

Najil Kurtić

# KVANTITATIVNA I KVALITATIVNA ANALIZA SADRŽAJA



EDITIO CIVITAS  
KNJIGA 26

NAJIL KURTIĆ  
KVANTITATIVNA I KVALITATIVNA  
ANALIZA SADRŽAJA

*EDITIO CIVITAS*

Knjiga dvadesetšesta

Najil Kurtić

**KVANTITATIVNA I KVALITATIVNA  
ANALIZA SADRŽAJA**

Izdavač

IKD UNIVERSITY PRESS - Magistrat izdanja, Sarajevo

Recenzenti:

dr.sc. Stjepan Malović, prof.

dr.sc. Gordana Vilović, prof.

dr.sc. Damir Kukić, prof.

Za izdavača

Saliha Ganić - Marković

---

CIP - Katalogizacija u publikaciji

Nacionalna i univerzitetska biblioteka Bosne i Hercegovine, Sarajevo

001.82

KURTIĆ, Najil

Kvantitativna i kvalitativna analiza sadržaja / Najil Kurtić. -  
Sarajevo : University Press, 2017. - 243 str. : graf. prikazi ; 24 cm. -  
(Editio Civitas ; knj. 26) (Magistrat izdanja / University Press)

Bibliografija: str. 234-238. - Registri.

ISBN 978-9958-673-50-4

COBISS.BH-ID

<[http://www.cobiss.ba/scripts/cobiss?command=DISPLAY&base=COBIB&RI](http://www.cobiss.ba/scripts/cobiss?command=DISPLAY&base=COBIB&RID=24500486)

D=24500486

> 24500486

---

NAJIL KURTIĆ

KVANTITATIVNA I  
KVALITATIVNA  
ANALIZA SADRŽAJA



University press - Magistrat izdanja  
Sarajevo, 2017.



## Sadržaj

Predgovor .....	9
Uvod .....	13
<b>I. KVANTITATIVNA ANALIZA SADRŽAJA .....</b>	<b>17</b>
<b>1. Istraživačko pitanje i problem istraživanja .....</b>	<b>17</b>
1.1. Pojemno određenje .....	17
1.2. Kapacitet kvantitativne analize sadržaja .....	18
1.3. Istraživačko pitanje .....	20
<b>2. Hipotetski okvir .....</b>	<b>22</b>
2.1. Pozitivističko-funkcionalistička paradigma .....	23
2.2. Interpretativno- kritička paradigma .....	25
<b>3. Operacionalizacija generalne hipoteze .....</b>	<b>27</b>
<b>4. Predmet analize sadržaja .....</b>	<b>33</b>
<b>5. Dimenzioniranje uzorka .....</b>	<b>35</b>
<b>6. Razvijanje sheme kodiranja .....</b>	<b>36</b>
6.1. Izbor mjernih skala .....	40
6.2. Dizajniranje kodnog lista (upitnika) .....	46
<b>7. Kodiranje .....</b>	<b>52</b>
<b>8. Dizajniranje matrice (baze) za unos podataka u računar .....</b>	<b>54</b>
<b>9. Statistička obrada podataka .....</b>	<b>59</b>
9.1. Opisivanje nezavisne varijable .....	61
9.2. Zavisne varijable .....	63
9.2. 1. Kategoričke zavisne varijable .....	63
9.2.1.1. Frekvencije kategoričkih varijabli .....	63
9.2.1.2. Testiranje statističke nezavisnosti kategoričkih dihotomnih varijabli .....	65
9.2.1.3. Testiranje statističke nezavisnosti kompleksnih kategoričkih varijabli .....	69
9.2.1.4. Postupak sa kategoričkim varijablama kada se naruši granična očekivana frekvencija. ....	71

