

КВАЛИТАТИВНА И/ИЛИ КВАНТИТАТИВНА АНАЛИЗА САДРЖАЈА – СПЕЦИФИЧНОСТИ ПРИМЕНЕ¹

Иако су методолози одавно приметили да је комбиновање квалитативних и квантитативних метода најпожељнији модел истраживања, чини се да анализа садржаја још није достигла тај ниво. Пре расправе о питању квалитативна и/или квалитативна анализа садржаја, поставља се питање зашто се анализа садржаја у истраживањима у нашој социологији скоро и не користи. Малобројна литература на српском језику о овом методу, и још мањи број истраживања, у исто време су и показатељ и један од узрока скрајнутости овог метода. Анализа досадашњих расправа о овом методу указује на недовољну систематичност у примени, која се постиже пре свега кроз прецизирање фаза истраживања. Управо покушаји систематизације фаза истраживања доприносе већој систематизацији овог метода. Поред питања о фазама истраживања, поставља се и питање разлике примене квалитативне и квантитативне анализе, односно тешкоћа које се јављају у њиховој примени.

Основни циљ овог рада је да укаже на специфичности примене ова два облика анализе садржаја и потребу за њиховим комбиновањем у циљу добијања што квалитетнијих података. Исто тако, не мање важан циљ представља разматрање о специфичностима примене метода анализе садржаја, како квалитативне, тако и квантитативне, које би у многоме требало да приближи овај метод истраживачима и укаже на једноставност његове примене.

Кључне речи: анализа садржаја, квалитативна анализа, квантитативна анализа, фазе истраживања

УВОД

Када се помисли на метод анализе садржаја, прва асоцијација је да на српском језику скоро не постоји литература о овом методу, а друга да истраживања у којима је коришћен овај метод у нашој социологији могу да се наброје на прсте једне руке. Потреба за писањем наредних редова јавља се пре свега због прилично великих нејасноћа у начину примене овог метода, што је последица малобројне и већ застареле литературе. Друго, анализа садржаја се посматра као искључиво квантитативни метод, док се о квалитативном

¹ snezana.kac@eunet.rs Овај текст је резултат рада на пројекту број 179053 „Промене у друштвеној структури и покретљивости као чиниоци европских интеграција Републике Србије са посебним освртом на АП Војводину“ који финансира Република Србија.

аспекту овог метода избегава скоро свака расправа. Управо овај податак доводи до отварања једног од истраживачких питања овог рада: користити квалитативну и/или квантитативну анализу.

РАЗВОЈ АНАЛИЗЕ САДРЖАЈА И НАЈЗНАЧАЈНИЈИ МЕТОДОЛОШКИ ПРОБЛЕМИ

Метод анализе садржаја примењује се у анализи порука у процесу комуникације, а Милић наводи да је овај метод настао „као резултат практичних и теоријских потреба да се о појединим облицима друштвеног општења добију објективнији и потпунији подаци“ (Милић, 1996, 571). У истраживању процеса људске комуникације, анализа садржаја представља неприкосновен метод. Његова основна карактеристика према Стемлеру (Steve Stemler) огледа се управо у томе што нам омогућава да откријемо и опишемо на шта се фокусира индивидуална, групна, институционална и уопште друштвена комуникација (Stemler, 2001, 4).

Тичер (Stefan Titscher) и сарадници кажу да је међу методама који се користе у емпиријским социјалним истраживањима анализа садржаја најстарија метода анализе текстова, али наводи да на почетку развоја овог метода међу истраживачима није постојало јединствено схватање овог метода. Једина заједничка карактеристика односила се на схватање да се анализа садржаја концентрише на „јасно мерљиве аспекте садржаја текста“ и „израчунавање апсолутних и релативних фреквенција речи по тексту или јединици анализе“ (Titscher, Meyer, Wodak, Vetter, 2000, 55).

Анализа садржаја почела је полако да се развија још у 17. веку када су забележена најранија истраживања садржаја људске комуникације, а у савременом облику почиње да се примењује почетком 20. века у истраживањима садржаја средстава јавног информисања.

Прави процват овај метод доживео је у истраживањима политичке пропаганде за време Другог светског рата, када је потреба за практичном применом условила развој овог метода, не толико епистемолошке основе, већ пре свега развој инструмената и техника примене. Након проучавања политичке пропаганде анализа садржаја почиње да се примењује и у другим областима истраживања, односно у лингвистици, историји, уметности, психологији, истраживању медија, у области социологије, политичких наука, у маркетингу. Области друштвене комуникације у којима се примењује анализа садржаја су све бројније.

Посебан допринос у развоју анализе садржаја имао је развој модерне технологије, нарочито средстава масовне комуникације. Као последица развоја модерне технологије долази до заокрета у одабиру предмета истраживања у којим се примењује овај метод, па предмет анализе све чешће постају штампани материјал, аудио и видео документи, и то „са циљем да се при-

купе објективни подаци о ставовима, схватањима, уверењима, намерама, вредностима учесника у симболичком општењу“ (Аврамовић, 2010, 449).

Детаљнија анализа развоја и примене овог метода² указује на постојање две групе проблема.

Прва група проблема односи се на давање осетне предности квантитативној анализи у великом броју истраживања. Основе квантитативне анализе садржаја поставили су Лазарсфелд (Paul Lazarsfeld) и Ласвел (Harold Lasswell) 20-их и 30-их година 20. века (Mauring, 2000). Међутим, већ средином 20. века научници приговарају површности овог поступка који се није бавио истраживањем контекста комуникације и латентних садржаја, већ је поступак био поједностављен пуким квантификавањем података. Стемлер наводи да је анализи садржаја можда најчешће упућена критика од стране квалитативних истраживања заправо дефинисање поступка као једноставно пребројавање одређених речи, а речи које се најчешће наводе јесу речи које су најважније у тумачењу значења (Stemler, 2001)³. Мејринг (Philipp Mauring) наводи да је овај проблем почео да се решава развојем квалитативне анализе садржаја и каже да су је први почели користити Ритсерт (Ritsert) 1972, Мостин (Mostyn) 1985, Витковски (Wittkowski) 1994. године⁴.

