

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
I. KVANTITATIVNA ANALIZA SADRŽAJA	17
1. Istraživačko pitanje i problem istraživanja	17
1.1. Pojemno određenje	17
1.2. Kapacitet kvantitativne analize sadržaja	18
1.3. Istraživačko pitanje	20
2. Hipotetski okvir	22
2.1. Pozitivističko-funkcionalistička paradigma	23
2.2. Interpretativno- kritička paradigma	25
3. Operacionalizacija generalne hipoteze	27
4. Predmet analize sadržaja	33
5. Dimenzioniranje uzorka	35
6. Razvijanje sheme kodiranja	36
6.1. Izbor mjernih skala	40
6.2. Dizajniranje kodnog lista (upitnika)	46
7. Kodiranje	52
8. Dizajniranje matrice (baze) za unos podataka u računar	54
9. Statistička obrada podataka	59
9.1. Opisivanje nezavisne varijable	61
9.2. Zavisne varijable	63
9.2. 1. Kategoriske 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
10. Pitanja s mogućnošću više odgovora	102
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
11. Izdvajanje poduzorka	117
12. Analiza i diskusija o rezultatima statističkih testova	119
13. Ograničenja metode kvantitativne analize sadržaja	121
II KVALITATIVNA ANALIZA SADRŽAJA	127
Uvod	129
1. Teorijsko utemeljenje kvalitativne analize sadržaja	132
2. Epistemološke pretpostavke za kvalitativnu analizu sadržaja	136
3. Opći model kvalitativne analize diskursa	137
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
4. Ograničenja kvalitativnih istraživanja diskursa	233
LITERATURA	234
Indeks pojmova	239
Indeks imena	243

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 magistranata 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“.¹ 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.

¹ 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.² 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.³

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).⁴

Danas je metoda analize sadržaja široko rasprostranjena kako u komunikološkim tako i u sociološkim, politološkim, marketinškim istraživanjima. Tome doprinose: niska cijena dobijanja 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.⁵

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 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

² Berelson, B. (1952). Content Analysis in Communication Research. New York: Free Press.

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

⁴ 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.

⁵ 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 legitimiziranju 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.

I. KVANTITATIVNA ANALIZA SADRŽAJA

1. ISTRAŽIVAČKO PITANJE I PROBLEM ISTRAŽIVANJA

1.1. POJMOVNO ODREĐENJE

Tri veoma utjecajne definicije praktično su odredile područja i način upotrebe kvantitativne analize sadržaja. *Berelson* je analizu sadržaja definirao kao „kvantitativnu, sustavnu i objektivnu tehniku istraživanja i opisivanja manifestnih aspekata sadržaja komunikacije“.⁶ *Berger* kaže da je to „istraživačka tehnika za sustavno klasificiranje i opisivanje komunikacijskih sadržaja prema nekim, obično unaprijed određenim kategorijama“.⁷ *Kerlinger* analizu sadržaja definira kao metodu „proučavanja i analiziranja komunikacija na sustavan, objektivan i kvantitativan način a u svrhu mjerenja varijabli“.⁸

Zajedničko je ovim definicijama, ali i mnoštvu drugih, naglašavanje tri glavna svojstva (zahtjeva koje analiza treba ispuniti): kvantitativnost, sustavnost i objektivnost.

- *Kvantitativnost* podrazumijeva numeričko iskazivanje mjere (učestalosti) prisustva određenih obilježja u analiziranim sadržajima. Analiza sadržaja treba rezultirati kvantifikacijama. Na taj se način osigurava ostvarivanje cilja; tačan uvid u varijable, a spoznajna vrijednost (dometi) metode pa i mogućnost otkrivanja latentnih struktura poruke i komunikacije dovode se u vezu sa načinom na koji je konceptualizirano samo istraživanje.

⁶ Berelson, B. (1952). Content analysis in communication research. New York: Hafner.

⁷ Berger, A. A. (1998). Isto.

⁸ Kerlinger, F. N. (1986). Foundations of Behavioural Research (3rd edn). New York: Holt, Rinehart and Winston

- *Sustavnost* znači konzistentnost (pridržavanje istih kriterija) pri određivanju uzorka istraživanja i pri identifikaciji (kodiranju) prisustva traženih obilježja. To znači da se sadržaj koji se analizira odabire prema izričitim i dosljedno primijenjenim shemama. Mora postojati ujednačenost u postupcima kodiranja i analiziranja. Samo jedan set smjernica, kojih se svi koderi moraju pridržavati, koristi se tijekom cijelog istraživanja. U tom smislu *Walizer* i *Wienir* analizu sadržaja definiraju kao „sustavan istraživački postupak smišljen za razmatranje sadržaja snimljene informacije”⁹.
- *Objektivnost* znači primjenu jasno definiranih (operacionaliziranih) kriterija za analizu svih odabranih jedinica. Analiza sadržaja je objektivna tehnika istraživanja. Istraživač ne smije unositi u istraživački postupak subjektivnosti, lične interese i predrasude. Na taj se način osigurava da ponovljeno istraživanje treba dati iste rezultate. Radi toga operacionalne definicije i pravila za klasifikaciju (kodiranje) varijabli trebaju biti jasne i dovoljno sveobuhvatne da ih drugi istraživač može ponoviti sa istim rezultatom.

Naglasak je na osobinama istraživačkog postupka (kvantitativnost, objektivnost i sustavnost), a u drugom je planu predmet istraživanja.

1.2. KAPACITET KVANTITATIVNE ANALIZE SADRŽAJA

Pomjeranje interesiranja na predmet i problem istraživanja, pitanja: koje su to svojstva poruke koje treba objektivno i sustavno identificirati; i šta nam kvantifikacije koje dobijemo kao rezultat te kvantifikacije kazuju (otkrivaju)? vodi nas u samu suštinu ove metode – povezivanje formalnih i vidljivih svojstava komunikacije sa kontekstualnim faktorima (ko komunicira, šta se komunicira, kome su poruke upućene, kojim kanalima su upućene i koji su ciljani efekti). Iz te perspektive mi (kvantitativnu) analizu sadržaja definiramo kao skup tehnika za sustavno i objektivno kvantificiranje komunikacijskih sadržaja vođenih generalnom pretpostavkom da te kvantifikacije označavaju društveni kontekst u kome se komuniciranje odvija.

Polazna pretpostavka je da kvantitativna svojstva sadržaja (frekvencije) komuniciranja (poruke) odražavaju stavove, vrijednosti i ponašanje ljudi koji ih kreiraju, diseminiraju i konzumiraju, ali i utječu na njih, te da su ti uzorci ponašanja, stavovi i vrijednosti označeni u njima, više ili manje vidljivo. Polazi

⁹ Walizer, M. H., Wienir, P. L. (1978). *Research Methods and Analysis: Searching for Relationships*. New York: Harper and Row.

se od aksioma da komunikacije generalno determiniraju osobno i društveno ponašanje pojedinaca. To u praksi znači da analiza (kvantifikacije vidljivih obilježja) sadržaja masovnih komunikacija neizbježno indicira stanje komunikacijske zajednice u kojoj su ti sadržaji producirani i kojoj su namijenjeni.

Iz analize sadržaja može se zaključivati o:

- 1) semiotičkim, sintaksičkim i semantičkim svojstvima sadržaja,
- 2) situaciji, motivima i vrijednostima komunikatora (autora i distributera),
- 3) situaciji i profilu recipijenata kojima je tekst upućen i
- 4) socijalnom kontekstu u kojem je sadržaj nastao i realiziran.

Krippendorff¹⁰ je identificirao pet glavnih dimenzija komunikacijskih sadržaja koje je moguće kvantificirati (mjeriti) a koje odgovaraju glavnim područjima kvantitativne analize sadržaja. To su: fizička svojstva sadržaja, sintaktička svojstva sadržaja, svojstva referiranja, propozicijska obilježja i tematska obilježja.

1. *Fizička svojstva sadržaja* – odnose se na dimenzije (obim) jedinica analize sadržaja uključenih u uzorak istraživanja. Izražavaju se numeričkim oblikom kvantifikacije obima prisustva elementarnih formi poruke – broj riječi u jedinici analize, broj rečenica, broj pauza, broj citata, broj navedenih podataka, broj izvora na koji se poziva autor, veličinu ilustracije, trajanje audio ili video isječka u sekundama i sl.
2. *Sintaktička svojstva sadržaja* – odnose se na vrste riječi i rečenica, funkcionalne vrste iskaza, vrste upotrijebljenih kadrova u video sadržajima, paralingvističke elemente i sl. Izražavaju se kvantifikacijom prisustva pojedinih sintaksičkih obilježja .
3. *Svojstva referiranja* - odnose se na način na koji se u analiziranim sadržajima označavaju osobe, događaji, ideje, vrijednosti i sl. Mogu se mjeriti: 1) kvantitativna (frekvencija referiranja na osobe, događaje, ideje, vrijednosti) i 2) kvalitativna obilježja tog referiranja (izravno, neizravno, u pozitivnom ili negativnom tonu, proponentско, neutralno ili oponentско, stereotipiziranje, stigmatiziranje). Jedinice referiranja su karakteristične i pogodne za dijagnosticiranje kvalitativnih svojstava komuniciranja (pristrasnost, otvorenost, demokratičnost i sl.) Ove jedinice po pravilu podrazumijevaju mjerenje valencije i intenziteta.
4. *Propozicijska obilježja* – odnose se na obilježja formata poruka, uključujući i vrste diskurzivnih iskaza. Žanrovi u kojima su prezentirani sadržaji uzimaju se za prenosioce značenja koji ukazuju kako na

¹⁰ Krippendorff, K. (1980). Content analysis: An introduction to its methodology. Beverly Hills, CA: Sage.

svojstva komunikacijskih sustava tako i na referentne im socijalne kontekste.

5. *Tematska obilježja* – odnose se na identificiranje i klasificiranje sadržaja analizirane jedinice sa stajališta kataloga relevantnih aktuelnih tema. Teme imaju svoju konjunkturu; nastaju, doživljavaju svoj zenit da bi se postepeno izgubile. Međutim, postoji dokazana, skoro izravna veza između medijske agende (tema o kojima se u nekom vremenskom i prostornom okviru izvještava i govori u medijima) i društvene agende (tema koje determiniraju sadržinu javnog mnijenja). Mada se čini da je relativno jednostavno identificirati temu jedinice analize sadržaja (na osnovu ključnih riječi), u stvarnosti se mora pribjeći zaključivanju na osnovu kontekstualne analize.

1.3. ISTRAŽIVAČKO PITANJE

Istraživanja zasnovana na analizi sadržaja započinju preciziranjem i formuliranjem *istraživačkog pitanja* iz kojeg se izvode generalna, posebne i pojedinačne hipoteze i indikatori.

Istraživačko pitanje u analizi sadržaja odnosi se na povezanost različitih elemenata i aspekata sadržaja komuniciranja sa konkretnim društvenim procesima, pojavama, tendencijama, praksama i sl., a proizlazi iz uvida u istraživačku prazninu (*Research Gap*), odnosno empirijski i teorijski problem koji uočavamo ili nam je nametnut praksom.

Istraživački problem možemo definirati kao empirijsko područje koje nije razmotreno iz perspektive recentnih teorija, odnosno empirijsko područje za koje se može pretpostaviti da ne može biti objašnjeno tim teorijama.