9.3. Neprekidne zavisne varijable .....	75
9.3.1 Srednje vrijednosti .....	75
9.3.2. T – test nezavisnih uzoraka .....	79
9.3.3. Jednofaktorska analiza varijanse .....	83
9.3.4. Dvofaktorska analiza varijanse .....	88
9.3.5. Korelacije .....	94
9.3.5.1. Spirmanov koeficijent .....	97
9.3.5.2. Izračunavanje korelacija između grupa varijabli .....	98
9.3.5.3. Komparacija koeficijenata korelacija varijabli u različitim poduzorcima .....	99
<b>10. Pitanja s mogućnošću više odgovora .....</b>	<b>102</b>
10.1. Postupak sa kategoričkom varijablom .....	103
10.2. Postupak s neprekidnom varijablom .....	110
10.2.1. T-testovi nezavisnih uzoraka .....	111
10.2.2. Izračunavanje hi-kvadrata za sintetiziranu varijablu .....	113
<b>11. Izdvajanje poduzorka .....</b>	<b>117</b>
<b>12. Analiza i diskusija o rezultatima statističkih testova .....</b>	<b>119</b>
<b>13. Ograničenja metode kvantitativne analize sadržaja .....</b>	<b>121</b>
<b>II KVALITATIVNA ANALIZA SADRŽAJA .....</b>	<b>127</b>
Uvod .....	129
<b>1. Teorijsko utemeljenje kvalitativne analize sadržaja .....</b>	<b>132</b>
<b>2. Epistemološke pretpostavke za kvalitativnu analizu sadržaja .....</b>	<b>136</b>
<b>3. Opći model kvalitativne analize diskursa .....</b>	<b>137</b>
3.1. Teorijsko i empirijsko definiranje predmeta i problema istraživanja .....	138
3.1.1. Teorijsko definiranje predmeta istraživanja .....	138
3.1.2. Empirijsko definiranje predmeta istraživanja .....	144
3.2. Formuliranje istraživačkog pitanja .....	151
3.2.1. Da li je diskurs u funkciji ideološkog nadzora nad društvom? .....	151
3.2.2 Da li je diskurs u funkciji reprodukcije strukture moći? .....	157
3.2.3. Da li je diskurs u funkciji identitetskih (samo) određenja? .....	160

3. 2.4. Da li je diskurs u funkciji manipuliranja snovima, fantazijama i motivatorima? .....	161
3. 2.5. Da li diskurs omogućava međusobno razumijevanje i harmoniziranje različitosti? .....	164
3. 2.6. Da li je diskurs strukturalno podređen pragmatičnim intencijama i situaciji subjekata diskursa? .....	167
3.2.7. Da li diskurs doprinosi informiranom izboru između alternativnih mogućnosti? .....	168
3.3. Formuliranje polazne pretpostavke .....	170
3.4. Izbor istraživačkih postupaka .....	176
3.4.1. Metoda kritičke analize diskursa .....	176
3.4.2. Analiza identiteskih (samo)određenja .....	181
3.4.3. Analiza fantasy tema .....	186
3.4.4. AIDA metodologija (Action-implicative discourse analysis) .....	190
3.4.5. SPEAKING analize .....	191
3.4.6. Analiza informacijske vrijednosti iskaza .....	192
3.5. Konceptualizacija analitičkih kategorija .....	198
3.6. Dizajniranje istraživačkog instrumenta .....	207
3.7. Prikupljanje i obrada naučne građe .....	210
3.7.1. Odabir tekstualnog materijala i definiranje uzorka .....	210
3.7.2. Postupak kodiranja .....	211
3.7.3. Obrada prikupljene građe .....	212
3.7.4. Analiza i diskusija .....	212
3.7.4.1. Uočavanje i rekonstrukcija mentalnih modela događaja .....	215
3.7.4.2. Rekonstrukcija modela konteksta .....	218
3.7.4.3. Površinske (mikro) diskurzivne strukture u novom čitanju .....	225
<b>4. Ograničenja kvalitativnih istraživanja diskursa .....</b>	<b>233</b>
<b>LITERATURA .....</b>	<b>234</b>
<b>Indeks pojmova .....</b>	<b>239</b>
<b>Indeks imena .....</b>	<b>243</b>





## PREDGOVOR

Uz anketiranje analiza sadržaja jedna je od najčešćih istraživačkih metoda u savremenim empirijskim istraživanjima društvenih nauka. Magistranti i doktorandi analizu sadržaja skoro po pravilu navode na spisku metoda kako u svojim prijavama tema tako i u završnim radovima – magistarskim i doktorskim radnjama. I mnogobrojna istraživanja iz područja odnosa medija i društva, kojima su nas zasule domaće i međunarodne nevladine organizacije, pozivaju se na analizu sadržaja kao glavnu, a nerijetko i jedinu istraživačku metodu. Nažalost, veoma rijetko su to metodološki korektno napravljene analize.