Други проблем о којем су говорили поједини аутори, овај метод прати од настанка и односи се на недовољну методолошку систематичност. Ово је последица веома честе практичне примене овог метода четрдесетих и педесетих година прошлог века на истраживање разних друштвених питања. Истраживања, најчешће истраживања политичке пропаганде, која су рађена скоро свакодневно успорила су, односно, нису давала истраживачима простора да методолошки развијају анализу садржаја. Истраживачки поступак анализе садржаја „није методолошки довољно систематизован чак ни у области проучавања масовног општења у којем је она највише коришћена.“ (Милић, 1996, 591).

Ипак, можемо рећи, од Берелсона научници почињу да размишљају о методолошкој систематизацији свега онога што је до тада рађено на развоју анализе садржаја. У наредним редовима биће анализирани методолошки проблеми у примени анализе садржаја којим су се бавили пре свега социологи, али и научници из других области.

² Овде неће бити изложена због мањка простора. Детаљније види Стојшин, 2013. Милић, 1996.

³ Овај аутор каже да, иако је ово у неким случајевима тачно, постоје контрааргументи за овакво становиште. Пре свега, ако синониме не посматрамо као речи које се кроз докуменат провлаче из стилских разлога, може се догодити да се потпуно потцени значај концепта, а треба имати на уму да свака реч не представља категорију подједнако добро као неке друге речи. „Анализа садржаја далеко превазилази једноставно пребројавање речи“ (Stemler, 2001, 3).

⁴ Ritsert, J. (1972). *Inhaltsanalyse und Ideologiekritik. Ein Versuch über kritische Sozialforschung*. Frankfurt: Athenäum. Mostyn, B. (1985). The content analysis of qualitative research data: A dynamic approach. In M. Brenner, J. Brown & D. Cauter (Eds.), *The research interview* (pp.115-145). London: Academic Press.; Wittkowski, J. (1994). *Das Interview in der Psychologie. Interviewtechnik und Codierung von Interviewmaterial*. Opladen: Westdeutscher Verlag. Наведено према: Mauring 2000.

ПОКУШАЈ СИСТЕМАТИЗАЦИЈЕ ПОСТУПКА АНАЛИЗЕ САДРЖАЈА

Најчешће епистемолошко питање којим су се научници бавили, јесте покушај стандардизације фаза истраживања и код овог питања уочава се највише сличности код различитих аутора. Како око овог питања истраживачи имају најмање недоумица, може се рећи да план истраживања примене анализе садржаја треба да садржи следеће фазе:

У првој фази формулишу се истраживачка питања, разрађује теоријско-хипотетички оквир, изводе хипотезе, а затим се, у другој фази, одређује узорак на којем ће истраживање бити спроведено. Трећа фаза обухвата дефинисање формирање система категорија⁵ и подкатегија и класификацију јединица анализе, док четврта фаза обухвата проучавање и кодирање извора података⁶. Пета фаза обухвата анализу резултата и њихово тумачење. Овде треба додати и шесту фазу, коју аутори веома често заборављају, а која се односи на укључивање резултата у шире теоријске оквире.

Међутим, и поред приличне сагласности у одређењу фаза примене овог метода, чини се да њиховој разради није посвећено довољно пажње, те је основне карактеристике ових фаза потребно детаљније анализирати.

У почетној фази у којој се **дефинише истраживачки проблем**, односно, **формулишу истраживачка питања, хипотезе**, најважније је што боље се упознати са предметом истраживања. Јасно је да је приликом креирања плана истраживања неопходна теоријска припрема истраживача којем полазна основа у истраживању одабраног проблема треба да буде тренутно стање у проучавању истраживаног проблема. Подразумева се да истраживач мора познавати основна теоријска схватања и изворе искуствених података који већ постоје, а за анализу садржаја нарочито је важно истраживање предмета у постојећим друштвеним околностима.

Пре извођења анализе садржаја неопходно је припремити материјал на којем ће овај метод бити примењен. При детаљном упознавању предмета истраживања истраживач треба да формира јасну слику и о материјалу на којем ће бити урађена анализа, те може приступити **одабиру узорка**. Специфичност основног скупа, по питању величине, дозвољава истраживачу да одреди да ли ће анализирати цео материјал, или ће одабрати један његов део. Ово чини анализу садржаја јединственим методом којим се често, у зависности од истраживача, а нарочито предмета истраживања, проучава цео основни скуп, што углавном није карактеристично за остале социолошке методе.

⁵ Овде се треба придржавати следећег: „а) исцрпност извора (докумената) и категорија; б) хомогеност (категирије морају бити засноване на истом критеријуму) и ц) искључивост (категирије се не би смеле међусобно преклапати)“ (Георгиевски, 2007, 12)

⁶ Занг и Вилдемут наводе да је четврти корак тестирање схеме за кодирање на одређеном узорку, да би се проверила доследност и искључивост категорија. Тек тада се приступа кодирању целокупног корпуса текстова (Zang i Vildemuth, 2005).

Одабир узорка врши се на основу познатих правила сваког класификовања. Поштујући правило исцрпности при формирању основног скупа за истраживање путем анализе садржаја неопходно је прецизно обухватити све јединице у одређеном временском интервалу. Из основног скупа у примени анализе садржаја најчешће се одабира узорак, који мора да задовољи правило репрезентативности⁷.

Величина узорка при примени анализе садржаја није посебно одређена. Правило које важи и код коришћења других метода важи и у примени анализе садржаја: код високо хомогеног основног скупа узорак може бити мањи, а код хетерогеног треба да буде већи. Значи, када материјал за анализу није погодан за узорковање, основни скуп се може поделити на подскупове. Стојак истиче да се „рад са подскуповима у анализи садржаја већином примењује код анализирања временских диференцијација у фреквенцијама неког садржаја“ (Стојак, 1990, 108).

При одабиру узорка на којем ће бити примењена техника анализе садржаја, истраживачи често наилазе на неколико проблема. Берелсон на пример наводи да се код одређивања узорка јављају три групе проблема: прво, питање је које средство јавног информисања (специфични листови, радио станице, часописи) узети у узорак⁸; затим постоји проблем узорка издања и датума ових средстава информисања⁹; и треће, је питање „узорака релевантног садржаја у оквиру специфичних издања специфичних наслова¹⁰“ (Берелсон, 1996, 500).