U tom smislu artikuliranju istraživačkog pitanja, pa i teme istraživanja, prethodi sveobuhvatan uvid (koji će naći svoj izraz u preglednom članku) u prethodna relevantna teorijska i empirijska istraživanja teme. Na osnovu takvog uvida teorijski se definira problem istraživanja. Podrazumijeva se da će rezultirati sveobuhvatnim teorijskim određenjem glavnih koncepata, kritičkim pregledom različitih teorijskih shvatanja i dosadašnjih pokušaja objašnjenja, pregledom klasifikacija i veoma jasnom artikulacijom istraživačke praznine na koju će se istraživač fokusirati.

U slučaju analize sadržaja u igri je nekoliko konceptualno-teorijskih stajališta:

- Komuniciranje je u samom središtu društvene dinamike – snažno utječe na većinu, ako ne i sve društvene fenomene – događaje, pojave, procese, stanja i trendove.

- Pojedini aspekti društvene stvarnosti, mada veoma značajni i veoma utjecajni, pa prema tome i društveno relevantni, ne pojavljuju se izravno u formama pogodnim za neposrednu opservaciju - do njih je spoznajno moguće doprijeti tek preko znakova koji ih prate i koji na njih upućuju.
- Semioza (proces označavanja) socijalno je i psihološki determinirana. Verbalno simboličke dimenzije poruke kao ishod semioze, uz to što denotiraju referent (predmet označavanja – izvještavanja) ujedno i konotiraju na društvenu situaciju u kojoj se to označavanje dešava.
- U sintaksičkim, semiotičkim i semantičkim svojstvima porukâ u medijima javnog komuniciranja prelamaju se i odražavaju svojstva komunikacijskih zajednica i pripadajućih im komunikacijskih sistema.

Istraživačko pitanje se može odnositi na 1) stanje komunikacijskog procesa (komunikacijske prakse, odnosno komunikacijskog sistema) ili na 2) „sociologiju komuniciranja“.

U prvom slučaju obilježja sadržaja komuniciranja uzimaju se za indikatore stanja komunikacijske prakse u konkretnim društvima (profesionalnost, vrijednosna orijentiranost, funkcionalnost medija i sl).

U drugom slučaju obilježja sadržaja komuniciranja uzimaju se za *indikatore stanja socijalnog konteksta* u kojem se odvija komuniciranje. Formalna obilježja sadržaja komunikacija uzimaju se za znakove koji označavaju (upućuju na) društveni kontekst u kome se komunikacija odvijala:

- sadržaj komuniciranja ukazuje na određeni društveni kontekst,
- sadržaj komuniciranja utječe na stanje društvenog konteksta,
- sadržaj komuniciranja je efekt (posljedica) društvenog konteksta.

Istraživačko pitanje kod „Analize izvještavanja dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine“¹¹ formilirali smo tako da povezuje oba ova aspekta:

- *Da li je izvještavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine vođeno načelima najbolje prakse profesionalnog novinarstva: 1) težnjom ka istini, težnjom ka objektivnosti (nepristrasnosti), težnjom ka relevantnosti, težnjom ka izbalansiranosti i iskrenom posvećenošću interesima javnosti ili 2) posebnim regionalnim, odnosno lokalnim političkim i ekonomskim interesima?*

¹¹ Ovu analizu smo načinili kao praktičan primjer održivosti metoda i postupka koji izlažemo.

Ovisno o prirodi istraživačkog pitanja metoda analize sadržaja može imati tri funkcije:

- *biti glavna, odnosno jedina istraživačka metoda*, što je, uglavnom, slučaj ukoliko se istraživački problem odnosi na samu komunikacijsku praksu,
- *biti jedna od istraživačkih metoda* u funkciji testiranja posebne ili pojedinačne hipoteze i kada se istraživački problem odnosi na područje sociologije medija i
- *biti pomoćna istraživačka metoda*, u slučajevima kada se istražuju sociološki, kulturološki ili politikološki fenomeni.

U sva tri slučaja istraživanje će biti vođeno *posebnim hipotezama* izvedenim iz generalne hipoteze o povezanosti različitih aspekata *sadržaja* komuniciranja sa istraživanim problemom.

U slučaju „Analize izvještavanja dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine“ metoda analize sadržaja jedina je istraživačka metoda. Ideja je da na osnovu kvantitativnih obilježja sadržaja dnevnih novina u regiji i mjere korespondiranja sa profesionalnim standardima zaključimo o profesionalnoj, odnosno interesnoj pozadini izvještavanja u konkretnom slučaju.

2. HIPOTETSKI OKVIR

U regionalnoj istraživačkoj praksi uobičajeno je istraživačko pitanje pretočiti u istraživačku hipotezu, mada to, iz perspektive evropske istraživačke prakse nije i nužno.

Uobičajeno se postavlja jedna generalna i nekoliko posebnih, odnosno pojedinačnih (razrađujućih) hipoteza.

Kada je istraživačko pitanje usmjereno na stanje komunikacijskog procesa, odnosno komunikacijskog sustava konkretnog društva, hipotezu treba zasnivati na nekoj komunikološkoj teoriji koja se bavi različitim aspektima procesa komuniciranja (na tehničkom, semantičkom ili bihevioralnom nivou). U tom se slučaju generalna hipoteza odnosi na povezanost semiotičkih, semantičkih, sintaksičkih obilježja sadržaja poruke sa stanjem komunikacijske prakse, odnosno komunikacijskog sistema. Ta povezanost može se posmatrati iz perspektive dvije paradigme: 1) pozitivističko-funkcionalističke i 2) interpretativno-kritičke.

2.1. POZITIVISTIČKO-FUNKCIONALISTIČKA PARADIGMA

Usmjerena je na razumijevanje i objašnjenje empirijskog, odnosno teorijskog problema. Komparira obilježja komunikacijskih sadržaja pronađenih u analiziranom (istraživanom) materijalu (uzorku) sa očekivanim obilježjima koja proizlaze iz referentne teorije. Uočena odstupanja interpretiraju se kao *entropija* koju je moguće otkloniti unosom veće količine informacija (znanja i komunikacijskih vještina) u sam proces produkcije i diseminacije sadržaja.

Teorijski dio razvijanja hipotetskog i kategorijalnog okvira za ovu vrstu istraživanja zasniva se na uvidu u mnoštvo aksioma, postulata, profesionalnih pravila i svih drugih uopćavanja dobrih praksi komuniciranja. Tako se, naprimjer, analiza (istraživanje) vizualnih aspekata prezentacije teksta može zasnovati na postulatima grafičkog dizajna novina i časopisa, koje su artikulirali Click i Baird¹²:

- neobičan oblik slika iritira čitatelje;
- mala količina teksta i velike slike na uvodnim stranicama povećava čitanost članka;
- čitatelji ne vole čitati tekstove prezentirane u kurzivu;
- čitatelji preferiraju naslove sa jednostavnim i poznatim slovima;
- čitatelji i grafički dizajneri se rijetko slažu oko definicije vrhunskog dizajna stranice;
- velike ilustracije privlače veću pažnju nego male;
- Times New Roman se brže čita od ostalih fontova.

Svako od ovih pravila grafičkog oblikovanja može functionirati kao pojedinačna hipoteza koja se referira na po jednu varijablu čije se stanje može dijagnosticirati (kodirati) u uzorkovanim jedinicama analize. Uzete skupa, ove varijable čine jednu generalnu hipotezu analize sadržaja, koja uspostavlja relaciju između grafičkog dizajna teksta i učinkovitosti printanih medija. U tom pravcu treba formulirati istraživačko pitanje, koje u sebi treba imati jednu mjeru polazne istraživačke skepse koja dovodi u pitanje kako pravilo (prethodno uopćavanje) tako i njegovo utemeljenje.

Naprimjer: umjesto da se pita koliko je zastupljeno velikih, a koliko malih ilustracija u analiziranom uzorku sadržaja ili da li je dosljedno primijenjeno pravilo zlatnog reza¹³ kod svake ilustracije – postaviti će se pitanja: da li zaista i pod kojim okolnostima velike ilustracije privlače veću pažnju nego male? i da li zaista neobičan oblik (odstupanje od zlatnog reza) iritira čitatelje?

¹² Click, J. W., Baird, R. (1979). Magazine Editing and Production, Dubuque, IA: William C. Brown.

¹³ Elementarno grafičko pravilo po kome je duža stranica ilustracije (fotografije) 1,66 puta veća od kraće.

Po istom se principu kvalitet mrežnih komunikacija procjenjuje na osnovu prisustva standardiziranih svojstava web stranica ¹⁴ a vjerodostojnost novina na osnovu definicije istinosnih svojstava vijesti čije se prisustvo, odnosno odsustvo uzima za indikatore vjerodostojnosti, profesionalnosti, objektivnosti pa i slobode medija.¹⁵

U svim se slučajevima na osnovu dijagnostificiranih svojstava sadržaja, a iz perspektive recentnih teorijskih modela, zaključuje o kvantitetu, kvalitetu i strukturi komunikacijske prakse. U fokusu istraživanja jeste konkretna komunikacijska praksa. Istraživanja imaju izrazito pragmatične ciljeve i orijentirana su prvenstveno ka otklanjanju zastoja u komuniciranju i povećanju efikasnosti komunikacija.

U našem istraživanju izvještavanja dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine morali smo razjasniti teorijske postavke o profesionalnom izvještavanju. Konkretnije, morali smo odgovoriti na pitanje: kako bi trebalo izgledati izvještavanje vođeno univerzalnim normama profesionalnog novinarstva u konkretnom slučaju? Pri definiranju idealnog (očekivanog standardnog modela izvještavanja) poslužili smo se uopćavanjima Kovača, Rozenstila i Kurtića.

Bil Kovač i Tom Rozenstil u knjizi "Elementi novinarstva"¹⁶ navode osnovne principe kojima treba težiti savremeno novinarstvo (izvještavanje):

- Biti posvećen istini;
- Biti lojalan prema građanima (javnosti);
- Težiti ka tačnosti;
- Težiti da vijesti budu sveobuhvatne i proporcionalne;
- Biti neovisan o onima o kojima se izvještava;
- Nadzirati vlast i govoriti u ime onih čiji se glas ne čuje;
- Pružati priliku za javnu kritiku i komentare;
- Baviti se značajnim (relevantnim) pitanjima i prezentirati ih tako da budu zanimljiva;
- Imati odgovornost prema savjesti.

Kurtić u knjizi „Kôd novinarstva“ odgovara na pitanje: Koje uvjete treba ispuniti svaka vijest (mas-medijska poruka) da bi bila istinita?¹⁷ To su:

- činjeničnost saznanja;
- zasnovanost na nepristrasnom pristupu izvještavanja;

¹⁴ Witmer, F. D. (2000). *Spining the Web*. New York: Longman.

¹⁵ Malović, S. i sur. (2007). *Vjerodostojnost novina*. Zagreb: ICEJ.

¹⁶ Kovač, B., Rozenstil, T. (2006). *Elementi novinarstva*. Podgorica: CID i Institut za medije Crne Gore.

¹⁷ Kurtić, N. (2006). *Kôd novinarstva*. Sarajevo: Mediaplan.

- utemeljenost na relevantnim činjenicama;
- reprezentativnost činjenica;
- preciznost u dimenzioniranju i orijentiranju činjenica.

Teorijsko-logički okvir većine analiza sadržaja zasniva se na više ili manje opširnom obrazlaganju ovakvih normi, a na osnovu uvida u recentnu literaturu uz formuliranje vlastitih stajališta.