Glavni nedostaci koje sam uočio su:

- Slaba ili skoro nikakva teorijska zasnovanost istraživanja – slabo ili nikakvo referiranje na prethodna istraživanja i nedovoljno jasno prezentirana istraživačka praznina;
- Nejasno formulirano polazno istraživačko pitanje, odnosno pretpostavka (hipoteza). Često nije dovoljno razjašnjena dihotomija nezavisne i zavisne varijable;
- Istraživački instrument (kodni list) ne osigurava mjerenje (kvantifikaciju) pojave koja se istražuje niti postizanje postavljenih istraživačkih ciljeva. To je, uglavnom, posljedica nedovoljne ili površne konceptualizacije i operacionalizacije ključnih kategorija kojima su predstavljene nezavisna i zavisna varijabla;
- Pri razvijanju kodnog lista ne vodi se računa o uvjetima koje treba ispuniti da bi se primijenili određeni statistički testovi (kategoričke / neprekidne varijable, veličina i simetričnost uzorka);
- Statistička obrada podataka na najnižem je mogućem nivou. Uglavnom se završava na elementarnom prikazu frekvencija. U slučajevima kada su korišteni Hi-kvadrat testovi, T – testovi, izračunavane korelacije i sl., izostaju korektna povezivanja dobijenih rezultata s nultim hipotezama

na kojima se ti testovi zasnivaju, pa i sa pojedinačnim, odnosno posebnim hipotezama u funkciji čijeg su testiranja.

- Pri analizi i diskusiji o rezultatima istraživanja nerijetko se zanemare dobijeni statistički rezultati, ili su zaključivanja na osnovu njih neadekvatna;
- Analize diskursa uglavnom nisu vođene jasno formuliranim istraživačkim pitanjem i sveobuhvatno operacionaliziranim kategorijama mentalnih modela događaja i kontekstualnih modela.

Svi nabrojani nedostaci imaju, uglavnom, dva izvora – prvi se odnosi na zapostavljanje značaja iscrpnih teorijskih konceptualizacija, koje su nezamislive bez kontinuirane konekcije u aktuelna teorijska i empirijska istraživanja problemskog područja. Drugi izvor nedostataka jeste oskudno znanje statistike ne samo magistarata i doktoranada već i samih istraživača.

Ovu sam knjigu napravio s namjerom da, koliko je to moguće, ublažim ove nedostatke. Ta je namjera presudno utjecala na strukturu knjige.

Knjiga je organizirana u dva poglavlja. U prvom poglavlju pregledno je i sistematično izložen algoritam kvantitativne, a u drugom poglavlju kvalitativne analize sadržaja. U oba slučaja naglašen je značaj teorijske konceptualizacije istraživanja. Pri tome sam izložio upotrebljive recentne koncepte mogućih predmeta istraživanja, istraživačkih pitanja, različitih teorijskih okvira, istraživačkih koncepcija. Međutim, namjera mi nije da zarobim studente, odnosno istraživače u predstavljene koncepte i kategorije. Želja mi je da ih ohrabrim i podstaknem na samostalni istraživački rad, koji bi se sastojao od širenja teorijskog okvira unutar kojeg će se konceptualizirati istraživanje. To podrazumijeva zauzimanja generalnog skeptičnog odnosa prema zatečenim uopćavanjima pitanjima 1) da li je to baš tako? i 2) kako ću to provjeriti? Da bi bili u stanju tako reagirati moraju biti iscrpno upućeni u relevantne teorije u problemskom području. Nadam se da sam taj aspekt dovoljno naglasio u oba poglavlja ove knjige.

Sličan odnos imao sam i prema problemu nedostatnog nivoa statističkih znanja. Odabrao sam jedan broj elementarnih statističkih tehnika čija bi primjena značajno podigla nivo analize i zaključivanja i na konkretnim primjerima demonstrirao njihovu realizaciju u općedostupnom SPSS okruženju. Pri tome sam se fokusirao na objašnjenje dobijenih rezultata iz perspektive istraživačkih pitanja, odnosno hipoteza. To bi trebalo podstaći interesiranje studenata za ovladavanje širim spektrom statističkih tehnika i testova kao i za potencijale statistike uopće. Iskreno vjerujem da će se to očekivanje ostvariti.