⁷ Вир и Лин наводе да је у ранијим истраживањима у којима је коришћена анализа садржаја због веома велике количине материјала која је анализиран највећи проблем била репрезентативност узорка. Међутим, појавом интернета у многоме је олакшан посао анализе садржаја. Проблем је и даље са подацима из прошлости који се у електронској верзији могу наћи у неколико електронских архива. Ови аутори истичу да је интернет омогућио другачије узорковање. Наиме, Риф и Фрајтаг (Riffe и Freitag) су након анализе истраживања у којима је од 1972. до 1997. године примењена анализа садржаја, закључили да је већина студија базирана на пригодном или намерном узорку, а да је само у 22,2% студија вођено рачуна о репрезентативности узорка. Насупрот томе, у првих 16 студија које су рађене након појаве интернета Мекмилан (McMilan) је 1999. године закључио да је половина истраживања рађена на целој популацији, односно основном скупу дефинисаном од стране истраживача, док су остала истраживања рађена на случајном узорку. Тек у једном од анализираних истраживања коришћен је пригодни узорак. Међутим, од када је интернет постао највећа база података са 800 милиона доступних страница, неки истраживачи (нпр. Bates и Lu, 1997) наводе да ће одабирање правога случајног узорка постати скоро немогуће (према Weare, Lin, 2000, 276). Више о одабирању узорка текстова са интернета види Weare и Lin, 2000.

⁸ Берелсон наводи да се одабир може вршити по територијалном принципу, односно према географским областима, затим према типовима публике (општи часописи, женски или верски часописи), затим према обиму или важности, или према времену издања (опширније види Берелсон, 1996, 500-501).

⁹ Овде постоје два проблема; прво у ком временском року треба проучавати дати проблем, што је лако одредити у складу са циљевима истраживања; и друго, када се одреди временски период, питање је која издања треба узети за анализу. (опширније види Берелсон, 1996, 501).

¹⁰ Овде Берелсон поставља питање „у којим секцијама и колико од релевантног садржаја треба узети у разматрање“ (исто, 501-502), а подразумева да истраживач одреди који део или рубрику ће узети у обзир.

Стемлер је показао да код прикупљања докумената који ће се анализирати, могу да се јаве три групе проблема. Прво, када велики број докумената из основног скупа недостаје, анализа садржаја се не може применити. Друго, треба одбацити неодговарајуће записе оне који не одговарају дефиницији документа које треба анализирати. И треће, документе који могу да задовољавају захтеве да уђу у узорак, а који не могу да се кодирају због двосмислених садржаја или им недостаје део садржаја, такође треба одбацити (ГАО, 1996). Исто тако, Хавелка и сарадници добро су приметили да се у већини истраживања у којима се примењује анализа садржаја описује „узорак изабраних саопштења, али се не описује поступак избора, тј. критеријума на основу којих је узорак формиран“ (Хавелка и др. 1998, 251)

Након фазе одабира узорка истраживач приступа **дефинисању категорија и поткатегорија**, чиме заправо почиње примена анализе садржаја. Још је Берелсон указао на значај извођења система категорија јер „анализа садржаја стоји или пада зависно од категорија“, те је формирање система категорија „један од кључних послова у истраживању методом анализе садржаја“ (према Стојак, 1990, 118). И Мејринг, као и Тичер и сарадници, дефинишу систем категорија као језгро и основни алат било које анализе садржаја и истичу да „свака јединица анализе мора бити кодирана, односно смештена у једну или више категорија. Категорије треба разумети као мање или више операционалне дефиниције варијабли“ (према Kohlbacher, 2006).

Хавелка каже да на употребљивост класификације категорија утиче то да овај поступак „истраживач мора извести на основу претходног искуства са садржајем који се анализира, водећи рачуна о циљевима самог истраживања“ (Хавелка и др. 1998, 244).

Извођење категорија¹¹ подразумева да се сав материјал „рашчлани на саставне елементе у логичке групе и подгрупе према сличности на основу претходно одређених и дефинисаних критеријума за категоризацију“ (Стојак, 1990, 119). Јасно је да извођење система категорија мора да поштује правила исцрпности и искључивости. Искључивост категорија је постигнута када не постоје две јединице анализе које могу да се сврстају у две категорије.

Хавелка наводи да „категорије могу бити одабране на основу формалних и на основу садржинских критеријума“ (Хавелка и др. 1998, 245). Први се заснивају на језичким и синтаксичким карактеристикама, што значи анализирати именице, глаголе, новинске текстове сврставати према величини, броју стране, простору који заузимају и слично. У садржинске категорије према овом аутору спадају „јединице контекста као максимална јединица садржаја“ односно одређење за и против нечега, одређење позитивног и негативног и слично.

¹¹ Према Фајгељу „категорије могу бити било која својства јединице анализе која су интересантна за истраживање. Оне могу бити неки општији појмови, или класе, али могу бити и положај јединице у тексту или време појављивања, ако је истраживање лонгитудинално.“ (Фајгељ, 2007, 397)

Мејринг (2000) у дефинисању категорија разликује индуктивни и дедуктивни приступ. Индуктивни приступ подразумева извођење категорија „на основу материјала који се анализира: пре самог претраживања текста, препознавања и означавања одређених категорија у њему, цео истраживани материјал или неки његов део се прегледа и на основу његовог садржаја дају се дефиниције“ (према Бранковић, 2009). Дедуктивни приступ, пак, подразумева „да ми основне категорије дефинишемо на основу наших претходних теоријских знања, дајемо детаљне индикаторе (примере) и упутства претраживачима текста како да те категорије препознају и упућујемо их на само претраживање.“ (према Бранковић, 2009)

Берелсон у одређењу система категорија прави разлику између онога шта је речено и онога како је речено, али да граница између овог често није потпуно јасна. Категорија шта је речено даје одговор на питање о темама о којима се говори у истраживаном материјалу. Истражујући шта је речено истраживач према Берелсону даје одговоре на следећа питања: да ли је комуникатор за или против у односу на предмет истраживања; затим чему тежи, на који начин ће обезбедити постављене циљеве, коме се комуникатор обраћа и слично¹². Са друге стране, у категорију како је нешто речено испитује се форма или тип комуникације, затим граматичка форма, интензитет изјаве и степен емоционалности, говорне фигуре које се употребљавају и слично¹³.

Након извођења система категорија, приступа се **класификацији основних јединица анализе**, које се налазе у основи сваког облика анализе садржаја. Колико је одређење јединица анализе битно показује Бранковић који каже да је за анализу садржаја „од суштинске важности одређивање основне семантичке (значењске) јединице која се тражи, препознаје и описује кроз текстуални, тонски или сликовни садржај. Та јединица може да буде одређена било као непосредна језичка целина (реч, синтагма) или смисаоно, као неки сложени појам“ (Бранковић, 2009). Милић инсистира на томе да „класификацијски систем основних јединица буде што потпуније изграђен пре него што почне да се систематски примењује“ (1996, 594), а да би се то остварило неопходно је истраживач веома добро познаје садржај који класификује и анализира.