2.2. INTERPRETATIVNO-KRITIČKA PARADIGMA

Uz razumijevanje i objašnjenje problema interpretativno-kritička paradigma usmjerena je i na promjenu stanja. Komparira obilježja komunikacijskih sadržaja pronađenih u analiziranom (istraživanom) materijalu (uzorku) sa očekivanim obilježjima koja proizlaze iz referentne teorije, ali uočena neslaganja ne interpretira nužno kao entropiju poruke (posljedicom odsustva izvrsnosti u kreiranju poruka), već pritiscima na medijski podsustav društva (odsustvom medijskih sloboda i interesnom instrumentalizacijom komuniciranja). Istraživački problem usmjeren je na sociologiju komuniciranja (odnos medija i društva), a generalna hipoteza uglavnom je kompleksna – uključuje više zavisnih i nezavisnih varijabli. Generalna hipoteza se, uglavnom, izvodi iz neke od mnogobrojnih komunikoloških teorija, odnosno teorija sociologije komuniciranja, kao što su: teorija jaza u znanju, teorija agende settings, teorija nagrade i koristi i sl.

Evo nekoliko takvih hipoteza:

- *Vanjska (formalna) obilježja medijskih sadržaja određena su karakteristikama, motivima ili ideologijama proizvođača i društvenih struktura koje stoje iza njih;*
- *Način prezentacije medijskih sadržaja u funkciji je manipuliranja javnim mnijenjem;*
- *Medijske organizacije imaju svoj politički program koji utječe na sve aspekte medijske produkcije;*
- *Obilježja zabavnih sadržaja determinirana su njihovim marketinškim funkcijama;*
- *Čitateljke neke oblike naslovnih slova percipiraju kao ženstvenije od drugih. To utječe na pokazani interes za čitanje određenih sadržaja, odnosno novina.*¹⁸

¹⁸ Haskins, J. B., Flynn, L. (1974) Effects of headline typeface variation on reader interest. *Journalism Quarterly*, 51(4).

Ovisno o kompleksnosti i prirodi istraživačkog problema i postavljenih ciljeva istraživanja generalna hipoteza može biti više ili manje kompleksna i iziskivati primjenu različitih istraživačkih metoda i tehnika. Zbog toga se prvo identificiraju aspekti generalne hipoteze koji će se testirati primjenom metode analize sadržaja. *To su oni aspekti do kojih je teško ili nemoguće doprijeti izravno.* Uobičajeno se u takvim situacijama definiraju jedna ili dvije posebne, odnosno nekoliko pojedinačnih hipoteza u kojima se semiotičke, semantičke i sintaksičke odlike teksta (sadržaja komunikacije) uzimaju za zavisne varijable, odnosno za posljedice nekog utjecaja (koji u odnosu na sustav vijesti) funkcionira kao nezavisna.

Naprimjer, ako se za predmet istraživanja uzme problem vjerodostojnosti medija morat će se postaviti kompleksna hipoteza koja će obuhvatiti više istraživačkih pitanja: 1) u kojoj mjeri publika, odnosno recipijenti, vjeruju medijima?, 2) na osnovu kojih obilježja pojedinih elemenata medijskog sustava recipijenti prosuđuju o vjerodostojnosti medija (komunikatori, kanali, ciljevi)?, 3) na osnovu kojih obilježja medijskih poruka publika određene sadržaje (odnosno medije) klasificira u vjerodostojne, odnosno senzacionalističke?, i 4) koje su posljedice percepcije vjerodostojnosti, odnosno nevjerodostojnosti medija na aktualni, ali i potencijalni utjecaj masovnih medija na javno mnijenje?

Svaki od ovih aspekata bi zahtijevao postavljanje bar jedne posebne hipoteze, koju bi trebalo razraditi u po nekoliko pojedinačnih hipoteza u kojima je pretpostavljena relacija između nezavisnih i zavisne varijable.

Odgovor na prvo, drugo i četvrto pitanje bismo tražili koristeći neku od tehnika metoda ispitivanja (intervjuiranja) ili promatranja. Odgovor na treće pitanje tiče se kvaliteta i strukturalnih svojstava poruke i moguć je samo ako se primijeni metoda analize sadržaja.

Da bismo odgovorili na treće istraživačko pitanje postavili bismo hipotezu o povezanosti percepcije vjerodostojnosti medijskih sadržaja sa njihovim istinskim svojstvima. U daljem postupku operacionalizacije prepoznavanje (identificiranje) istinskih svojstava povezali bismo sa određenim formalnim obilježjima poruka koja bi poslužila kao indikatori (znakovi).¹⁹

U tehničkom smislu formuliranje generalne hipoteze sastoji se od pretvaranja upitne forme glavnog istraživačkog pitanja u potvrdnu (izjavnu) formu sa odgovorom koji korespondira očekivanom empirijskom ili teorijskom modelu.

¹⁹ Kurtić, N. (2007). Konceptualizacija istraživanja vjerodostojnosti medija u: Malović, S. i sur. Vjerodostojnost novina. Zagreb: ICEJ.

Generalnu hipotezu možemo formulirati na dva načina: 1) kao *nultu hipotezu*, kada polazimo od pretpostavke da između stanja varijabli koje poredimo (istražujemo) i teorijskog modela (iz perspektive važećih teorija) tog stanja nema razlika ili 2) kao *empirijsku hipotezu*, u koju ugrađujemo svoj skeptičan stav prema mjeri korespondencije između stvarnog i očekivanog stanja.

Generalna hipoteza u našem istraživanju izvještavanja dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine formulirana u formi nulte hipoteze glasi:

Izvjestavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine vođeno je načelima najbolje prakse profesionalnog novinarstva težnjom ka istini, objektivnosti (nepristrasnosti), relevantnosti, izbalansiranosti i iskrenom posvećenošću interesima javnosti

U empirijskoj formi ovu smo hipotezu formulirali ovako:

Izvjestavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine vođeno je posebnim regionalnim, odnosno lokalnim političkim i ekonomskim interesima, što je negativno utjecalo na nivo profesionalizma.

3. OPERACIONALIZACIJA GENERALNE HIPOTEZE

Testiranju generalne hipoteze po pravilu prethodi njena operacionalizacija do nivoa indikatora relevantnih obilježja. Generalna hipoteza se razrađuje (razlaže) na nekoliko posebnih hipoteza, a posebne hipoteze, prema potrebi, na pojedinačne. U tehničkom smislu operacionalizaciju generalne hipoteze najlakše je uraditi razlaganjem glavnog istraživačkog pitanja na nekoliko potpitanja. Potpitanjima treba pokriti cijeli spektar istraživačkog problema, sve relevantne aspekte uzročno-posljedičnog odnosa koji najčešće ispituje.

Početna tačka za operacionalizaciju generalne hipoteze ključna je kategorija u formulaciji problema istraživanja, odnosno istraživačkog pitanja. Istraživačko pitanje referira na problem istraživanja.²⁰

²⁰ Naprimjer, istraživačko pitanje na koje želimo odgovoriti glasi: da li je i u kojoj mjeri u aktuelnoj masmedijskoj komunikaciji prisutan govor mržnje? Predmet istraživanja je govor mržnje u masovnim medijima. Bez dvojbe ključna kategorija je govor mržnje. U konkretnom slučaju, trebali bismo prvo teorijski a potom empirijski definirati koncept govora mržnje; utvrditi sadržinu i opseg pojma, a potom utvrditi pojavne oblike i moguće stupnjeve intenziteta pojave, uključujući i nazive koji ih prate, vodeći računa o razlikama u načinima izražavanja različitih medija. Na taj način ćemo dobiti indikatore, odnosno obilježja, čije ćemo prisustvo u analiziranim sadržajima provjeravati i evidentirati.

U našem istraživanju izvještavanja dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine ključna je kategorija *profesionalno izvještavanje* koja uključuje dva podjednako važna aspekta: zanatsku profesionalnost i sociologiju vijesti, odnosno izvještavanja. Ta činjenica navela nas je na postavljanje dva seta potpitanja.

Prvi set odnosi se na profesionalnost izvještavanja:

1. Da li je izvještavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. vođeno nastojanjem da se događaji prikažu istinito?

Veoma često ćemo iz raspoloživih definicija odabrati najpogodniju sa stajališta analitičnosti, ili ćemo iz više različitih izvesti svoju definiciju. U našem primjeru opredijelili smo se za enciklopedijsko određenje koje smo pronašli na www.yucom.rs.

Govor mržnje se najopštije može definisati kao izražavanje koje sadrži poruke mržnje ili netrpeljivosti prema nekoj rasnoj, nacionalnoj, etničkoj ili verskoj grupi ili njenim pripadnicima. U posljednje vreme, govor mržnje obuhvata i govor koji je usmeren u cilju proizvođenja mržnje i netrpeljivosti prema polu i seksualnoj opredeljenosti, a sve češće ovaj pojam obuhvata i netrpeljivost prema različitom političkom i drugom mišljenju kao i nacionalnom i društvenom poreklu. Poruka koja se šalje ovakvim izražavanjem ima za cilj da izazove određene negativne posledice po određeno lice odnosno grupu lica u zavisnosti od njegovog/njihovog ličnog svojstva ili pripadnosti određenoj grupi što se može manifestovati kroz:

- 1) stvaranje prezira prema određenom licu ili grupi;
- 2) stvaranje negativnog stereotipa prema određenom licu odnosno grupi;
- 3) podsticanje diskriminacije i neprijateljstva;
- 4) osudu okoline prema određenom licu ili grupi;
- 5) izazivanje osećanja nesigurnosti i straha kod određenog lica/ili pripadnika određene grupe;
- 6) nanošenje fizičkih i psihičkih bolova određenom licu odnosno pripadniku određene grupe;
- 7) upućivanje pretnji određenom licu odnosno grupi;
- 8) podsticanje i izazivanje nasilje prema određenom licu ili grupi;
- 9) stvaranje osećaja kod velikog dela građana da je takvo ponašanje prema određenom licu/grupi društveno poželjno i opravdano;
- 10) izazivanje osećaja kod širokog kruga građana da će takvo ponašanje biti tolerisano, i neće biti predmet odgovornosti.

Poruka izražena u govoru mržnje usmerena je uvek na lično svojstvo ili specifičnosti svojstva ugrožene grupe. Ta lična svojstva su: 1) rasa; 2) nacionalna ili etnička pripadnost; 3) veroispovest; 4) jezik; 5) pol; 6) seksualna opredeljenost; 7) političko i drugo mišljenje i uverenje; 8) društveno poreklo; 9) drugo lično svojstvo.

Usko ili preširoko definiranje može utjecati na dijagnosticiranu frekvenciju jednog obilježja – kategorije. Tako proširenjem definicije govora mržnje sa područja rasnih, nacionalnih, etničkih ili vjerskih obilježja na spolna, seksualna, politička pa čak i socijalna i fizička obilježja u značajnoj mjeri utječe na konačan odgovor na glavno istraživačko pitanje.

2. Da li je izvještavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. zasnovano na relevantnim, preciznim i tačnim činjenicama?
3. Da li je izvještavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. nepristrasno prema svim stranama u konfliktu?
4. Da li je izvještavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. reprezentativno, sveobuhvatno i odražava li proporcionalno stvarne uloge i stajališta svih aktera?
5. Da li je izvještavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. kontekstualizirano?
6. Da li je izvještavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. zanimljivo?
7. Da li je izvještavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. etično?

