Ennek elvégzésére Frank Luther Mott által felállított elméletet választottam, miszerint az újságokban megjelenő cikkeket 12 kategóriába sorolta: külföldi hírek, hazai hírek, közéleti problémák, vezércikkek, üzlet-pénzügy, sport, társasági hírek, női rovat, színház-mozi, rádióműsor, karikatúra, egyéb illusztráció. Mivel az elmélet megalkotásának idejében még nem kaptak jelentős szerepet az informatikai, technológiai hírek, ezért a kor követelményeinek megfelelően a 12 kategóriát még eggyel kiegészítettem.

A kutatás kvantitatív részében azt vizsgáltam, hogy az összes megjelent cikk mekkora hányadában volt szó a különböző kategóriákról.

Frank Luther Mott

Frank Luther Mott 1886-ban született az amerikai Quaker vidékén. Mott szívesen írt saját életéről és személyes élményeiről. Főbb művei az önéletrajzi esszéit magában foglaló gyűjteménye, a „Time Enough”, mely életének jelentős mérföldköveit dolgozza fel, és az Iowa-i Egyetem Könyvtárában található kéziratai, amik személyes történeteket, anekdotákat tartalmaznak.



Tanulmányait a Chicago-i és a Columbiái egyetemen végezte, 1921 és 1925 között az Iowa-i egyetemen angol professzorként dolgozott.

1925-ben újságíró professzorrá nevezték ki, 1928-ban szerezte meg Ph.D. fokozatát.

1939-ben Pulitzer díjjal jutalmazták Amerikában az Amerikai Magazinok történetének 2. és 3. kötetéért.

A kutatásom tárgyául három napilapot választottam: Magyar Nemzet, Népszabadság és a Dunántúli Napló. Azért esett a választásom erre a három újságra, mert úgy gondoltam, hogy az országos napilapok közül e kettő az, amely legátfogóbban tájékoztatja olvasóit, és amelyek olvasottsági mutatóik alapján méltán képezhetik a kutatásom tárgyát. A regionális lapok közül a döntésem egyszerű volt, mivel Pécsről származom és rendszeres olvasója is vagyok a térség lapjának, a Dunántúli Naplónak.

Az elemzés során lehetőségem lesz megmutatni, hogy van-e különbség egy országos és egy regionális napilap, vagy két politikailag ellentétes beállítottságú újság tartalmi összetétele között. Választ kaphatunk olyan kérdésekre, mint például „Milyen arányban kapnak helyet a külföldi hírek?”, és „Melyik újság tartalmaz több bulvár cikket?”. Tehát általánosságban ugyanolyan tájékoztatást nyújt-e egy országos napilap, mint egy regionális. Illetve, ha nem, akkor melyik ad szélesebb tájékoztatást olvasói számára.

Előzetesen néhány adat az újságokról.

A **Dunántúli Naplót** 1944. december 17-én alapították. Mint közéleti napilap feladatának tekinti Pécs és Baranya gazdasági, kulturális, politikai életének naprakész bemutatását, de főként arra törekszik, hogy a lapba kerülő információk megválogatásával, feldolgozásával és kommentálásával továbbra is a megye vezető médiuma legyen és segítse olvasóit a napi történések megértésében és értékelésében.

Az újság célcsoportja a Baranya megyében élő, 18 évesnél idősebb nők és férfiak. Olvasottsága 133772 fő, a kiadott példányszám 46785.²³

Az újság hétfőtől szombatig, legalább 16 oldalas példányban jelenik meg. Tartalmi összetételére jellemző, hogy a kül- és belpolitikai hírek mellett három oldalban foglalkozik a Baranyában történt eseményekkel, további egy oldalt szentel a megye kulturális életének, és két oldalban foglalkozik sporteseményekkel. Egy-egy oldalon jelenik meg a gazdasági, krimi és az élet&stílus rovat, melyeket minden nap más témájú összeállítás kísér, mint a szépség&divat, az egészség, az autó&motor, a digitális világ, az ingyencégek, és a család&nevelés témakörök.