Према Милићу класификацијски систем зависи од карактера изабраних основних јединица и може се састојати од изабраних појмова и симбола или од основних тема, а може да буде и комбинација различитих врста основних јединица (Милић, 1996, 594). Овај аутор наводи да се развијенији облици анализе садржаја поред квантитативног описа садржаја порука занимају и за однос одашиљача према порукама, затим испитују интензитет неке поруке¹⁴,

¹² Опширније о овоме види: Берелсон, 1996, 493-496

¹³ Опширније види Берелсон, 1996, 496-497.

¹⁴ Интензитет поруке огледа се у емотивности израза који треба да изазове одређена осећања код оних којима је порука упућена. Ипак, Милић наводи да је ово веома тешко измерити, а у ту сврху

а у истраживањима политичке пропаганде испитују и у чије име се одашиље нека порука или коме је она упућена (исто, 594-596).

Основне напомене о јединицама анализе садржаја Стојак је синтетизовао у неколико тачака: прво, избор јединица анализе је у најужој вези са предметом, циљем и теоријско-хипотетичким оквиром конкретног истраживања, оне се морају дефинисати и њихов избор мора бити образложен; друго, број јединица зависи од нивоа истраживања, превелик број јединица на малом узорку неће дати добре резултате, јер ће доћи до раситњавања, а премали број на великом узорку неће показати значајније разлике; избор јединица сам по себи није довољан за ваљано истраживање, јер су јединице анализе само оријентација у раду.

При одређивању јединица анализе, према Берелсону, треба водити рачуна о разлици између јединице обележавања и јединице контекста¹⁵; затим треба правити разлику између јединице класификације и јединице пребројавања¹⁶; и треће треба разликовати нивое анализе (Берелсон, 1995, 490).

Основна јединица, према овом аутору, одређује се у зависности од циљева истраживања, а спектар могућих јединица анализе је веома широк – „од једног слова до огромног писаног или усменог материјала“ (Бранковић, 2009). Берелсон каже да „нема разлога због којег бисмо у појединим студијама морали употребљавати само једну од расположивих јединица анализе садржаја“, а у једној студији могу се користити више врста јединица анализе (Берелсон, 1995, 493).

Стемлер, позивајући се на Крипенфдорфа (1980), каже да постоји неколико начина на који се могу одредити јединице анализе садржаја, а према овом аутору, то су прво јединице које имају природну границу (новински чланци, поеме, писма); друго су синтаксе које је сам аутор на неки начин одвојио (речи, реченице, пасуси); а као треће наводи се коришћење референтних јединица (на пример председник Америке George W. Bush, 43. председник САД, или само W). (Stemler, 2001).

Шта све може бити јединица анализе? Различити аутори наводе различите јединице анализе, али већина аутора говорећи о јединицама анализе

„испитују се специфични симболи који су у поруци употребљени, реторичка средства и разне пропагандне варке којима се жели повећати њена утицајност“ (Милић, 1996, 595). И Марија Каљевић наводи да анализа садржаја није пука квантификација порука већ се резултати постижу и испитивањем „облика у ком се нека порука јавља и то са становишта унете емотивности (анализом употребљених термина), објективности, става одашиљача поруке према њеном садржају, употребљених средстава да се појача степен њене убедљивости итд. Често се утицајност пропаганде жели постићи позивањем на неки ауторитет, голим тврдњама или пак аргументима заснованим на познатим чињеницама.“ (Каљевић, 1972, 224).

¹⁵ “Јединица обележавања јесте „онај најкраћи део садржаја којим се броји објављивање података“ она може бити реч или термин, док је јединица контекста „најдужи део садржаја који се може испитивати одреживањем карактера јединице белешке“ и она може бити цела реченица у којој се та реч појављује (Берелсон, 1995, 490).

¹⁶ На пример, јединица класификације може бити вест, а јединица пребројавања стубац.

не заобилази Берелсона. Основне јединице анализе могу бити теме¹⁷, појмови или симболи¹⁸ и карактери¹⁹ (Каљевић, 1972, 219; Милић, 1996, 592).

Милић наводи да је тема најважнија јединица анализе, а она је заправо „порука са одређеним смислом и циљем“, док „остале јединице – појмови, симболи, карактери – служе за изражавање теме“ (исто, 593).

Оба аутора прихватила су Берелсонову поделу, међутим, неки аутори проширили су овај скуп јединица анализе. Тако на пример, Бранковић каже да су у анализи могуће следеће јединице: 1) слово, слог или неки други делови речи; затим 2) реч – уколико је реч основна јединица, тада се најчешће мери учесталост појављивања; даље 3) фотографије²⁰, карикатуре, уметничке слике, плакати, цртежи; 4) као основна јединица анализе може се јавити део неког музичког дела: музичка тема, краће музичке деонице; затим 5) видео секвенца у аудио-визуелним записима²¹; 6) сложени мисаони садржаји и конструкције²²; и на крају 7) атрибут у логичком а не у граматичком смислу²³ (Бранковић 2009). И Фајгел наводи сличну класификацију јединица

¹⁷ Тема је „најчешће формулисана у виду тврдње о одређеном предмету тако да се низ других специфичних исказа о истом предмету могу подвести под њу“, али да је одређење теме често компликован поступак јер је „често тешко постићи потребну сагласност у разврставању одређених посебних исказа као конкретизације опште теме“ (Каљевић, 1972, 221). „Један од начина да се постигне потребан степен поузданости је у почетном разбијању опште теме у низ релевантних компоненти помоћу којих се одређени садржај проучава да би се потом, једним механичким процесом, реконструисала тема.“ (исто, 221). Берелсон наводи да су у америчкој литератури теми дата и друга имена тврдња, изјава, предлог, идеја, изјава и аргумент и теме (Берелсон, 1995, 491). Исти аутор наводи да је тема „најкориснија јединица анализе садржаја нарочито код проучавања дејства комуникације на јавно мишљење, јер прихвата форму у којој се ствари и ставови исправљају“ (исто, 491).

¹⁸ Каљевић наводи да се у дотадашњим истраживањима „примена симбола, као изабраних речи или група речи, јавља (се) у проучавању светске штампе да би се утврдио степен наглашавања појединих кључних речи модерне политичке терминологије у различитим земљама: слобода, фашизам, социјализам, комунизам“ (Каљевић, 1972, 219).