Drugi set potpitanja odnosi se na *interpretiranje zatečenih svojstava komunikacijskog sadržaja* iz perspektive kontekstualnih aspekata komunikacije (društvenih prilika, a ne samo profesionalnih kompetencija komunikatora i recipijenta). Polazno stajalište je da je proces semioze (označavanja) na oba kraja komunikacijskog toka determiniran mnoštvom situacijskih varijabli, čiji utjecaj na verbalno-simboličke forme poruka (sadržaja) ostaje u pozadini. Taj utjecaj je moguće rekonstruirati, ako upotrijebljene znakove (riječi, simbole, slike, metafore i sl.) uzmemo za oznake kako referenata, na koje izravno upućuju, tako i situacije i razloge zbog kojih i radi kojih su izabrani upravo ti referenti, ti znakovi i ti načini (forme) označavanja.

Iz te perspektive opravdano je postaviti pitanja:

1. Da li postoje značajne razlike u načinu izvještavanja novina o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine s obzirom na zemlju izlaženja?
2. Da li postoje značajne razlike u načinu izvještavanja novina iz BiH o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine s obzirom na entitetsku odrednicu mjesta izlaženja?
3. Da li postoje značajne razlike u načinu izvještavanja „Oslobođenja“ i „Dnevnog avaza“ o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine?

Istom tehnikom kojom smo glavno istraživačko pitanje preformulirali u generalnu hipotezu pretvorit ćemo i potpitanja u posebne hipoteze.

Evo kako to izgleda u slučaju našeg istraživanja.

Istraživačka potpitanja	Posebne hipoteze
Da li je izvještavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. vođeno nastojanjem da se događaji prikažu istinito? Da li je izvještavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. zasnovano na relevantnim, preciznim i tačnim činjenicama?	Izvještavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. vođeno je nastojanjem da se događaji prikažu istinito i zasnovano je na relevantnim, preciznim i tačnim činjenicama.
Da li je izvještavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. nepristrasno prema svim stranama u konfliktu? Da li je izvještavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. reprezentativno – sveobuhvatno i proporcionalno odražava stvarne uloge i stajališta svih aktera? Da li je izvještavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. kontekstualizirano?	Izvještavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. nepristrasno je prema svim stranama u konfliktu; reprezentativno je – sveobuhvatno i proporcionalno odražava stvarne uloge i stajališta svih aktera.
Da li je izvještavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. zanimljivo?	Oprema teksta i način prezentacije izvještaja korespondiraju sa vrijednosti vijesti (izrazitom dramatičnošću) i generalnom informativno-faktofskom prirodom novina.
Da li je izvještavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. etično?	Izvještavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. etično je.

Da li postoje značajne razlike u načinu izvještavanja novina o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine s obzirom na zemlju izlaženja?	Postoje značajne razlike u načinu izvještavanja novina o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine s obzirom na zemlju izlaženja.
Da li postoje značajne razlike u načinu izvještavanja novina iz BiH o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine s obzirom na entitetsku odrednicu mjesta izlaženja?	Postoje značajne razlike u načinu izvještavanja novina iz BiH o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine s obzirom na entitetsku odrednicu mjesta izlaženja.
Da li postoje značajne razlike u načinu izvještavanja „Oslobođenja“ i „Dnevnog avaza“ o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine?	Postoje značajne razlike u načinu izvještavanja „Oslobođenja“ i „Dnevnog avaza“ o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine.

Veoma često posebne hipoteze nisu dovoljno analitične da bi se na njima moglo zasnovati razvijanje sheme kodiranja. U takvim se slučajevima posebne hipoteze dodatno operacionaliziraju i formuliraju se pojedinačne hipoteze. Pojedinačne hipoteze ciljaju na indikatore, odnosno na pojedinačna obilježja (kategorije) pojedinačnih varijabli. Formuliraju se kao tvrdnje (pretpostavke) o stanju (kvantitetu i kvalitetu) pojedinih činjenica, odnosno o neposrednim vezama između pojedinih činjenica. Evo kako su formulirane pojedinačne hipoteze u našem istraživanju izvještavanja dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine.

Posebna hipoteza	Pojedinačne hipoteze
Izvještavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. vođeno je nastojanjem da se događaji prikažu istinito; zasnovano je na relevantnim, preciznim i tačnim činjenicama.	1. U izvještavanju dominiraju informativno-faktografske forme. 2. Lidovi su u funkciji isticanja glavnih informacija sadržanih u tekstovima. 3. Naslovi su funkcionalno spregnuti sa primarno referencijalnom orijentacijom izvještaja. 4. Iskazani utisci i zaključci novinara zasnovani su na provjerenim činjenicama iz više različitih izvora. 5. Obim izvještavanja (broj riječi) omogućava prezentiranje svih relevantnih činjenica i aspekata događaja

Posebna hipoteza	Pojedinačne hipoteze
Izveštavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. nepristrasno je prema svim stranama u konfliktu; reprezentativno (sveobuhvatno i proporcionalno) odražava stvarne uloge i stajališta svih aktera.	1. Ton izveštavanja je preovlađujuće neutralan. 2. U izveštajima su reprezentativno prezentirana stajališta različitih strana u događajima 3. Izveštavanje se zasniva na citiranju relevantnih sudionika u događaju 4. U izveštajima nema povećane upotrebe "obojenih" riječi (pridjeva, priloga i rječica)
Oprema teksta i način prezentacije izveštaja korespondiraju sa vrijednosti vijesti (izrazitom dramatičnošću) i generalnom informativno-fakografskom prirodom novina.	1. Isticanje na naslovnoj strani je u funkciji isticanja empirijske vrijednosti događaja. 2. Dužina naslova (broj riječi) je determinirana funkcijom naslova. 3. Valencija naslova korespondira valenciji teksta. 4. Obim ilustriranja izveštaja odražava atraktivnost i dramatičnost događaja. 5. Sadržina fotografija odražava atraktivnost i dramatičnost događaja.
Izveštavanje dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. etično je i odgovorno.	1. Izveštaji ne sadrže riječi niti druge elemente (implikacije) koji izvrgavaju ruglu, stigmatiziraju ili demoniziraju neku stranu u događajima.
Postoje značajne razlike u načinu izveštavanja novina o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine s obzirom na zemlju izlaženja.	1. Izveštavanje novina iz Bosne i Hercegovine, Hrvatske i Srbije pod utjecajem je specifičnosti kultura vijesti, stanja printanog novinarstva i procjene vrijednosti značaja i blizine vijesti. 2. Postoje statistički značajne razlike u obilježjima i vezama zavisnih varijabli ovisno o nezavisnoj varijabli "Država porijekla", odnosno nezavisne varijable "Domaće-regionalne".

Posebna hipoteza	Pojedinačne hipoteze
Postoje značajne razlike u načinu izvještavanja novina iz BiH o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine s obzirom na odrednicu mjesta izlaženja.	1. Izvještavanje novina iz Bosne i Hercegovine pod utjecajem je stanja aktualnih političkih odnosa u zemlji. 2. Postoje statistički značajne razlike u obilježjima i vezama zavisnih varijabli unutar podskupine novina koje izlaze u BiH.
Postoje značajne razlike u načinu izvještavanja „Oslobođenja“ i „Dnevnog avaza“ o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine.	1. Izvještavanje „Oslobođenja“ i „Dnevnog avaza“ pod utjecajem je različitih političkih orijentacija i uređivačkih profilacija ova dva medija. 2. Postoje statistički značajne razlike u obilježjima i vezama zavisnih varijabli između „Oslobođenja“ i „Dnevnog avaza“.

4. PREDMET ANALIZE SADRŽAJA

Predmetom analize sadržaja mogu biti *sadržaji svih vrsta i oblika komuniciranja*; interpersonalnog, grupnog, masovnog, poslovnog, obrazovnog, naučnog, zabavnog, političkog, diplomatskog, kulturnog, interkulturnog, pisanog, audio i vizualnog, verbalnog i neverbalnog. Uvjet je da taj sadržaj bude na neki način zabilježen i dostupan istraživačima.

Na *operacionalnom nivou* definiranja predmeta istraživanja bliže se određuju 1) korpus sadržaja iz koga će se izabrati (nekim postupkom uzorkovanja – slučajnim, slučajnim uz stratifikaciju ili ciljanim) jedinice analize i 2) jedinice istraživanja i 3) uzorak. Omeđivanje korpusa istraživanja vrši se iz perspektive generalne hipoteze, odnosno istraživačkog pitanja a odnosi se na vrstu medija, prostor komunikacije, vrijeme komunikacije, sudionike komunikacije i slično. Rezultat je definiranje skupa (ukupne „populacije“ sadržaja) iz kojeg će se sistematično izlučiti samo pojedine jedinice istraživanja i tako oformiti uzorak istraživanja.

Evo kako smo definirali predmet istraživanja u slučaju istraživanja izvještavanja dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine.

Naše istraživačko pitanje odnosilo se na kvalitet (profesionalnost) medijskog izvještavanja o prosvjedima građana 7. februara 2014. godine u Bosni i Hercegovini i regiji.

Pošto pojam mediji uključuje široki spektar medija: printani mediji, elektronski mediji, on-line mediji, opredijelili smo se za printane medije. Pri tome smo vođeni različitim praktičnim razlozima. Prvo, materijalna forma novinskog sadržaja veoma je prikladna za postupak analiziranja i kodiranja, drugo, najmanje nam je vremena trebalo da prikupimo skup jedinica istraživanja i, konačno, novinarstvo u printanim medijima je još uvijek najbliže standardnom modelu novinarstva.

Nakon što smo se opredijelili za printane medije morali smo dodatno omeđiti predmet istraživanja. Prema vrsti novina opredijelili smo se za dnevne informativno-političke novine. Prema mjestu izlaženja - izabrali smo sve dnevne novine koje izlaze u Bosni i Hercegovini i dnevne novine iz Hrvatske i Srbije koje imaju najveći prodati tiraž u Bosni i Hercegovini. Vremenski predmet istraživanja definiran je tako da su u ukupni uzorak uključena izdanja od 8. februara (dan nakon eskalacije prosvjeda).

Na osnovu ovih kriterija u konačnici smo definirali da će predmet našeg istraživanja biti izvještavanje informativno-političkih dnevnih novina iz Bosne i Hercegovine i regije od 8. februara o prosvjedima građana u Bosni i Hercegovini koji su bili 7. februara 2014. godine.

Osnovni skup istraživanja (korpus) činili su tekstovi o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. godine u novinama: *Dnevni avaz*, *Oslobođenje*, *Glas Srpske*, *Nezavisne novine*, *Dnevni list*, *Večernji list* – bh izdanje, *Večernji list* i *Jutarnji list* iz Hrvatske i *Politika* i *Večernje novosti* iz Srbije. Definicija istraživanog korpusa logički je proizašla iz definicije predmeta istraživanja.

Za osnovne jedinice istraživanja uzimaju se verbalno-simboličke semantičke cjeline koje funkcioniraju kao zasebni, pojedinačni iskazi, odnosno komunikacijski činovi determinirani komunikacijskom i socijalno-psihološkom situacijom u kojoj se dešavaju.

Iz ove perspektive osnovne jedinice istraživanja mogu biti: a) cjeloviti tematski definirani tekstovi prezentirani u različitim žanrovskim formatima (vijesti, priče, intervjui, komentari, profili, zapisnici, stenogrami, govori, saopćenja, audio i video spotovi, oglasi, slogani, plakati, parole, recenzije, reagiranja, demantiji) ili b) pojedine simboličko-semantičke funkcionalne cjeline – dijelovi tekstova (naslovni blokovi, najave, lidovi, orah grafovi, završni paragrafi, ilustracije, pojedinačni iskazi).