²³ Matesz Gyorsjelentés 2007. II. né., Szonda Ipsos /GfK Hungária - MédiaNavigátor 2007. I. félév

Fontos megemlíteni, hogy a lap minden számában egy oldalt szentel valamely baranyai település bemutatkozásának, az elmúlt egy évben elért eredményeik bemutatásának. Heti egy alkalommal jelenik meg a helyi képviselők írásaiból összeállított politikai vitafórum és a hitélet oldal, mely egyházi híreket tartalmaz.

1973 óta kapható a Vasárnapi Dunántúli Napló, mely összetételét tekintve jóval könnyedebb hangvételű, mint a hétköznapi számok.

A **Magyar Nemzet** az ország második legnagyobb politikai napilapja, mind a megjelenés, mind az eladott példányszámot tekintve.

Az újság nyomott példányszáma heti átlagban meghaladja a 100 ezret, 50 ezer előfizetővel rendelkezik. Hétfőtől péntekig 20 oldalon jelenik meg, a hétvégi kikapcsolódást segítő elő a szombati 40 oldalas terjedelem, amelyben külön figyelmet érdemel a 20 oldalon megjelenő Magazin, amely a mai magyar sajtó egyik legszínvonalasabb terméke. A Magyar Nemzettel együtt kapható hetente a 32 oldalas Műsorújság.

Állandó rovatai a belföldi és külföldi hírekkel foglalkozó oldalak, a Krónika, Vélemény, Nézőpont, Gazdaság – Tőzsde, Kultúra és Sport rovatok. De naponkénti váltakozásban jelennek meg a környezetvédelmi rovat, a Héthatár, Kitekintő, Tisztelt szerkesztőség! és a Látó-tér rovat is.

A Magyar Nemzet a hazai napilapolvasók jelentős vásárlóerővel rendelkező rétegeit éri el nap mint nap.

A **Népszabadság** Magyarország legnagyobb példányszámú és legkedveltebb napilapja. A politikai napilapok előfizetőinek több mint 60%-a a Népszabadságot választja. A lap jellemzője az objektivitás, a kritikus, nyitott látásmód és a közérthető, naprakész tájékoztatás. A hazai sajtópiacon a legnagyobb újságírógárdával rendelkezik. Működésében a sajtószabadság érvényre juttatása vezérli. A lap közléspolitikai elvei és törekvései: a hírek közlésénél tárgyilagosság és hitelesség, a vélemények és kommentárok megfogalmazásánál kiegyensúlyozottság és igényesség, törekvés az egyéni és a közösségi érdekek összehangolásának érvényesülésére, a szabad piacgazdaság és a társadalmi igazságosság

értékeinek egyidejű képviselőjére. A lap a magyar közéletben betöltött szerepe folytán feladatának tekinti a magyar kultúra és a nemzeti identitástudat ápolását.

Állandó rovatai: Magyarország, Budapest, Világ, Európai Unió, Kultúra, Vélemény, gazdaság, Utazás, Mozaik, Sport. Ideiglenes rovatai az Állástrend, Média, Kerékvilág, Lakáskulcs, illetve a Technika-innováció, Egészség, Rivalda, Zöldoldal és az Ajánló.

Olvasótábora meghaladja a fél millió főt, és a reklámpiacon évek óta első helyen áll a nyomtatott sajtótermékek között. .

A tartalomelemzés menete:

1. Kutatás előkészítése:

A kutatáshoz szükséges újságokat a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár Központi Könyvtárának folyóiratolvasójából szereztem be.

2. Egységmeghatározás:

Az újságok esetében az egyes cikkeket tekintetem vizsgálati egységnek.

3. Konceptualizálás:

Mivel az újságban megjelent írások csak kevés esetben sorolhatók be egyértelműen egy-egy kategóriába, ezért szükség van a kódolási instrukciók definiálására.