¹⁹ Берелсон наводи да се карактери као јединице анализе најчешће користе у анализама приповедака, драма и биографских приказа, а најбоље је као јединицу узети одређене особине око којих се преплиће радња приповетке. (Берелсон, 1995, 492)

²⁰ Пример коришћења фотографије као јединице анализе: Николајева је анализирао фотографије које су за време рата на Косову објављене у три водећа америчка часописа Newsweek, Time, US News World Report. Пре свега бележи је националност субјекта или објекта на фотографији (Срби, Албанци, НАТО и остали); затим је одређивао тему фотографије (издвојио је патњу, уништење, односно рушевине, затим мртва тела, војна акција, протести, прославе, дипломате и остали званичници...); након тога бележио је који тип људи је на фотографији (војска, цивили, полиција, дипломате званичници, више типова, други и није јасно видљиво). Фотографија је у односу на објект који је на њој оцењивана – врло негативно, негативно, неутрално, позитивно и веома позитивно. (Опширније види: Nikolaev, 2009).

²¹ На пример: филмски кадар, ТВ реклама, прилог у информативним емисијама, или само појављивање неке личности, предмета, симбола (рецимо националног грба, верских симбола) (Бранковић, 2009).

²² Бранковић наводи да то могу бити: појмови, теме, категорије, које није могуће свести само на једну реч, као на пример: левичарска – десничарска уверења, начин третирања глобализације итд. Овакве категорије се могу тражити и описивати у свим врстама садржаја – писаним, звучним, визуелним, комбинованим (Бранковић, 2009).

²³ Тако атрибут може бити не само придев, већ и именица и синтагма, а понекад и читаве реченице. Атрибут је најчешће помоћна јединица анализе: идентификацијом и истраживањем атрибута откривају се значења која се придају основној јединици анализе. Атрибут може бити приписан а) непосредно (вербалном квалификацијом, била она састављена од једне речи или синтагме) и

анализе и каже да су стандардне јединице анализе које се користе у анализи садржаја: реч или симбол, затим група речи, реченица, пасус, документ, лик и слика. (Фајгел, 2007)

Након одређења јединица анализе, за сваку категорију треба отворити истраживачки арак. Да би садржај био што прегледније класификован треба отворити истраживачки арак и за сваку поткатегорију. Истраживач у арак бележи прво садржај ставова из анализираног материјала, а затим и смер тих ставова. Ставови могу бити позитивни, негативни, или неутрални у односу на предмет истраживања²⁴.

Методолошка анализа ових фаза примене анализе садржаја чини се да показује зашто су аутори „заборавили“ на овај метод. Ипак, систематизација фаза начина извођења анализе садржаја доприноси повећању објективности овог метода.

КВАНТИТАТИВНА И/ИЛИ КВАЛИТАТИВНА АНАЛИЗА САДРЖАЈА

Код разматрања фаза истраживања, нарочито одређења основних јединица анализе треба поставити питање о разлици и начину извођења квалитативне и квантитативне анализе садржаја. Већ је речено да су многи аутори против пуке квантификације посматраног садржаја, али је исто тако речено да се квантитативна анализа много чешће користила од квалитативне.

Проблем „одабира“ квалитативног или квантитативног јавља се код многих аутора. Међутим, Штраус и Корбин наводе да није питање да ли користити један или други поступак, већ како их комбиновати, да би се појава што боље објаснила. Ови аутори наводе да су присталице квантитативних истраживања често за одбацавање квалитативног, јер су закључци до којих долазе „мало бољи од описа неког новинара“ (Strauss & Corbin, 1998, 28). Исто тако, замерка је да квалитативна истраживања игноришу репрезентативан узорак, а закључци су засновани на неколико случајева (исто, 28-29). Са друге стране, квантитативним истраживањима замера се то што статистичке и друге квантитативне методе стварају „плитке и потпуно затворене информације“ (исто, 28). Стога се поставља питање квалитативна и/или квантитативна анализа садржаја?

Ово питање дотакли су неки аутори, чешће констатујући да постоје два вида анализе садржаја, него указујући на њихове предности и недостатке у примени. Тако Каљевић наводи да се анализа садржаја „јавља у два вида 1. као

б) посредно, алудирањем на неке познате случајеве или стављањем у одређени контекст (Бранковић, 2009).

²⁴ Смер ставова у анализи садржаја прати се ознакама +, 0 и -, односно: позитивни ставови означени си знаком + и представљају сваку оцену која је афирмативна у односу на предмет о којем је реч; негативни ставови означени су знаком - и представљају сваку негативну и критичку оцену у односу на предмет истраживања; док су неутрални ставови означени са 0 и односе се на сваку општу и посебну констатацију којом се нешто само описује или тврди, без заузимања одређеног става.

квалитативна анализа садржаја, и 2. анализа садржаја као квантитативни поступак” (Каљевић, 1972, 216).

Милић каже да су веома различити циљеви у које се користи анализа садржаја, па се због тога „у техничком погледу, анализа садржаја (се) креће између квантитативне семантике²⁵ на једној, и предметног регистра, на другој страни... У својим најчешће употребљаваним облицима, анализа садржаја је ближа предметном регистру него квантитативној семантици“ (Милић, 1996, 591).

Предметни регистар чини „откривање само основних садржаја неког општења“ (исто, 591) и најчешће се анализа садржаја користила управо на тај начин. Са друге стране, квантитативна семантика је „статистичка анализа речника и стила, која иде до крајњих елемената речника, тј. до појединих речи, и испитује учесталост појединих речи по њиховим морфолошким врстама и групама значења“ (исто, 591). Милићево одређење анализе садржаја више „нагиње” квантификацији одабраног садржаја.

Када је реч о анализи садржаја неког текста, Фајгел попут Милића наводи да постоје две технике анализе садржаја: синтаксно-лексичка и семантичка. Прва техника, којој је предмет проучавања сам текст, односи се на анализу синтаксе, лексике и морфологије која представља „фреквенцију анализа речи, делова речи или реченица, мери се дужина реченица или дужина речи, учешће и односи појединих врста речи”²⁶ (Фајгел, 2007:384). Са друге стране, семантичка анализа чији је основни циљ анализа садржаја текста, односно његовог значења, изводи се „кодирањем текста, односно разврставањем јединица анализе у категорије, и, затим, анализирањем унутрашњих односа категорије као што су догађаји, ликови, теме, појмови” (исто, 386).