Izbor osnovne jedinice istraživanja vrši se na osnovu hipoteza i raspoloživosti resursa za istraživanje. U našem slučaju *osnovna jedinica analize* je tekst (bez obzira na žanrovsko određenje), uključujući i najave sa naslovnih strana, semantički određen referencijom na prosvjede građana u Bosni i Hercegovini od 7. februara 2014. godine.

Predmet analize sadržaja treba biti precizno određen. To znači da pri identifikiranju jedinica analize (koje ulaze u osnovni skup) ne smije biti dileme da li mu pripadaju.

5. DIMENZIONIRANJE UZORKA

Uz klasična pitanja definiranja uzorka (problem reprezentativnosti) koja nam nameću izbor između poptunog obuhvata i nekog od mogućih reprezentativnih uzoraka (sa slučajnim ili ciljanim izborom) kvantitativna analiza sadržaja nameće kao primarno pitanje veličine uzorka (broja jedinica analize).

„Iako se preporuke autora o veličini uzorka razlikuju, svi se slažu u jednom: što veći to bolji. U malim uzorcima, koeficijenti korelacije između promjenljivih manje su pouzdani i često se menjaju od jednog uzorka do drugog. Zato faktori dobijeni iz malih skupova podataka, kada se uopće koriste, daju lošije rezultate od onih dobijenih iz velikih uzoraka.“²¹

Mali uzorci dovode u pitanje validnost rezultata nekih testova. U tom pogledu uglavnom postoji suglasnost među istraživačima u društvenim naukama, što je od velike koristi za istraživače nestatističare, da se minimalan broj slučajeva obuhvaćenih uzorkom (analizom) treba kretati između 150 i 300.²²

Međutim, pri razmatranju ovog pitanja treba uzeti u obzir i autore koji veličinu uzorka (broj slučajeva jedinica analize sadržaja) uvjetuju brojem kategorija koje treba analizirati, te kao normu preporučuju 10, odnosno 5 slučajeva (jedinica analize) po svakoj kategoriji.²³

U našem istraživanju opredijelili smo se za kombinaciju potpunog i reprezentativnog (staratificiranog) uzorka, koji je proizašao iz definicije predmeta istraživanja i istraživačkog pitanja. Uzorak čine svi tekstovi objavljeni u dnevnim novinama u Bosni i Hercegovini (*Oslobođenje*, *Dnevni Avaz*, *Glas Srpske*, *Nezavisne Novine* i *Dnevni list*) o prosvjedima građana u Bosni i Hercegovini od 7 februara 2014. godine, a koje su izašle 8. februara 2014. godine. U tom segmentu uzorka radi se o potpunom obuhvatu. U drugom dijelu uzorka ciljano smo se opredijelili za sve tekstove na istu temu u po dva najtiražnija lista iz Hrvatske i Srbije. U ovom dijelu radi se o reprezentativnom

²¹ Pallant, J. (2011). SPSS: Priručnik za preživljavanje. Beograd: Mikro knjiga.

²² Pallant, J. (2011). Isto.

²³ Tabachnick, B. G., Fidel, L. S. (2007). Using multivariate statistics. Boston: Pearson Education.

uzorku, koji čini 151 jedinica analize. Veličina uzorka je na donjoj granici prihvatljivog i obavezuje na oprez pri uopćavanjima dobijenih rezultata statističkih testiranja.

6. RAZVIJANJE SCHEME KODIRANJA

Formuliranjem pojedinačnih hipoteza istraživanje uvodimo u fazu razvijanja sheme kodiranja. U ovoj fazi *semantički se preciziraju kategorije za kojima ćemo tražiti u analiziranom sadržaju i čije ćemo prisustvo evidentirati*.

Broj kategorija za kojima će se tražiti u analiziranom sadržaju (pojmovni okvir) zavisit će od vrste i kompleksnosti istraživanog problema i postavljenih naučnih ciljeva.

Različiti problemi istraživanja su reprezentirani pojmovima različite složenosti i različite apstraktnosti. Na drugoj strani, različito postavljeni naučni ciljevi (opisivanje, klasifikacija, utvrđivanje korelacija i artikuliranje naučnih zakona) iziskuju različitu vrstu podataka.²⁴ U fazi operacionalizacije problema istraživanja značajnu ulogu imaju uvidi u recentne i referentne teorije iz čije perspektive su definirane polazne pretpostavke o odnosu između nezavisnih i zavisnih varijabli. U fazi kreiranja shema kodiranja pomoći će nam uvidi u enciklopedije i leksikone u kojima su, manje-više, iscrpno definirani pojmovi koji se odnose na varijable.

Korektno načinjena shema kodiranja trebala bi rezultirati operacionalnim definicijama nezavisnih i zavisnih varijabli do nivoa kategorija koje označavaju njihova moguća (očekivana) pojavna (vidljiva i mjerljiva) stanja. Razvija se klasifikacijski sustav, koji će funkcionirati kao matrica, na osnovu kojeg će obučeni koderi u uzorkovanim jedinicama analize prepoznavati i bilježiti u posebno pripremljenim obrascima (listama kodiranja) svaki slučaj pojavljivanja bilo kojeg obilježja, odnosno indikatora istraživane pojave. Presudno je pri tome osigurati da se kategorije pojmovno definiraju (pojmovno determiniraju) tako da budu dovoljno distinktivne i isključive (da se pod jednu jedinicu kodiranja ne mogu podvesti dvije ili više kategorija) i da se u što je moguće većoj mjeri eliminira subjektivna procjena koderu pri klasificiranju konkretne jedinice kodiranja.

Prvo ćemo utvrditi kategorije koje određuju *nezavisne varijable* a potom kategorije *zavisnih varijabli*. U našem primjeru to izgleda ovako:

²⁴ Krippendorff, K. (1980). Content Analysis: an Introduction to its Methodology. Beverly hills, CA: Sage.

Nezavisne varijable	Kategorije	Tip
Domaće – strane novine	1. BiH 2. Regija (ostalo)	Kategorička
Država izlaženja	1. BiH 2. Hrvatska 3. Srbija	Kategorička
Grad izlaženja	1. Sarajevo 2. Mostar 3. Banja Luka 4. Beograd 5. Zagreb	Kategorička
Naziv novina	1. Dnevni avaz 2. Oslobođenje 3. Dnevni list 4. Večernji list.ba 5. Nezavisne novine 6. Glas Srpske 7. Večernji list 8. Jutarnji list 9. Politika 10. Večernje novosti	Kategorička
Obim	Broj strana	Neprekidna
Zavisne varijable	Kategorije	Tip
Pozicija u novinama	1. Prva strana 2. Druga strana 3. Treća strana 4. Četvrta strana 5. Peta strana	Neprekidna

Najava na naslovnici	1. Dominira 2. Manja u odnosu na ostale 3. U istom nivou sa ostalima 4. Nema najavu na naslovnici	Kategorička
Žanr	1. Najava 2. Vijest 3. Izvještaj 4. Bekgrounder 5. Komentar 6. Intervju 7. Izjava 8. Saopćenje 9. Antrfile	Kategorička
Obim teksta	Broj riječi	Neprekidna
Dužina naslova	Broj riječi	Neprekidna
Istaknutost naslova	1. Sitno 2. Srednje 3. Krupno 4. Krupnije nego uobičajeno 5. Izrazito krupno	Kategorička
Funkcija naslova	1. Referencijalna 2. Ekspresivna 3. Konativna	Kategorička
Valencija naslova	1. Krajnje negativno 2. Umjereno negativno 3. Podjednako negativno i pozitivno 4. Umjereno pozitivno 5. Izrazito pozitivno (navijački)	Neprekidna

Obim ilustriranja	Broj fotografija uz tekst	Neprekidna
Intenzitet ilustriranja	Površina fotografija uz tekst	Neprekidna
Dramatičnost ilustracija	1. Nije dramatično 2. Umjereno dramatično 3. Izbalansirano 4. Uznemirujuće 5. Zastrašujuće	Neprekidna
Lid	1. Potpuni 2. Klin glava 3. Citatni 4. Atraktivni 5. Ostalo	Kategorička
Valencija teksta	1. Krajnje negativno 2. Umjereno negativno 3. Podjednako negativno i pozitivno 4. Umjereno pozitivno 5. Izrazito pozitivno (navijački)	Neprekidna
Obojene riječi	1. Pridjevi 2. Prilozi 3. Riječce	Neprekidna
Citiranje	Broj citata	Neprekidna
Spektar citiranja	1. Različita stajališta 2. Unisona stajališta	Kategorička
Obim citiranja	Broj citiranih izvora	Neprekidna
Izvori podataka i citata	1. Prosvjednici 2. Službene osobe	Neprekidna

	3. Domaći političari 4. Odnosi s javnostima 5. Analitičari 6. On-line izvori 7. Mediji / preuzimanje 8. NGO / sindikati 9. Međunarodni subjekti 10. Neslužbeni izvori 11. Vjerski službenici	
Demonizacija	1. Prosvjednika 2. Političara	Kategorička
Utemeljenost tvrdnji	Broj proizvoljnih tvrdnji novinara	Neprekidna

U ovoj fazi treba odrediti i tip varijable, koji će, u konačnici, determinirati vrstu i nivo statističke analize (obrade) rezultata istraživanja.

6.1. IZBOR MJERNIH SKALA

Kvantitativna analiza sadržaja zasniva se na mjerenju. Mjerenje je postupak kojim se pojedinim osobinama jedinica analize dodjeljuju brojevi da bi im se pridale osobine tih brojeva. Mjerenje se kreće u rasponu od brojanja jedinica koje imaju izvjesnu osobinu, do mjerenja intenziteta (intenzivnih kvaliteta) prisustva pojedinih osobina u jedinicama analize i mjerenja količine (ekstenzivnih kvaliteta) tog prisustva.

Kod brojanja je ključno precizno definirati šta se broji. To od nas iziskuje da jasno razlikujemo različite osobine, odnosno da imamo iscrpne operacionalne definicije pojmova koji se odnose na te osobine. Brojevi su u funkciji oznake koja upućuje na prisustvo (ali ne i na mjeru tog prisustva) konkretne osobine u jedinici analize – identificiraju ih. Naprimjer, broj 1 u varijabli naziv novina označava (identificira) novine *Dnevni avaz*.

Pri mjerenju intenzivnih kvaliteta utvrđuju se stepeni prisustva određene osobine u posmatranim jedinicama (naprimjer stepen pristrasnosti, odnosno objektivnosti prikaza). Podrazumijeva prethodno definiranje skale različitih stupnjeva intenziteta. Redoslijed brojčanih veličina dodijeljenih opaženim intenzivnim kvalitetima mora odgovarati redoslijedu na skali svojstava. Inten-

zivni kvaliteti mogu biti „izmjereni“ samo u smislu određivanja pozicije različitih stepeni intenziteta osobine u nizu na mjernoj skali. Što se tih osobina tiče, pitanja koliko ili koliko puta besmislena su.²⁵ Ali, mogu se jedinice rangirati (od višeg ka nižem, ili obratno) prema jednoznačno izraženim mjerama intenzivnog kvaliteta. Sve analizirane jedinice (tekstove) možemo razvrstati u veoma naklonjene prosvjednicima, (navijačke), uglavnom naklonjen prosvjednicima, objektivne, blago kritične prema prosvjednicima i veoma kritične.