- Külföldi hír: az ország határain kívül történt eseményekről szóló tudósítás, az Európai Unióban történekről szóló olyan közlemények, melyek nem érintik Magyarországot.
- Hazai hírek közé sorolhatók az ország határain belül történekről szóló tudósítások, politikai hírek, bűnügyi és bulvár hírek, környezetvédelemmel foglalkozó cikkek.
- Közéleti problémákról szóló hírek a társadalmi problémákat taglaló hírek, az olvasói levelek, vélemények, illetve kommentárok.
- A vezércikk meghatározása egyértelmű, azonban, ha a vezércikk besorolható egy másik kategóriába (pl. hazai hírek közé), akkor csak az egyik kategóriába számoltam bele.

- Üzlet és pénzügy kategóriába tartoznak a magyar gazdaságról szóló írások, tőzsdei jelentések, uniós pályázati írások.
- Társasági hírek közé az önkormányzati, alapítványi, illetve különböző cégek felhívásait, meghívóit, illetve események utólagos értékelését soroltam.
- Női rovat kategóriába tartoznak az életmódról szóló cikkek, egészségvédelemmel, szépség&divattal foglalkozó írások.
- Színház, mozi kategóriába a mozi illetve a színház műsor, filmelőzetesek tartoznak és a kritikák.
- Egyéb illusztrációknak a fényképeket tekintettem.

A vizsgált cikkeket Excel táblázatba gyűjtöttem és összesítettem őket. (5., 6., 7. számú táblázat)

4. Mintavétel:

Teljes körű elemzést végeztem a három újságon. November 26-a és 30-a között mindhárom újság összes cikkét a megfelelő kategóriákba soroltam

5. Adatkészítés:

Háromféle adat állt rendelkezésemre: Népszabadság, Magyar Nemzet, Dunántúli Napló. Az adatok kezelhetősége érdekében az újságcikkek elemzésekor nem vettem figyelembe a lapokban megjelent fizetett hirdetéseket, mivel azok a kutatás szempontjából irrelevánsak. Ezek közé tartoznak a reklámok, álláskereső, társkereső rovatok és az apróhirdetések.

6. Adatredukció:

Ezt a lépést kihagytam, mivel a kutatásom során nem alkalmaztam számítógépes tartalomelemzést.

7. Következtetések:

Az adatok grafikonos elemzését végeztem el.

Népszabadság

Az újságokat külön-külön vizsgálva megfigyelhető, hogy mind a három lap esetében a hazai hírek vannak többségben. A Népszabadság esetében ez az arány 23,95 %, amely a vizsgált időszakban közel 128 cikket jelent. A külföldi hírekről szóló közlemények állnak a második helyen 16,05 %-kal. Következő helyen a pénzügyi és sport hírek találhatók, egyenként közel 7 %-os részesedéssel. Kultúrával foglalkozó írások 6%-ot tesznek ki, közéleti problémákat taglaló írások csupán 3,2 %-ban jelennek meg. A női rovatba tartozó cikkek aránya mindösszesen 2 %, az informatika és technológiai hírek aránya pedig alig haladja meg az 1 %-ot a vizsgált időintervallumban.