Бранковић (2009) иде корак даље и избегавајући строгу поделу на квантитативну и квалитативну анализу садржаја, разликује три облика анализе: прво, чисто или претежно квантитативну анализу, друго чисту или претежно квалитативну анализу и трећу, мешовиту анализу у којој се комбинују ова два облика.

Шушњић је чини се, такође, „на страни” могућности комбиновања квалитативне и квантитативне анализе и каже да је „анализа садржаја (је) *квантитативна* и *квалитативна*. Квантитативна анализа односи се на *дистрибуцију* ставова, а квалитативна на *садржај* ставова²⁷.” (Шушњић, 1973, 256)

²⁵ Семантика означава значење речи. „Квантитативна семантика је статистичка анализа речника и стила, која иде до крајњих елемената речника, тј. до појединих речи, и испитује учесталост појединих речи по њиховим морфолошким врстама и групама значења; затим најчешће контекстуалне везе између појединих речи нарочито оних што имају кључну улогу у испитиваном облику симболичког општења, као што су, на пример; социјализам, капитализам, демократија, једнакост...” (Милић, 1996, 592)

²⁶ Ове анализе најчешће су спискови и прегледи представљени у фреквенцијама и процентима, а овај тип анализе најчешће се изводи применом регистра, што заправо представља квантитативну анализу.

²⁷ Подвукао Ђ. Шушњић

Поделу на ова два типа анализе нису избегли ни Занг и Вилдемут (Yan Zang, Barbara Wildemuth, 2005) који такође разликују квалитативну и квантитативну анализу садржаја и наводе да се квантитативна анализа садржаја веома често користи у анализи садржаја масовних комуникација, док се квалитативна више развија првенствено у антропологији, социологији, психологији. Ови аутори наводе да је квантитативна анализа садржаја пре свега дедуктивна, јер се њеном применом углавном тестира хипотеза или одговара на питања из претходног емпиријског истраживања. Квалитативна анализа садржаја је углавном индуктивна, јер се односи на истраживање изворне грађе, и то тема и закључака изведених из њих (Zang i Vildemuth, 2005).

Разлика између квантитативне и квалитативне анализе садржаја види се и у поступку узорковања у оквиру ових техника. Наиме, Занг и Вилдемут истичу да се квантитативна анализа садржаја примењује на случајно одабраном узорку или другим узорцима заснованим на теорији вероватноће, док се квалитативна анализа садржаја изводи на намерно одабраним текстовима који могу дати одговор на постављена истраживачка питања. Ова два типа анализе садржаја разликују се и према крајњем производу: квантитативни приступ „производи бројеве“, а квалитативни приступ најчешће као резултат има опис или типологију. (Zang и Vildemuth, 2005)

Критику искључиво квантитативној анализи садржаја упутио је и Ритсерт истичући да квантитативна анализа садржаја посебно занемарује компоненте које се односе на контекст текстова, смисао латентних структура, разлике у појединачним случајевима и ствари које се не појављују у тексту (Ritsert, 1972, 19-31).

Мејринг наводи да ове недостатке покушава да превазиђе квалитативна анализа, „примењујући систематичан, теоријом вођен приступ анализи текстова користећи систем категорија“ (Mayring, 2002, 114).

Занг и Вилдемут кажу да се квалитативна и квантитативна анализа могу користити како самостално, тако и у комбинацији. И Вебер је закључио да су најбоље студије у којима су коришћене и квалитативни и квантитативни поступак (Weber, 1990).

И Фајгел износи дилему између квантитативне и квалитативне анализе садржаја и каже да ако ову методу третирамо као општу истраживачку методу, онда анализа садржаја има „квалитативно прикупљање података и квантитативну анализу података“ (Фајгел, 2007:383) и истиче да су у праву и они који анализу садржаја виде као квалитативну и они који је сматрају квантитативном.

Чини се да је некадашња честа квантификација превазиђена, и да се све више аутора опредељује за комбинацију ова два типа и то ради добијања што детаљнијих анализа прикупљеног материјала.

КВАНТИТАТИВНА АНАЛИЗА САДРЖАЈА

Квантитативна анализа се најчешће примењивала у раним фазама развоја овог метода. Основна семантичка јединица у квантитативној анализи садржаја је у исто време и јединица мерења, те се најчешће мери учесталост појављивања те јединице у порукама које се анализирају „као и евентуалне корелације са другим сличним јединицама, са вредносним и социјалним индикаторима итд.“ (Бранковић, 2009)

У квантитативној анализи садржаја полази се „од претпоставке да се проучавање манифестног садржаја заснива на придавању истих значења одређеним категоријама садржаја како од аналитичара који их ствара тако и од одашиљача поруке и чланова публике којим је она намењена“ (Каљевић, 1972, 218). Наравно, не сме се заборавити да квантитативни опис садржаја општења треба да има смисла, што значи да је „сама учесталост догађања различитих карактеристика садржаја, под специфичним условима, важан фактор у процесу општења“ (Берелсон, према исто, 218).

Квантитативна анализа садржаја „одговара на питање „колико“ је нечега саопштено, колико је основних својстава садржаја који се истражује, а квалитативна анализа одговара на питање „шта“ (који садржај је изложен) и „како“ (на који начин је садржај изложен). Овај други поступак је повезан са тумачењем смисла садржаја.“ (Аврамовић, 2010, 450)

КВАЛИТАТИВНА АНАЛИЗА САДРЖАЈА

Квалитативна анализа садржаја јавља се у два вида. У првом случају квантитативној анализи додаје се квалитативна димензија, што подразумева навођење садржаја који илуструју учесталост неких категорија „како би излагање било рељефније и живље“ (Каљевић, 1972, 216). У другом случају реч о пажљивом читању садржаја због формулисања категорија за квантитативну анализу, а граница између квалитативне и квантитативне анализе није строго дефинисана. (исто, 216)

Иако се на почецима развоја овог метода скоро искључиво примењивала квантитативна анализа, све је више аутора који истичу да је квалитативна анализа садржаја „боља“ и све чешће је користе.