Sadržaj prezentiran u knjizi uglavnom sam izlagao studentima master i doktorskih studija u okviru predmeta Metodologija komunikoloških istraživanja na Univerzitetu u Tuzli. Magistarski i doktorski radovi koji su uslijedili već pokazuju opravdanost fokusiranja na ovaj problem. To me je ohrabrilo da pripremim ovu knjigu. Želja mi je da ona bude prije svega korisna i podsticajna.

Tuzla, oktobar 2017.



## UVOD

Analiza sadržaja ima veoma bogatu povijest. Već je 1910. godine Max Weber na Prvom njemačkom danu sociologa, uočavajući veliki utjecaj štampe na društvene tokove, predložio da se „škarama i kompasom izreže sadržaj novina kako bi se analizirale kvalitativne promjene tokom historije“.<sup>1</sup> Međutim, jedan oblik analize sadržaja koristio se mnogo ranije u Americi kao znanstvena metoda pri provjeri vjerodostojnosti povijesnih dokumenata. Upoređivane su frekvencije pojedinih riječi u dokumentima upitne vjerodostojnosti i u dokumentima iz istog perioda, čija autentičnost nije bila upitna.

U zaletu medijskih istraživanja početkom četrdesetih godina dvadesetog stoljeća analizu sadržaja koriste akademski istraživači kao samostalnu ili pomoćnu istraživačku metodu pri istraživanju širokog raspona komunikacijskih i socioloških tema.

U toku Drugog svjetskog rata savezničke obavještajne službe, poredeći muziku na njemačkim radio stanicama s onim na drugim mjestima u okupiranoj Europi, zaključuju o strateškim pokretima njemačkih vojnika na kontinentu. Pretpostavljalo se da za njemačkim vojnicima idu i njihovi popularni šlageri. Na osnovu vidljivog (muzičkog programa) zaključivalo se o tajnom i nevidljivom (pokretima i koncentraciji trupa).

Nakon rata dolazi do intenzivnije primjene tehnika analize sadržaja u širokom spektru istraživačkih i praktičnih problema i tema. Analiza sadržaja kao istraživačka metoda u relativno kratkom periodu je evoluirala od kvantifikacija transparentnih semiotičkih i semantičkih elemenata (svojstava) analiziranog sadržaja do otkrivanja dubinskih aspekata – ideološke osnove, obrazaca profiliranja i strukture moći.

---

<sup>1</sup> Stojak, R. (1990). Metoda analize sadržaja. Sarajevo: Institut za proučavanje nacionalnih odnosa.

Rane analize sadržaja ograničavale su se na *pružanje uvida* u namjere i ciljeve proizvođača medijskih sadržaja i na potencijalni utjecaj sadržaja na publiku.<sup>2</sup> Protokom vremena ti su ciljevi proširivani. Wimmer i Dominick su ih klasificirali u pet grupa:

1. opisivanje obrazaca i trendova u medijskim prikazima;
2. testiranje hipoteza o politici ili ciljevima proizvođača medijskih sadržaja;
3. uspoređivanje sadržaja medija sa stvarnim svijetom;
4. procjena zastupljenosti pojedinih društvenih skupina u medijskim sadržajima i
5. zaključivanje o medijskim učincima.<sup>3</sup>

Mada izvedena iz perspektive masmedijskog diskursa, ova se klasifikacija ciljeva analize sadržaja može primijeniti i na ostala područja komunikacije (organizacijske, političke, kulturne, interkulture, tržišne, interpersonalne, unutargrupne, intergrupne).<sup>4</sup>

Danas je metoda analize sadržaja široko rasprostranjena kako u komunikološkim tako i u sociološkim, politološkim, marketinškim istraživanjima. Tome doprinose: niska cijena dobivanja informacija, velika dostupnost materijala za istraživanje, mogućnost bavljenja aktuelnim temama, jednostavan pristup arhiviranim sadržajima i mogućnost retrospektivnog utvrđivanja trendova, dobijanje kvantificiranih rezultata, eliminiranje utjecaja istraživača.<sup>5</sup>

Pogodujuće faktore za analizu sadržaja možemo klasificirati u tri grupe:

1. *Materijal za analizu je lako dostupan.* Ta se dostupnost značajno povećala digitalizacijom medija, koja je donijela pristup ogromnoj bazi tekstova, audio i videomaterijala (arhiva i tekućih medijskih sadržaja), koji se mogu preuzimati u formi prikladnoj za razna računarska pretraživanja i prebrojavanja.
2. *Pristup sadržajima je slobodan* i uglavnom nije potrebno tražiti bilo čije saglasnosti da da bi se istraživali, izuzev kada se istražuju neobjavljeni materijali ili osobna prepiska.
3. *Prikupljanje podataka nesrazmjerno je jednostavnije* u odnosu na neke druge istraživačke metode (anketiranje, intervjuiranje, posmatranje i

---

<sup>2</sup> Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. New York: Free Press.