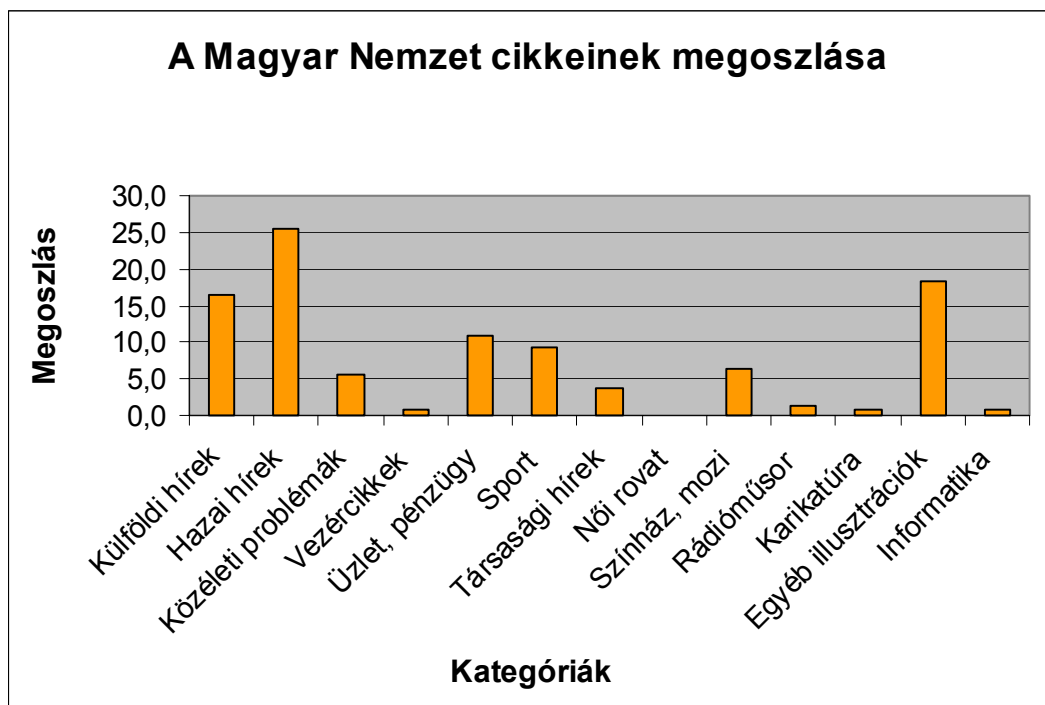


2. sz. ábra

Az egyéb illusztrációk aránya 27% volt és megfigyelhető, hogy a három újság közül, a Népszabadságban jelentek meg a legszínesebb, figyelem felkeltőbb fényképek. Egyúttal ebben a lapban jelent meg a legtöbb karikatúra is, a vizsgált időszakban összesen 10 darab.

Magyar Nemzet

A Magyar Nemzetben is szintén a legmagasabb arányban a hazai hírek szerepelnek 25,5%-kal, amely ebben az esetben 139 cikket jelent a vizsgált időszakban. A külföldi hírek aránya közel azonos a konkurens lap adatával, 16,5 % körül mozog. Gazdasági, tőzsdei hírekkel ennél az újságnál több közlemény foglalkozott, az összes cikk közel 11%-át tették ki. Sporttal kapcsolatos tudósítások is többségében voltak, 9,1% volt az arányuk.