„Под квалитативном анализом садржаја се понекад подразумева просто проналажење и придавање квалификација већ издвојеном, разврстаном и пребројаном материјалу.“ (Бранковић, 2009)

Занг и Вилдемут кажу да је квалитативну анализу садржаја могуће посматрати као „интервју медијског садржаја“. Сие и Шенон дефинишу квалитативну анализу садржаја као „истраживачки метод за субјективну интерпретацију садржаја текста путем систематичног процеса класификације кодирања и одређивања тема или образаца“ (Hsieh, Shanon 2005, 1277). Ови аутори наводе да се анализа садржаја у последње време све више користи

као квалитативна истраживачка техника, као и да се у истраживањима где се примењује анализа садржаја истраживачи фокусирају на карактеристике језика са акцентом на садржај или контекстуално значење текста (Hsieh, Shanon 2005, 1278).

Брајмен (Briman) квалитативну анализу садржаја дефинише као „приступ документима који наглашава улогу истраживача у откривању значења у текстовима. Овде је наглашена могућност одступања од података због значаја разумевања значења контекста у којем се јединица анализе и категорије изведене из ње појављују“ (Briman, 2004:542), и каже да је квалитативна анализа садржаја вероватно најчешће коришћен метод у квалитативној анализи докумената (Briman, 2004, 352).

Подаци у тексту који се анализирају могу бити у вербалном, писаном (чланци, књиге, приручници) или електронском облику, могу бити добијени као одговори на питања отвореног типа у интервјуима, фокус групама и другим истраживачким поступцима (Hsieh, Shanon, 2005, 1278). Ови аутори наводе да „квалитативна анализа садржаја превазилази пуко пребројавање речи у истраживањима језика која се користе у сврху класификовања велике количине текста у одређен број категорија“ (исто, 1278).

У квантитативној анализи садржаја категорије морају бити међусобно искључиве, што у стварности може бити веома тешко (Weber, 1990). Са друге стране, квалитативна анализа садржаја дозвољава да се јединица текста разврста у више категорија истовремено. Међутим, Вебер наводи да би ради постизања конзистентности кодирања требало израдити упутство за кодирање а током кодирања је неопходно користити компаративни метод (Weber, 1990).

* * *

Један од најгласнијих заговорника квалитативне анализе садржаја био је, већ спомињани, Филип Мејринг. Његов *концепт квалитативне анализе садржаја* развијен је током 1980-их као резултат лонгитудиналне студије о психо-социјалним последицама незапослености када је више од 600 научних разговора са питањима отвореног типа транскрибовано у више од 20.000 страница текста пред којима је стајала квалитативна анализа (Kohlbacher, 2006). Основна идеја његовог приступа огледа се у очувању предности квалитативне анализе садржаја развијене у оквиру научне комуникације и даљем развоју квалитативно-интерпретативних корака анализе (исто, 12).

Предмет квалитативне анализе садржаја у основи може бити било која врста забележене комуникације, као што су писани документи, протоколи научног посматрања, видео касете, транскрипти разговора, а на основу овог Мејринг даје дефиницију квалитативне анализе садржаја као „приступ емпиријској, методолошкој контролисаној анализи текстова унутар њиховог контекста комуникације, следећи правила анализе садржаја, и модел корак по корак без претеране (нагле) квантификације“ (Mauring, 2000:5). Снага

квалитативне анализе садржаја је у томе што је строго методолошки контролисана и што се материјал анализира корак по корак (Kohlbacher, 2006).

Говорећи о квалитативној анализи садржаја Мејринг (2003, 42-46) истиче неколико тачака. Прво, постављање материјала у модел комуникације, што заправо значи да треба одредити који ће део процеса комуникације бити анализиран. То може бити одашиљач поруке, његова очекивања, мишљења, осећања, или ситуација у којој је текст настао, социо-културна позадина, сама порука или пак ефекти поруке.

Друго, потребно је примењивати анализу према одређеним правилима, материјал се анализира корак по корак, делећи материјал према аналитичким јединицама. Треће, у центру анализе налазе се категорије, наиме, следећи истраживачка питања одређују се категорије настале приликом пажљивог процеса анализе текстова.

Четврто, није важан само скуп техника коришћен за анализу текста, већ је за квалитативну анализу садржаја веома важно направити везу са конкретним предметом анализе, односно његовог контекста. Пето, требало би верификовати специфичне инструменте кроз пилот студије. Односно, због квалитативне анализе и истраживања контекста текста не постоје потпуно стандардизоване методе, те се оне морају тестирати у пилот студији. Шесто, техничка неодређеност квалитативно оријентисаног истраживања треба да буде избалансирана теоријском утемељеношћу, а уске везе између субјекта истраживања као и других тема морају бити узете у обзир и интегрисане у анализу.

Седмо, треба укључити и квантификацију података, јер је квантитативна анализа веома важна код покушаја генерализације резултата, а интеграција квантитативних и квалитативних метода није ограничена само на анализу садржаја. (Mauring, 2003, 42-46, према Kohlbacher, 2006).

Према ових седам компоненти квалитативно оријентисане анализе садржаја Мејринг (Mauring 2002, 115, Titscher et al, 2000, 62-64) је развио секвенцијални модел овог типа анализе који садржи три различита аналитичка поступка који могу да се примењују или самостално или у комбинацији у зависности од конкретног истраживачког питања.

1) *Издавајање*, које подразумева поступак у којем се путем смањивања обима материјала, тако да се очува суштина садржаја, ствара корпус који и даље представља основни материјал.

2) *Објашњење*, које укључује објашњење и обележавање материјала. Први корак је покушај одређења лексичко-граматичких дефиниција, одреди се материјал који треба објаснити, а све ово прати анализа ужег и ширег контекста.

3) *Структурирање* – анализа која највише личи на правила која се користе у класичној анализи садржаја. Овде је циљ да се истражи структура одређеног материјала, а текст може бити структурисан према садржају, форми. Први корак је одређење јединице анализе након чега се утврђују димензије

структурисања, категорије, наводе се кључни примери. У току прве процене материјала бележе се места на којима се налазе подаци, а у другом прегледању материјала ти подаци се издвајају. Уколико је потербно да се систем категорија ревидира и преиспита треба поново проценити материјал. (Kohlbacher, 2006)

И Тичер наводи да је трећи поступак, структурирање веома сличан класичној анализи садржаја, јер и он у основи има одређење јединица анализе и формирање система категорија (Titscher et al, 2000, 64). Међутим, Колбахер (Florian Kohlbacher) наводи да су Гласер и Лаудел (2004) модификовали овај приступ и главни процес буквално су назвали „вађење“ које подразумева издвајање релевантне информације из текста која почиње да живи ван текста у систему категорија. Основна разлика у поступку ова два аутора и Меринга је у томе што су су Гласер и Лаудел били против затвореног система категорија, наводећи да се у процесу издвајања могу формирати нове категорије, а да се старе могу мењати, уколико то нове информације траже (Kohlbacher, 2006).