Mjerenjem ekstenzivnih kvaliteta dobijamo odgovore „koliko“ i „koliko njih“. Naprimjer, možemo pretpostaviti da je dužina teksta u funkciji pridavanja većeg ili manjeg značaja jednom događaju. Provjera ove hipoteze podrazumijeva pretpostavku da su jedni tekstovi duži od drugih. Kada za mjeru dužine teksta uzmemo broj riječi tada 1) možemo sve tekstove poredati prema dužini i napraviti skalu stepeni dužine (grupirajući ih u intervalne skupine), ali 2) možemo i izvesti zaključak da je jedan tekst dva, tri ili više puta duži od drugog.

Opće svojstvo ove vrste mjerenja je da količnik bilo koje dvije vrijednosti koje smo utvrdili pri mjerenju ima smislenu interpretaciju – da je jedna jedinica „n“ puta veća ili manja od druge jedinice. Podaci dobijeni ovom vrstom mjerenja dozvoljavaju primjenu širokog spektra statističkih tehnika kojima se upoređuju opažene veličine sa standardnim (očekivanim), utvrđuju odnosi između pojedinih jedinica, odnosno grupa jedinica sa stanovišta opaženih veličina osobine, utvrđuju relacije između različitih svojstava, utvrđuju numeričke zakonitosti odnosa između svojstava.

Ovisno o vrsti mjerenja odabiremo tip mjernog instrumenta (skale) i dizajniramo ga tako da odgovara predmetu i temi istraživanja. Na raspolaganju su nam: nominalne skale, racio skale, intervalne skale, ordinalne skale i skale valencije.

Nominalne skale služe nam za identifikaciju i brojanje pojedinih obilježja pri tome ne ukazuju na njihovu veličinu. Nominalnim vrijednostima označavamo isto obilježje istim brojem, koji nema drugu funkciju nego da prenese informaciju kako smo određenu jedinicu analize razvrstali sa stajališta određenog spektra kategorija. Naprimjer, pri razvrstavanju jedinica analize prema zemlji izlaženja novina, predvidjeli smo mogućnosti razvrstavanja u dvije kategorije: *domaći* – *strani*. Jedinice analize koje potječu iz novina koje izlaze u BiH razvrstavaju se (kodiraju) u kategoriju 1. *domaće*, a one koje izlaze u Srbiji i Hrvatskoj u kategoriju 2. *strane*. Isti je princip primijenjen i kod varijable *žanr*. Tu varijablu smo operacionalizirali u devet kategorija, kodirajući ih brojevima od 1 do 9.

²⁵ Koen, M., Nejgel, E. (2006). Uvod u logiku i naučni metod. Beograd: Jasen.

Žanr

1. Najava
2. Vijest
3. Izvještaj
4. Bekgrounder
5. Komentar
6. Intervju
7. Izjava
8. Saopćenje
9. Antrfile

Racio skala mjeri količinu određenih obilježja u jedinicama analize sadržaja. Imaju apsolutnu nulu koja podrazumijeva odsustvo pojave koja se mjeri. Tako, naprimjer vrijednost 0, kod varijable broj citata označava da u tekstu nema ni jednog citata. Istovremeno odnosi između brojeva označavaju realno stanje odnosa u mjerenoj pojavi. Tako možemo utvrditi da je broj citata u jednom tekstu tri puta veći nego u drugom.

U slučaju analize sadržaja racio skalom se mjeri: broj karaktera (slova), broj slogova, broj samoglasnika, broj riječi i rečenica u tekstu, broj pojedinih vrsta riječi, broj tematski, odnosno žanrovski definiranih tekstova, broj priča objavljenih na jednoj stranici, u rubrici, emisiji, odnosno jednom broju novina, broj i površina fotografija i drugih ilustracija, broj citata, broj citiranih izvora, dužina u sekundama audio, odnosno video sadržaja, broj komentara i drugih oblika interakcije u on-line medijima i slično. Izbor jedinice mjere treba proizići iz operacionalizacije istraživačke hipoteze i varijabli i biti u funkciji njihovog testiranja. Zajedničko svim jedinicama mjere je da njihove numeričke vrijednosti odgovaraju vrijednosti varijable, da se mogu sabirati, izračunavati srednje vrijednosti, utvrđivati odnose između srednjih vrijednosti, korelacije i slično. Naprimjer varijable *obim teksta* i *dužina naslova* predstavljene su kvantifikacijom *broj riječi*. Ova vrsta varijabli je prikladna za široki spektar statističkih testova. Vrijednost nula izražava odsustvo mjerenog svojstva.

Intervalna skala služi za klasifikaciju jedinica analize u intervale (grupe definirane ekstenzivnim svojstvima). Preduslov je da su kriteriji klasifikacije u pojedine intervale unaprijed definirane kao i da su razmaci između njih jednaci (u istim intervalima). Početna tačka mjerenja rezultat je dogovora ili arbitraže, tako da ako je obilježena vrijednošću nula ne znači i potpuno odsustvo mjerenog obilježja. Kada se utvrdi početna tačka mjerenja tada se utvrđuje jedan broj intervala sa podjednakim međusobnim odnosom u koje se katego-

riziraju sve jedinice analize. U analizama sadržaja ova vrsta skale se rijetko koristi. U komunikološkim istraživanjima bismo mogli na intervalnoj skali klasificirati konzumente medija po kriteriju prosječnog dnevnog vremena utrošenog na konzumiranje pojedinih kanala komuniciranja, odnosno pojedinih medija ili programskih formata. Tako bi vrijednost 1 (početna vrijednost) mogla označiti sve konzumacije do 15 minuta, vrijednost 2 – od 15 do 30 minuta, vrijednost 3 – od 30 do 45 minuta i tako redom. Uočavamo da se ovdje razdaljina između pojedinih intervala ponavlja (jednaka je). Na taj način bi se svi konzumenti klasificirali po grupama, ovisno o kriteriju po kome su definirani pojedini intervali a dobijene grupe se mogu uspoređivati i statistički testirati kao kategoričke varijable.

Ordinalne skale služe za označavanje redoslijeda ili poretka nekog obilježja sa stajališta nekog kriterija. Veoma je bitno da se radi o relativnom poretku među članovima jedne grupe te da razdaljina između rangova nije jednaka, niti se mjeri. Ordinalnom skalom označavamo da je nešto ispred ili iza nečega ali ne i kolika je razdaljina između njih a pogotovo da je razdaljina između prvog i drugog jednaka kao i razdaljina između drugog i trećeg. Naprimjer ordinalnom skalom možemo mjeriti promjenu agende u udarnim informativnim emisijama i uočiti trend tabloidizacije javnih servisa, odnosno prodor sadržaja crne hronike u sam vrh „dnevnika“. Rangiranje se vrši uvijek po nekom kriteriju: aktuelnosti, značaju, utjecaju, preferenciji, potrebi, čitljivosti, utisku vjerodostojnosti, privlačnosti i sl. To rangiranje može biti objektivno i subjektivno. Objektivno rangiranje imamo kada u analizi sadržaja utvrdimo opaženu poziciju jednog teksta u hijerarhiji ostalih tekstova (u emisiji ukupnih sadržaja). Tumačenje rangiranja zasniva se na pretpostavci da hijerarhija emitiranja (pozicioniranje u sadržaju) nosi dodatnu informaciju o značaju predmeta (sadržaja) komunikacije. U slučaju novina dodatno značenje poruka dobija ukoliko je najavljen ili objavljen na naslovnoj strani, odnosno na prve tri stranice, ukoliko je pozicioniran na prvoj polovici stranice i sl. Po istoj logici se hijerarhiziraju i sadržaji elektronskih medija; isticanje u najavnoj špici emisije vijesti, pozicija udarne vijesti, objavljivanje u prvoj trećini emisije, primetime termin emitiranja. Semnatika pozicije funkcionira i u online komunikaciji, ali i u svim ostalim vrstama komunikacije. Redoslijed emitiranja poruke odgovara procijenjenoj vrijednosti, prvenstveno značaju, utjecaju i aktuelnosti a precizno locirana pozicija se uzima za indikator: 1) objektivne vrijednosti vijesti (predmeta izvještavanja), 2) profila i društvene situacije komunikatora pod čijim utjecajem ističu određene sadržaje u odnosu na druge 3) profila i društvene situacije recipijenta (čijim se poznatim ili pretpostavljenim ukusima i vrijednostima prilagođavaju komunikatori i 4) društvenog

(političkog, socijalnog, ekonomskog i kulturalnog) konteksta u kojem se odvija komunikacija.

U našem istraživanju imali smo više ordinalnih varijabli koje je bilo moguće mjeriti objektivno – kao naprimjer: *pozicija u novinama*, *pozicija najave na naslovnoj strani*, *pozicija (redoslijed) na strani objavljivanja*.

Pozicija u novinama

1. Prva strana
2. Druga strana
3. Treća strana
4. Četvrta strana
5. Peta strana

Rangiranje može biti i subjektivno, kada ocjenjivač dodjeljuje ocjenu za posmatrano obilježje (svojstvo), u utvrđenom rasponu od najniže do najviše (1 – 10) za svaku pojedinačnu jedinicu analize.²⁶ Numeričke vrijednosti upotrijebljenih kodova izražavaju *subjektivnu procjenu* (kodera – istraživača ili žirija grupe istraživača) intenziteta prisustva određenog perceptivno-psihološkog konstrukta u jedinici analize. Ta procjena se vrši na osnovu pojmovnog okvira (operacionalne definicije konstrukta) i određene (preuzete ili specijalno konstruirane) skale za stepenovanje intenziteta prisustva tog konstrukta.²⁷ Naprimjer, moguće je ordinalnom skalom rangirati zanimljivost tekstova, tako što bismo sve tekstove poredali na skali od najzanimljivijeg do najnezanimljivijeg sa brojem rangova koji odgovara broju tekstova koji se rangiraju. Druga je mogućnost da između svih jedinica odaberemo jedan broj (naprimjer 10) najzanimljivijih i da ih unutar te grupe rangiramo. Na isti način možemo ocjenjivati i druga poželjna svojstva tekstova: vjerodostojnost, objektivnost, aktuelnost, dramatičnost i sl.