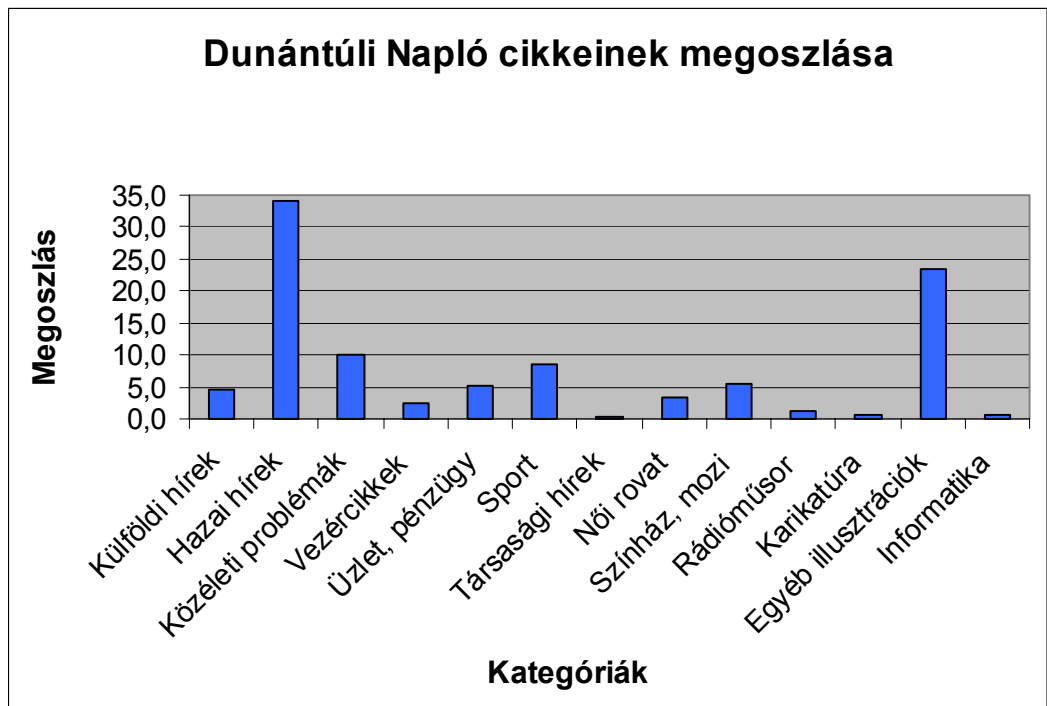


3. sz. ábra

Közéleti problémákkal foglalkozó írások nagyobb arányban jelentek meg, mint a Népszabadságban, a Magyar Nemzetben közel 5,5%-a. Színház, mozi, filmelőzetesek, kulturális írások az összes cikk 6,5 %-át tették ki. Illusztrációk tekintetében jóval alulmarad konkurenciájától, 18,35 %-os aránya mintegy 6,7%-kal kevesebb a versenytársánál. Meglepő, hogy a vizsgált időszakban a női rovat kategóriába tartozó írás csak egy jelent meg. Ezzel jóval alulmúlta a másik két újságot.

Dunántúli Napló

A Dunántúli Naplóban jelentősen nagyobb a hazai hírek aránya. A közel 35%-os arány köszönhető annak, hogy mint regionális lap, a térségben lévő kisebb települések helyzetéről, eseményeiről is beszámol. Ezzel ellentétben a külföldi hírek aránya sokkal alacsonyabb az előző két újságénál, csupán 4,3%, ami a vizsgált időszakban 4 cikket jelent újságonként. Az újság jellegéből adódóan közéleti problémákkal is több írás, 10,2% foglalkozott.



4. sz. ábra

Leendő Kulturális Fővároshoz méltóan magas, 8% volt a színházzal, kultúrával kapcsolatos cikkek aránya a Népszabadság és a Magyar Nemzethez képest. Életmóddal, divattal, szépségápolással kapcsolatos cikkek itt jelentek meg a legnagyobb arányban 3,3%-kal. Ahogy az várható volt, a sporttudósítások száma is több volt, mint a másik két országos napilapban, mivel a Dunántúli Napló leginkább a megyei sporthírekről ad tájékoztatást.

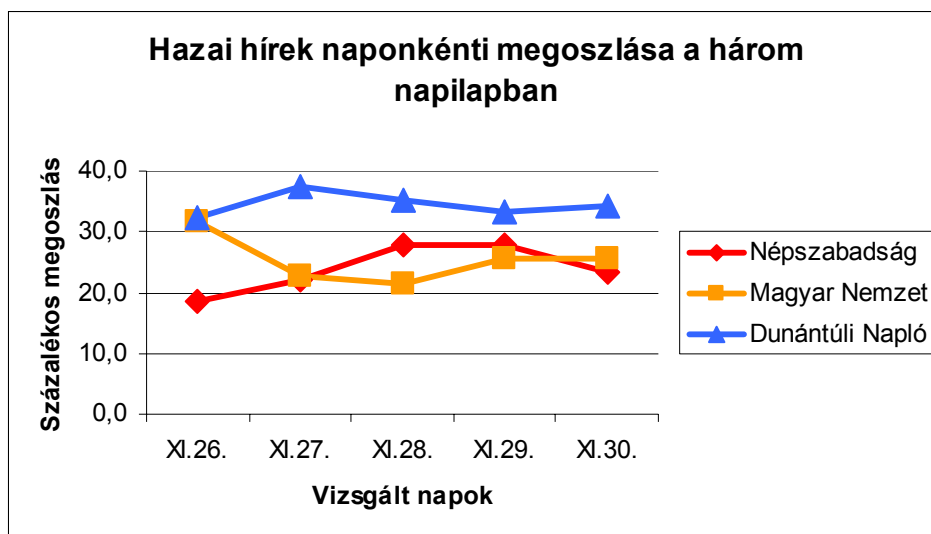
Illusztrációk tekintetében nincs sok különbség a három újság között, ebben az esetben 24% volt.