Мејринг (2003, 42-99, Titscher et al, 2000, 64) наводи девет фаза у оквиру којих се одвија квалитативна анализа садржаја: одређивање материјала, анализа ситуације у којој је текст настао, формална карактеризација материјала, одређивање праваца анализе, на основу теорије одабирање питања на која ће бити одговорено, избор аналитичких техника (издвајање, објашњење, структурисање), дефинисање јединица анализе, анализа материјала применом наведених техника, интерпретација (према Kohlbacher, 2006).

Ph D Snežana Stojšin

QUALITATIVE AND/OR QUANTITATIVE CONTENT ANALYSIS – APPLYING SPECIFICITIES

SUMMARY

Although methodologists noted long time ago that the combination of qualitative and quantitative methods is the most preferred model of research, it seems that the content of analysis has not reached that level yet. Prior to a debate on the issue of qualitative and/or quantitative content analysis, the question is why the content analysis has hardly ever been used in research in our sociology. Scarce literature in Serbian language on this method, and even fewer studies, are both indicators and one of the causes why this method hasn't been given the importance it deserves. Analysis of the previous discussions indicates lack of systematic approach to implementation, which is achieved primarily by specifying the phases of research. The very attempts to systemize the phases of the research contribute to greater systematization of this method. In addition to the questions about the stages of research, there is the question of differences in applying qualitative and quantitative analysis, i.e. the difficulties that arise in their application.

The main objective of this paper is to indicate the specificities of applying these two forms of content analysis and the need for their combining in order to obtain data of better quality and precision. Also, an equally important objective is to consider the specificities of applying content

analysis methods, both qualitative and quantitative, which should bring this method much closer to researchers and highlight the simplicity of its implementation.

Key word: content analysis, qualitative analysis, quantitative analysis, phases of research

ЛИТЕРАТУРА

- Аврамовић, Зоран; Вујачић, Миља (2010). Однос квалитативне и квантитативне методе истраживања школских уџбеника, *Теме*, XXXIV, бр. 2, стр. 447-461.
- Берелсон, Бернард (1995): „Анализа садржаја“, у: Пејчић, Богољуб (ур.), *Методологија емпијског научног истраживања*, Београд: Дефектолошки факултет.
- Бранковић, Србобран (2009): *Методи искуственог истраживања друштвених појава*, Београд: Мегатренд универзитет
- Бретон, Филип (2000): *Изманипулисана реч*, Београд: Clío
- Гредель, Стјепан (1986): *С ону страну огледала*, Београд: Истраживачко издавачки центар ССО Србије.
- Elo, Satu i Kyngas, Helvi (2008): The qualitative content analysis process, *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), str. 107-115
- Zhang, Yan; Wildemuth, Barbara (2005): Qualitative Analysis of Content, http://www.ischool.utexas.edu/yanz/Content_analysis.pdf
- Илић, Владимир (2011): Први александрински текст о анализи садржаја у социологији, *Социологија*, vol. LIII, No. 4, стр. 453-474
- Каљевић, Марија (1972): Неке могућности примене анализе садржаја, *Социологија*, XIV, број 2, стр. 215-229
- Kolhbacher, Florian (2006): The Use of Qualitative Content Analysis in Case Study Research, *Qualitative Social Research*, vol. 7, No.1, Art 21 – January 2006.
- Mayring, Philipp (2000): Qualitative content analysis, *Forum: Qualitative Social Research [On-line Journal]*, 1(2), Art. 20. dostupno na: <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-00/2-00mayring-e.htm>
- Милић, Војин (1996): *Социолошки метод*, Београд: Завод за издавање уџбеника.
- Nikolaev, Alexander (2009). Imaes of War: Content Analysis of the Photo Coverage of the War in Kosovo, *Critical Sociology*, 35(1), 105-130, <http://crs.sagepub.com>
- Palmquist, Mika (1980): Content Analysis, *Research Methods in Librarianship – Techniques and Interpretation*, New York: Academic Press
- Russell, Bernard H. (2013). *Social research method: qualitative and quantitative approaches, 2nd ed.*, London: SAGE Publications
- Социолошки речник* (2007): одреднице анализа садржаја (Георгиевски); политика (Куљић); пропаганда (Раденовић); социологија избора (Бранковић); став (Трипковић); ур. Аљоша Мимица и Марија Богдановић, Београд: Завод за уџбенике.
- Stemler, Steve (2001). An overview of content analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 7(17), November.
- Стојак, Руди (1990). Метода анализе садржаја, у: Пејчић, Богољуб (ур.), *Методологија емпијског научног истраживања*, Београд: Дефектолошки факултет.
- Стојшин, Снежана (2013). *Примена анализе садржаја у истраживањима политичке пропаганде*, докторска дисертација Филозофски факултет, Универзитет у Новом Саду
- Strauss, Anselm & Corbin, Juliet (1998). The Inerplay Between Qualitative and Quantitative in Theorizing, in *Tehncics of Qualitative Research*, SAGE Publications, p. 27-34.

- Siu-Fang Sie, Sarah E. Shanon (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis, *Qualitative Health Research*, November vol. 15, str. 1277-1288, <http://qhr.sagepub.com/content/15/9/1277>
- Schilling, J. (2006). On the pragmatics of qualitative assessment: Designing the process for content analysis. *European Journal of Psychological Assessment*, 22 (1), 28-37
- Titscher, Stefan, Meyer, Michael, Wodak, Ruth, & Vetter, Eva (2000). *Methods of text and discourse analysis*, London: Sage.
- Фажгел, Станислав (2007): *Методе истраживања понашања*, Београд: Центар за примењену психологију.
- Хавелка Н., Кузмановић Б., Поподић Д. (1998): *Методе и технике социјалнопсихолошких истраживања*, Београд: Центар за примењену психологију.
- Пушњић, Ђуро (1973). *Критика социолошке методе*, Ниш: Градина.
- Weare, Christopher, Lin, Wan-Ying (2000). Content Analysis of the World Wide Web, *Social science Computer Review*, vol 18, no.3, 272-292
- Weber, Robert Philip (1990). *Basic Content Analysis, Second Edition*. Newbury Park, CA: Sage Publications.