<sup>3</sup> Wimmer, R. D. and Dominick, J. R. (1994). *Mass Media Research: An Introduction* (4th edn). Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.

<sup>4</sup> Transkripti interpersonalne i unutargrupne interakcije su otvoreni za analize, jednako kao informativno-političke emisije radija, odnosno televizijsko oglašavanje, novinski uvodnici i javna saopćenja državnih ministarstava.

<sup>5</sup> Berger, A. A. (1998). *Media Research Techniques*. London: SAGE Publications.

slično). Ono iziskuje mnogo manje vremena, angažiranih istraživača i finansijskih sredstava. Uglavnom se pristupa već klasificiranim i prikupljenim bazama sadržaja (arhiviranim internetskim sadržajima ili digitaliziranim godišnjacima).

Došlo je i do konvergencije kvantitativnog i kvalitativnog pristupa, koji su u početku bili odijeljeni. Sve je više zagovornika i sve su češći *metodološki hibridi* kvantitativnih i kvalitativnih analiza sadržaja. Neupitno je da takva istraživanja uvećavaju objektivnost rezultata istraživanja i doprinose legitimiranju ovog metoda u naučnoj zajednici, a da mjera u kojoj će se miksati (uzajamno podržavati i dopunjavati) ovisi kako o vrsti i složenosti istraživačkog problema (pitanja) tako i o istraživačkom iskustvu samog istraživača.

Ipak, i pored nezaustavljivog trenda približavanja i prožimanja ova dva pristupa (kvantitativnog i kvalitativnog) još uvijek je opravdano razlikovati, naročito u procesu edukacije istraživačkog podmlatka. U tom smislu i mi pravimo distinkciju između kvantitativne i kvalitativne analize sadržaja.



Iz recenzija...

Nema puno domaćih autora (mislim na područje u kojem se govori barem jedan od jezika naroda i narodnosti negdašnje Jugoslavije) koji su razvili ovu metodu analize, a još manje je onih koji su je na znanstveni način prikazali i objasnili akademskim krugovima, posebice studentima masovnog komuniciranja i novinarstva. Tu prazninu u domaćoj znanstvenoj produkciji izvrsno je popunio Najil Kurtić, ugledni znanstvenik i profesor, čiji je teorijski opus ovim djelom zaokružen i predstavlja nezaobilaznu produkciju na polju komunikacijskih znanosti.

Stjepan Malović

"Kvantitativna i kvalitativna analiza sadržaja" jest sveučilišni udžbenik koji na čitak i razumljiv način objašnjava sve elemente i faze važne za konačne rezultate istraživanja analize sadržaja. Budući da se analizom medijskih sadržaja koristi u interpretacijama društvenih pojava, različitih trendova koji se ogledaju u medijima onda će ovo djelo imati dug život, posebno u globalnom medijaliziranom svijetu.

Prazninu koju ovu djelo popunjava jest detaljno pojašnjenje kvalitativne analize sadržaja koja se često izbjegava u istraživanjima zbog svoje složenosti. Ova knjiga potvrđuje da valjana analiza sadržaja nužno obuhvaća i brojke i kontekstualizaciju i samo tako jest cjelina koja nudi relevantne znanstvene nalaze.

Gordana Vilović

Vrijedni znanstveni radovi na ovu temu su rijetki, pa je knjiga, ujedno, i jedan od temeljnih znanstvenih rukopisa posvećen metodi analize sadržaja na ovim prostorima. Obuhvatan i referentan teorijski okvir omogućio je autoru, ne samo da tumači metodološke aspekte proučavane teme, nego i da ostvari pomak u istraživačkom smislu. To se posebno odnosi na pitanja teorijske zasnovanosti i postupke analize diskursa.

Damir Kukić

ISBN 978-9958-673-50-4



9 789958 673504