8. Elemzések

Hazai hírek gyakoriság-elemzése

A grafikonról jól leolvasható, hogy a vizsgált időszakban végig a Dunántúli Naplóban volt a legmagasabb a hazai hírek aránya, 30% alá sose ment. Mindez a másik két lapról már nem mondható el. A Magyar Nemzet a hazai hírek megoszlását tekintve 31,5 %-nál kezdte a hetet, azonban a hét többi napján 30% fölé sose emelkedett ez az arányszám.

A népszabadság hétfői számában jelent meg a legkevesebb hazai hír, 20% alatt volt az arányuk, ezzel pedig mindhárom újság közül a legkisebb arányszámot produkálta. Hét közepére a két országos napilap helyzete felcserélődött, ám hétvégére, ahogy azt a grafikon is mutatja, visszaállt az eredeti sorrend.



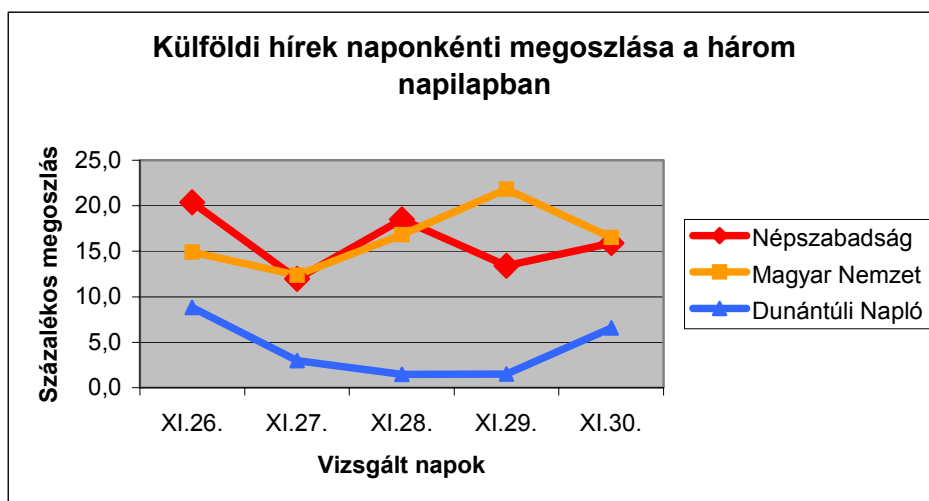
5. sz. ábra

Külföldi hírek gyakoriság-elemzése

A külföldi hírek megoszlásánál egészen megváltozott az előbbi sorrend. A Dunántúli Naplónak, mint regionális napilapnak elsődleges feladata a megyében, régióban,

az országban történt hírek prezentálása olvasói felé. Ennek a ténynek tudható be, hogy a vizsgált időszak egészében a két másik napilap jóval megelőzte a külföldi hírek arányát tekintve. A hét eleji 9%-os arányszám tekinthető a legmagasabbnak, mely szám szerint 9 külföldi tudósítást jelent. Azonban a hét közepén két olyan nap is volt a Naplónál, mikor összesen csupán 2-2 írás szólt külföldről.

A két konkurens lap arányszámai 12% és 21% között mozogtak. Hét elején a Népszabadság kezdett nagyobb megoszlással, hét végére azonban a Magyar Nemzet egy százalékkal megelőzte.