U analizi sadržaja često trebamo „izmjeriti“ odnos novinara, odnosno medija (valenciju) prema nekoj temi ili prema akterima u događaju koji je predmet izvještavanja. Zato nam služe skale za mjerenje stavova. Pošto se u konkretnom slučaju radi o mjerenju sklonosti odnosno nesklonosti novinara / medija prema akterima događaja ili samom događaju (uključujući i ideju – događaj) prilagođenu skalu za mjerenje stavova ćemo nazvati *skala valencije*. Polazna tačka je utisak o neutralnom – neodređenom stavu (odnosu). Polazna

²⁶ U slučaju skale sa konstatntnim zbirom ocjenjivač raspodjeljuje najčešće 100 bodova svojstvima teksta ponuđenim na skali

²⁷ Moguće je, oslanjajući se na naše iskustvo ocjenjivanja, koje smo stekli kao učenici, odnosno studenti, rangiranje (ocjenjivanje) zasnovati na numeričkim skalama intenziteta od 1 do 10. Takvo ocjenjivanje imamo kod umjetničkog klizanja, ritmičke gimnastike i sličnih sportova.

tačka se pozicionira kao središnja tačka niza brojeva sa lijeve i desne strane kojima se označava intenzitet utiska ocjenjivača (koder) o stavu prema događaju, odnosno akterima događaja koji dominira u izvještaju. Mogući stavovi se definiraju u rasponu između krajnosti – krajnje negativnog i krajnje pozitivnog. Unutar tog raspona može biti više nijansi. Najprisutniji model ovog tipa skale je Likertova skala.²⁸ Dizajn je jednostavan. Mogući intenzitet posmatranog konstrukta (stava, osjećanja, moralne prosudbe) se stepenuje između minimalnog i maksimalnog intenziteta; najčešće je to u rasponu od 1 do 5, ali raspon može biti i veći (od 1 do 7 ili od 1 do 9). Krajnja negativna vrijednost se kodira brojem 1 a krajnja pozitivna najvišim brojem u skali za koju smo se opredijelili, u našem slučaju brojem 5. Središnjim brojem, koji dijeli niz u dva smjera (+, -) kodiramo neutralnu, neodlučnu, nezauzetu poziciju. U svakom konkretnom slučaju konstruišemo skalu tako da ponuđeni stupnjevi intenziteta odgovaraju predmetu mjerenja i da budu razumljivi koderu, odnosno ispitaniku.²⁹

U našem istraživanju smo Likert skalom mjerili varijablu *valenciju teksta* – pozitivan, odnosno negativan odnos naspram prosvjednika, odnosno prosvjeda. Evo kako smo kodirali varijablu *valencija teksta*:

1. Krajnje negativno
2. Umjereno negativno
3. Neodređeno
4. Umjereno pozitivno
5. Izrazito pozitivno (navijački)

Pri statističkoj obradi ovu vrstu varijabli tretiramo kao kategoričku. Možemo prikazati strukturu uzorka sa stajališta učešća pojedinih stupnjeva.

²⁸ Ocjenu valencije ili pristrasnosti novinara, odnosno medija moguće je napraviti i prilagođenom Thurstonovom skalom. Moguća stanja jednog intenzivnog obilježja se iscrpno izraze u rasponu od 7 do 11 iskaza a koder bira onaj iskaz za koji smatra da je najbliži njegovom utisku. Iskazi su artikulirani između krajnosti, vodeći računa da između pojedinih nijansi iskaza bude podjednak razmak.

²⁹ U izvornom obliku Likertova skala se zasniva na izjašnjavanju ispitanika (u našem slučaju koder) na pitanje u kojoj mjeri se slaže s kvalifikacijama stanja nekog obilježja jedinice analize. Ispitanik može odabrati jedan od pet ponuđenih stepeni slaganja: 1. potpuno se slažem, 2. slažem se, 3. nemam mišljenje, 4. ne slažem se, 5. uopšte se ne slažem. Ovu skalu, kao i Thurstonovu je moguće adaptirati na mnogo načina pod uvjetom da se očuva ideja stepenovanja intenziteta obilježja. Pri statističkoj obradi treba imati u vidu da skalirane vrijednosti nemaju svojstva mjera ekstenzivnih kvaliteta, pa prema tome ne mogu se, bez dodatnih rekodiranja podvrgavati parametrijskim testovima.

Valencija teksta				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00 Krajnjeneg	7	4.6	4.6	4.6
2,00 Umjerneg	34	22.5	22.5	27.2
3,00 Neutral	56	37.1	37.1	64.2
Valid 4,00 Umjerpoz	35	23.2	23.2	87.4
5,00 Navijackli	19	12.6	12.6	100.0
Total	151	100.0	100.0	

Možemo konstatirati, naprimjer da je u većini slučajeva (37,1%) izostalo zauzimanje vrijednosnog odnosa prema prosvjedima, kao i da je u slučajevima kada su to činili bili češće na strani prosvjednika (35,8%) nego protiv njih (27,1%). Možemo vidjeti i kako su se prema prosvjedima odnosile pojedine novine (obuhvaćene istraživačkim uzorkom), pojedinačno ili klasificirane u grupe domaće, odnosno strane, sarajevske, banjalučke, mostarske i sl. Možemo primjenjujući proceduru izdvajanja poduzoraka podvrći posebnom posmatranju svaku od grupa definiranih pojedinim kategorijama. Međutim, ne možemo podatke dobijene ovom vrstom skale, bez dodatnih rekodiranja i konceptualizacija, uključivati u statističke testove koji se zasnivaju na upoređivanju srednjih vrijednosti, odnosno standardnih devijacija.

6.2. DIZAJNIRANJE KODNOG LISTA (UPITNIKA)

Nakon što se utvrde relevantna obilježja, indikatori koji ih označavaju i mjere intenziteta, pristupa se dizajniranju *instrumenta kodiranja*, jedne vrste upitnika u kome će se evidentirati (označiti) svaki slučaj prisustva pojedinih indikatora, odnosno obilježja u jedinici analize.

U kodnom listu se iscrpno operacionaliziraju sve varijable. Ovisno o mjernim skalama na kojima se zasnivaju razlikujemo kategoričke³⁰ i neprekidne varijable³¹.

Kategoričke varijable temelje se na nominalnim skalama. Omogućavaju uvide u strukturu uzorka, odnosno poduzoraka i njihovo upoređivanje. Nije moguće izračunavati srednje vrijednosti, standardne devijacije, korelacije. O tome treba voditi računa pri projektiranju istraživanja, odnosno pri utvrđivanju istraživačkih ciljeva.

³⁰ Kategoričke varijable nazivaju se i nominalne.

³¹ Neprekidne varijable nazivaju se i kontinualne.

Neprekidne) varijable mogu se odnositi na ekstenzivna i intenzivna svojstva. Kada se odnose na ekstenzivna svojstva neprekidne varijable atribui-ramo još i kao neprekidne racio varijable. Odnose se na kvantitativna svojstva jedinica analize sadržaja čiji utjecaj na istraživanu pojavu ovisi o obimu (količini) nekog obilježja. Ova vrsta varijable odgovara na pitanja: koliko?

Kada se odnose na intenzivna svojstva neprekidne varijable su intervalne ili ordinalne. Neprekidne intervalne varijable odnose se na intenzitet mjerenog obilježja na skali koja za početnu tačku ima neku dogovorenu ili arbitriranu vrijednost, a razmak između pojedinih stepeni intenziteta je u podjednakim intervalima. Neprekidne ordinalne varijable odnose se na objektivni (opaženi) ili procijenjeni rang jedinica analize sa stajališta određenog obilježja.

Kodni list ima dva dijela. Prvi dio se odnosi na identifikaciju jedinice analize, odnosno na obilježja *nezavisnih*, a drugi dio na obilježja *zavisnih varijabli*.

U slučaju našeg istraživanja nezavisne varijable su predstavljene kategoričkim i *neprekidnim* varijablama. Kategoričke varijable (*domaće-strane, država, grad, novine*) u svim su slučajevama isključujuće distinktivne (bez dvojbe se jedinice analize podvode po njih). Neprekidna varijabla (ukupan broj strana) pripada tipu varijable ekstenzivnih svojstava i može se objektivno izmjeriti.

Indentifikacioni broj jedinice analize

A. Domaće-strane

Domaće	1
Strane	2

B. Država

Bosna i Hercegovina	1
Hrvatska	2
Srbija	3

C. Grad

Sarajevo	1
Mostar	2
Banja Luka	3
Beograd	4
Zagreb	5

D. Novine

Avaz	1
------	---

D. Novine

Oslobođenje	2
Dnevni list	3
Večernji list ba	4
Nezavisne novine	5
Glas srpske	6
Večernji list	7
Jutarnji list	8
Politika	9
Večernje novine	10

E. Ukupan broj strana _____

Identifikacioni broj se odnosi na broj jedinice analize, odnosno upitnika koji mu odgovara i broju reda u bazi SPSS-a pod kojim smo ga unijeli. Ako se u toku statističke obrade pojavi neki problem, to će nam omogućiti, ponovni uvid u izvorni materijal i intervenciju u bazi.

U drugom dijelu upitnika analitički su razložene *zavisne varijable*. Ovaj dio upitnika treba logički korespondirati sadržini i poretku posebnih, odnosno pojedinačnih hipoteza. Svaka posebna (pomoćna), odnosno pojedinačna hipoteza treba biti iscrpno razrađena kategorijama, odnosno indikatorima. Izuzetno, kada nije moguće ponuditi cijeli spektar mogućih kategorija, ostavlja se mogućnost izbora odgovora: *drugo*, koja je po pravilu praćena crtom na kojoj je potrebno napisati šta je to drugo.

Evo kako to izgleda u analizi žanrovske strukture tekstova o građanskim prosvjedima.

H. Žanr

1. Najava
2. Vijest
3. Izvještaj
4. Bekgraunder
5. Komentar
6. Intervju
7. Izjava
8. Saopćenje
8. Antrfile

Sličan postupak je i kod neprekidnih varijabli, bez obzira da li se radi o varijablama ekstenzivnih ili intenzivnih svojstava. Kao što smo već rekli, u slučaju varijable ekstenzivnih svojstava pitanje se odnosi na kvantifikaciju konkretnog obilježja i implicira pitanje: koliko?

Naprimjer:

I. Broj riječi u tekstu _____

J. Broj riječi u naslovu _____

U slučaju varijabli intenzivnih svojstava dizajniranje pitanja se odvija u dva koraka: prvo se verbalno definiraju različiti stupnjevi intenziteta varijable – od najnižeg, preko srednjeg do maksimalnog, sa međustepenima, a potom se svakom od tih stupnjeva dodjeljuje numerička vrijednost tako da veličina broja odgovara položaju na skali.

To se vidi na primjeru varijable *valencija naslova*. Ponuđeni odgovori istovremeno izražavaju smjer stava novinara (redakcije – medija) prema događaju, odnosno prosvjednicima i intenzitet tog stava, uz mogućnost da izrazi i neodlučan (kolebljiv) odnos.

L. Valencija naslova

1. Krajnje negativno
2. Umjereno negativno
3. Neodređeno
4. Umjereno pozitivno
5. Izrazito pozitivno (navijački)

U svim prikazanim slučajevima podrazumijeva se da se između ponuđenih odgovora (obilježja) bira (evidentira) samo jedan.

U nekim slučajevima ponuđeni odgovori (obilježja) neće se međusobno isključivati. Tako u našem primjeru izvještavanja o građanskim protestima varijabla *izvori informacija* je podrazumijevala pitanje sa mogućnošću višestrukih odgovora, što je sasvim logično. Očekivano je da se izvještaj o događaju tog tipa i nivoa dramatičnosti kao što su bili prosvjedi u aprilu 2014, u kojima su zapaljene zgrade dvije kantonalne vlade, zasniva ne samo na različitim izvorima (koji su navedeni u ponuđenim odgovorima) već i da različiti izvori budu zastupljeni u različitoj mjeri (na crtu se unosi broj pozivanja na određeni izvor).

U. Izvori

1. Prosvjednici
2. Političari
3. Službene osobe

4. Odnosi s javnostima
5. Vjerski dužnosnici
6. Neslužbeni izvori
7. Analitičari
8. Online mediji
9. Drugi mediji
10. Međunarodni subjekti
11. Drugi

Upotreba pitanja s mogućnošću višestrukih odgovora zahtijeva poseban postupak pri kreiranju matrice za unos podataka u SPSS kao i posebne procedure za statističku obradu. Mi smo taj postupak prikazali u desetom poglavlju. Evo kako je konačno izgledao upitnik za kodiranje jedinica analize sadržaja u našem istraživanju izvještavanja dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u Federaciji BiH 7. februara 2014.