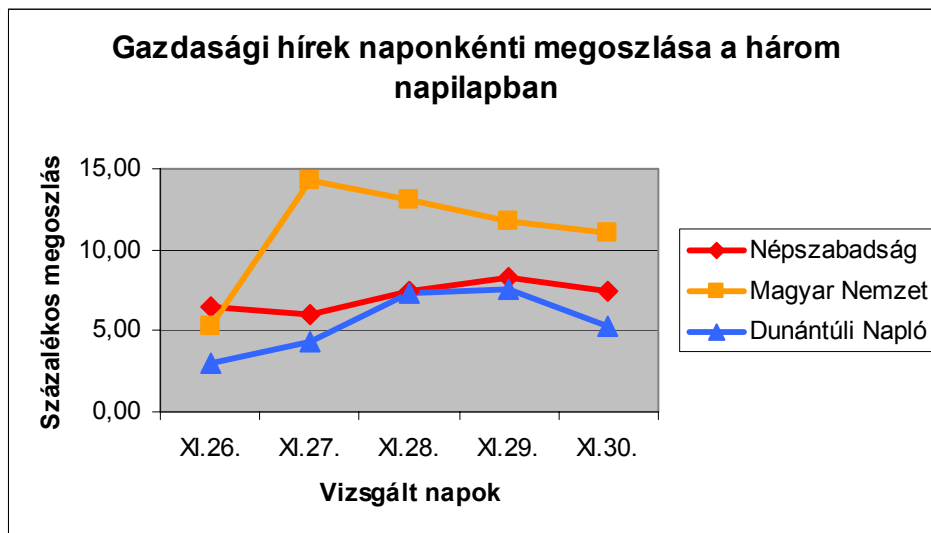


6. sz. ábra

Gazdasági hírek gyakoriság-elemzése:

Sokkal szembetűnőbb a különbség a gazdasági témájú cikkek megoszlásának vizsgálatakor. A Magyar Nemzet egy nap kivételével végig magasán megelőzte a két másik napilapot. A Magyar Nemzet keddi 14,3 %-os keddi arányszáma 15 pénzügyi cikket jelent, szemben a Népszabadság 7 darab és a Napló 3 darab hírével.

A Népszabadságban egész héten 6 és 7,3% között mozgott ez az arányszám, a Napló esetében 5% volt a heti átlag.



7. sz. ábra

IX. Összegzés

A 20. században a társadalomtudományok változásainak következtében egyre fontosabbá vált a szövegek rejtett, közvetlenül nem hozzáférhető, látens tartalmának rekonstruálása, szövegszerveződési összefüggéseinek feltárása. A filozófiában, a szociológiában és a nyelvtudományban lezajlott paradigmaváltás következtében a társadalomkutatók a nyelvi szöveget többé nem az objektív valóság tükröződéseként tekintették.

A tartalomelemzés egyike a társadalomtudományok beavatkozás-mentes vizsgálati módszereinek. A legtágabb definíció szerint a tartalomelemzés a „társadalmi produktumok beavatkozás-mentes vizsgálata”, mely általában írásos anyagokra vonatkozik, és a társadalmi viselkedés nyomainak vizsgálatára összpontosít, a „ki mit mond, kinek, miért és milyen hatással”, kérdésekre összpontosítva. Berelson meghatározása szerint a tartalomelemzés a „kommunikáció manifeszt tartalmának objektív, szisztematikus és kvantitatív leírására szolgáló kutatási technika”.

A megnyilatkozások, szövegek tehát rejtett tartalmakat hordoznak, megfejtésüket, rekonstruálásukat szolgálják egyebek mellett a különféle tartalomelemző eljárások. Ezek egyik nagy előnye, hogy nagy mennyiségű, adott esetben terjedelmes szövegek szisztematikus feldolgozására és a kapott adatok hatékony kezelésére alkalmasak. Fejlődése során két fő irányvonal alakult ki, a kvantitatív és a kvalitatív módszer. A kvantitatív módszer az adatok mennyiségére, és az ebből adódó induktív következtetésekre összpontosít, numerikus formában összegzi az eredményeket, és mennyiségi kijelentéseket tesz. A kvalitatív szemlélet a közlések, szövegek látens, szemantikai tartalmának megfejtésére és az azokból levonható következtetésekre összpontosít. Mindkét típusú tartalomelemzés ugyanakkor egyazon mozzanatra épül, a kódolás valamilyen formájára. Az egyes kódolási kategóriákba sorolt szövegegységek, halmazok azután különféle eljárásoknak vethetők alá. A tartalomelemzés olyan sokoldalú kutatási módszer, melyet gyakran egyéb, komplexebb kutatási eljárásokban is eredményesen alkalmaznak. A kialakult hipotézist konkrét tartalomelemző folyamatra lefordítva operacionalizálható a kutatási program, tehát szisztematikus elemző lépések segítségével megbízható és követhető módon feltárható a szövegek mélyszerkezete.

A tartalomelemzés azonban nem csupán a kommunikációtudomány kizárólagos módszere. Alkalmazása igen elterjedt más területeken is, mint például a pszichológiában, a szociológiában, a piackutatásban, politológiában, médiakutatásban és a néprajzban egyaránt.

X. Felhasznált irodalom

- Antal László: a tartalomelemzés alapjai (Magvető Kiadó, Budapest, 1976)
- Berelson, Bernard: Content Analysis (Free Press, New York, 1952)
- Fehér Erzsébet: A magyar nyelvészeti szövegkutatás irányai, tárgykörei (Magyar Nyelvőr, Budapest, 1999)
- Klaus Krippendorff: A tartalomelemzés módszertanának alapjai (Balassi Kiadó, Budapest, 1995)
- Robert Philip Weber: Basic content analysis (CA, Sage, Beverly Hills, 1985)
- Varga Katalin: Szöveg és tartalom az információs társadalomban (Pécsi Tudományegyetem Felnőttképzési És Emberi Erőforrás Fejlesztési Kar, Pécs, 2005)
- Világirodalmi Lexikon. 15. kötet (Akadémia, Budapest, 1993)
- George Gerbner, Ole R. Holsti, Klaus Krippendorff, William J. Paisley, Philip J. Stone: The Analysis of Communication Content

- www.axelspringer.hu
- www.hik.hu/tankonyvtar/site/books/b156/ch02s09s02.html
- www.informingscience.org/proceedings/IS2001Proceedings/pdf/AugustinaitiisEBKCultur.pdf
- www.mediakutato.hu
- www.nol.hu
- www.tarsadalomkutatás.hu
- www.worldmag.com/world/olasky/centralideas/appb.html

XI. Mellékletek

	XI.26.	XI.27.	XI.28.	XI.29.	XI.30.
Külföldi hírek	22	14	20	13	17
Hazai hírek	20	26	30	27	25
Közéleti problémák	4	4	4	2	3
Vezércikkek	1	3	3	3	3
Üzlet, pénzügy	7	7	8	8	8
Sport	6	7	8	9	7
Társasági hírek	2	1	2	2	2
Női rovat	0	9	0	0	0
Színház, mozi	5	10	5	6	6
Rádióműsor	1	1	1	0	1
Karikatúra	2	4	1	1	2
Egyéb illusztrációk	33	31	26	26	28
Informatika	5	0	0	0	0
Összes:	108	117	108	97	102

Népszabadság cikkeinek kódolása

4. sz. táblázat

	26-a	27-e	28-a	29-e	30-a
Külföldi hírek	17	13	18	24	18
Hazai hírek	36	24	23	28	28
Közéleti problémák	5	8	6	5	6
Vezércikkek	1	1	1	1	1
Üzlet, pénzügy	6	15	14	13	12
Sport	11	14	10	5	9
Társasági hírek	8	5	1	2	4
Női rovat	0	0	0	0	0
Színház, mozi	3	5	10	10	7
Rádióműsor	1	3	1	1	1
Karikatúra	1	1	1	1	1
Egyéb illusztrációk	22	16	22	20	20
Informatika	3	0	0	0	0
Összes:	114	105	107	110	107

Magyar Nemzet cikkeinek kódolása

5. sz. táblázat

	26-a	27-e	28-a	29-e	30-a	
Külföldi hírek	9	2	1	1		5
Hazai hírek	33	25	24	22		26
Közéleti problémák	9	14	6	2		8
Vezércikkek	3	2	1	1		1
Üzlet, pénzügy	3	3	5	5		4
Sport	12	2	6	6		7
Társasági hírek	0	0	1	0		1
Női rovat	0	2	3	5		2
Színház, mozi	8	1	1	7		1
Rádióműsor	1	1	1	1		1
Karikatúra	2	0	0	0		1
Egyéb illusztrációk	21	16	19	16		18
Informatika	1	1	0	0		1
Összes:	102	69	68	66		76

Dunántúli Napló cikkeinek kódolása

6. sz. táblázat