KODNI LIST

Identifikacioni broj

A. Domaće-strane

Domaće	1
Strane	2

B. Država

Bosna i Hercegovina	1
Hrvatska	2
Srbija	3

C. Grad

Sarajevo	1
Mostar	2
Banja Luka	3
Beograd	4
Zagreb	5

D. Novine

Avaz	1
Oslobođenje	2
Dnevni list	3
Večernji list ba	4
Nezavisne novine	5
Glas srpske	6

LJ. Valencija naslova

Krajnje negativno	1
Umjereno negativno	2
Neodređeno	3
Umjereno pozitivno	4
Izrazito pozitivno (navijački)	5

M. Ilustracije

Broj fotografija	_____
Ukupna površina	_____
N. Dramatičnost ilustracija	
Nema dramatičnosti	1
Umjereno dramatična	2
Uznemirujuća	3

Zastrašujuća	4
--------------	---

NJ. Lid

Potpuni	1
Klin glava	2
Citatni	3
Atraktivni	4
Ostalo	5

Večernji list	7
Jutarnji list	8
Politika	9
Večernje novine	10

O. Valencija teksta	
Krajnje negativno	1
Umjereno negativno	2
Neodređeno	3
Umjereno pozitivno	4
Izrazito pozitivno (navijački)	5

E. Ukupan broj strana _____

F. Strana objavljivanja _____

G. Najava na naslovnici

Domimnira u odnosu na ostale	1
Manja u odnosu na ostale	2
U istom nivou sa drugim	3

H. Žanr

Najava	1
Vijest	2
Izvještaj	3
Bekgraunder	4
"Komentar"	5
Intervju	6
Izjava	7
Saopćenje	8
Antrfile	9

I. Broj riječi u tekstu _____

J. Broj riječi u naslovu _____

K. Veličina naslova

Sitno	1
Srednja	2
Krupno	3
Krupnije nego uobičajeno	4
Izrazito krupno	5

L. Funkcija naslova

Referencijalna	1
Ekspresivna	2
Konativna	3

P. Obojene riječi

Pridjevi _____

Prilozi _____

Rječce _____

R. Citiranje

Broj citata _____

Broj citiranih izvora _____

S. Dvostranost

Iznesena različita stajališta 1

Samo stajališta jedne strane 2

Š. Demonizacija

Prosvjednici _____

Političari _____

T. Proizvoljni iskazi _____

U. Izvori

Prosvjednici _____

Političari _____

Službene osobe _____

PR _____

Vjerski službenici _____

Neslužbeni izvori _____

Analitičari _____

Online izvori _____

Drugi mediji _____

Međunarodnin subjekti _____

Kodni list (upitnik) treba ispuniti nekoliko zahtjeva:

1. odraziti istraživačku hipotezu, to znači da mora sadržavati polja za unos podataka o obilježjima nezavisnih i zavisnih varijabli,
2. omogućiti sve potrebne evidencije stanja obilježja, odnosno indikatora u formi prikladnoj za računarsku obradu podataka,
3. omogućiti precizno identificiranje jedinica istraživanja kao i manipulaciju njima – isključivanje, priključivanje, ispravke, pregrupisavanje u poduzorke i sl..
4. omogućiti jednostavan unos u računarski program za obradu podataka.

7. KODIRANJE

Naglasak kod kvantitativne analize sadržaja jeste na sistematičnom kodiranju i kvantifikaciji (utvrđivanju učestalosti pojedinih jezičkih oblika u tekstu), na osnovu iscrpnih i preciznih operacionalizacija hipoteza.

Najjednostavnije kazano, kodiranje je postupak popunjavanja kodnog lista (upitnika) po principu jedna jedinica analize – jedan upitnik. Prvo, jedinici analize damo identifikacioni broj (od 01 do ukupnog broja jedinica sadržanih u uzorku) a potom idemo od pitanja (varijable) do pitanja i izborom ponuđenih odgovora evidentiramo, odnosno mjerimo prisustvo određenih obilježja u jedinici analize. Radi se, dakle, o upoređivanju strukture uzorkovanih jedinica analize (kategorija) sa zadanom strukturom u kodnom listu koje uključuje: uočavanje prisustva pojedinačnih kategorija (obilježja) i mjerenje (bilježenje) frekvencije, oblika, valencije i intenziteta tog prisustva.

Kvalitet i efikasnost ove faze ovisi o kvalitetu sheme kodiranja, ali i o vrsti kategorija. U nekim slučajevima veoma je jednostavno kategorizirati određeno obilježje u analiziranoj jedinici (kao naprimjer pojava samoglasnika ili imenice). Međutim, kada se radi o apstraktnim konceptima, kao što je *ton* poruke, a naročito ako je potrebno procijeniti intenzitet, tada se postupak kodiranja komplikuje, jer je kriterije kodiranja veoma teško definirati objektivno. To se javlja kao problem, naročito kada su obimni uzorci, te je u kodiranje uključeno više kodera.

U okvirima metametodoloških istraživanja i rasprava pokušavaju se pronaći strategije za rješavanje ovog problema. One se kreću u spektru od veoma temeljitih timskih pripremni treninga koji bi trebali rezultirati ujednačavanjem kriterija za kategorizaciju do maksimalno preciznog operacionalnog definiranja pojedinih kategorija, pa čak i do grupnog odlučivanja.

Tako Treadwell smatra da se u nekim slučajevima treba oformiti stručni žiri te da dodjeljivanje koda treba izvršiti glasanjem.³²

Posebnu poteškoću predstavlja zauzimanje perceptivne pozicije publike, pri procjeni očekivanog efekta poruke na publiku. Glavni problem je u tome što način na koji obučeni koderi kodiraju određena obilježja ne moraju nužno korespondirati sa načinom na koji ih percipiraju i interpretiraju recipijenti (publika). Gledatelji, čak, ponekad ne pridaju značaj obilježjima (atributima) programa (kategorijama) koja istraživači u svojim istraživanjima uzimaju za relevantna.³³

Pri istraživanjima utjecaja nasilja na televiziji pokazalo se u više slučajeva da, neposredno nakon eksperimentalnog prikazivanja nekog sadržaja, gledatelji scene nasilja nisu uoče spominjali kao relevantan sadržaj, niti su ih kategorizirali u nasilne. Prije izvođenja konačnih zaključaka iz takvih istraživanja potrebno je utvrditi stupanj ekvivalencije između značenja koja analiziranim programima pripisuju obučeni koderi i značenja koja im pripisuju obični gledatelji. To podrazumijeva kombiniranje metode analize sadržaja sa nekom od metoda ispitivanja koje nam omogućavaju informacije dobijene izravno od gledatelja (intervju, fokusna grupa, anketiranje i sl.).

Proces kodiranja može biti *manuelan* (ručni) i *automatiziran* (kompjuterski). Međutim, u oba slučaja *princip je isti*: jedinica istraživanja (naprimjer lid u informativnom novinskom sadržaju) pažljivo se analizira sa stajališta shemom kodiranja zadanih kategorija i obilježja – naprimjer, broj riječi, broj rečenica, vrsta lida – potpupni, klin glava, upitni, citatni, direktna identifikacija, odložena identifikacija, vrsta iskaza – aserativni, deklarativni, direktivni, komisivni, ekspresivni.

Automatizacija analize sadržaja teče u smjeru potpunog obuhvata svih faza i svih elemenata ovog istraživačkog postupka. To pretpostavlja razvoj *softverskih paketa* koji su u stanju u uzorkovanim jedinicama analize „prepoznati“ određene kategorije (definirane kodnim listom), te zapis o tome automatski unijeti u bazu programa za statističku obradu. Najjednostavniji model automatske analize sadržaja, koji nam je svima dostupan, jeste opcija pretraživanja riječi u dokumentu, odnosno zamjena jedne riječi drugom.

Dok se u slučaju manuelnog kodiranja taj postupak obavlja ručno i uz značajnu ulogu koderi – koji u svakom pojedinačnom slučaju donosi odluku o kvalificiranju određenog dijela poruke sa stajališta prisustva ili odsustva obilježja i indikatora koji na njih upućuju, u slučaju kompjuterskog kodiranja jedinice analize se propuštaju kroz specijalne programe, koji su u stanju

³² Treadwell, D. (2010), *Introducing Communication Research: Paths of laguiry*. London, SAGE Publications

³³ Gunter, B. (1985). *Dimensions of Television Violence*. Aldershot, UK: Gower.

pojedinačnim elementima jedinica istraživanja pripisivati kodne oznake (prepoznavati ih kao slova, riječi, vrste riječi, rečenice, fraze, samoglasnike ili suglasnike, tematski identificirati tekstove ili dijelove tekstova), pretvoriti ih u numeričke podatke, nizove podataka i uključiti u različita statistička izračunavanja. Takvi softverski paketi su sofisticirani, traže snažnu hardversku podršku i angažiranje materijalnih i ljudskih potencijala koje sebi mogu dozvoliti samo bogate naučnoistraživačke institucije³⁴. Proces se zasniva na *elektronskim rječnicima* sa kodiranim metainformacijama za svaku riječ sa stajališta semantike, vrste riječi, tvorbe, porijekla, jezičke funkcije i drugih aspekata. Nivo i obim metakomunikacijske kodiranosti ovih rječnika determinira mogućnosti automatske analize sadržaja, koji prije toga moraju biti digitalizirani. Nažalost takvih rječnika još uvijek nemamo u našem govornom području.

Automatizacija analize sadržaja, na jednoj strani, omogućava višestruko povećanje obima istraživanih uzorka, a na drugoj analizu tekstova (sadržaja javnih komunikacija) vremenski sinhroniziranu sa vremenom i dinamikom njihovog nastajanja i skoro obaveznog istovremenog objavljivanja na internetu.

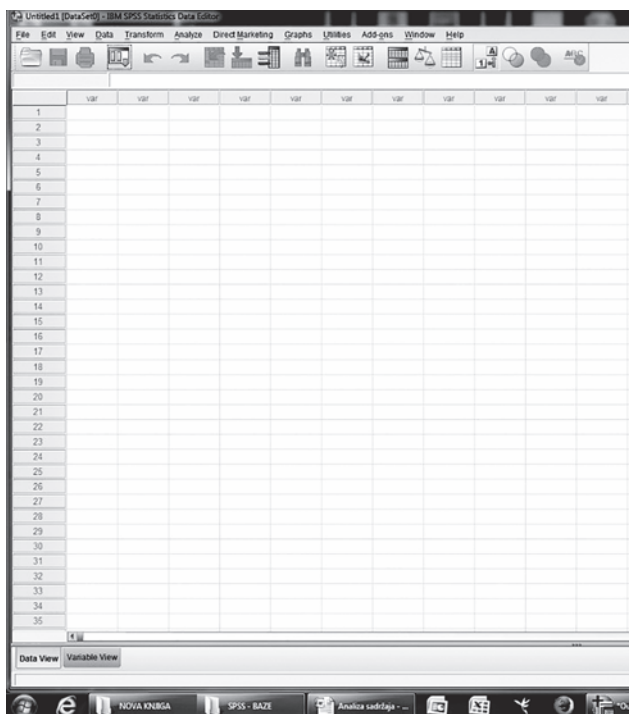
Više faktora utječe na primjenu manualnog ili automatskog kodiranja. Neki od njih su: veličina uzorka, forma jedinica istraživanja (tekstualna, audio, video, garfička), jezik sadržaja (za engleski jezik su dizajnirani programi, instrumenti i rječnici za analizu sadržaja), apstraktnost kategorija (obilježja), kontekstualna determiniranost varijable istraživanja, vrsta istraživačkog pitanja, tema istraživanja, ciljevi istraživanja, veličina budžeta za istraživanje.

8. DIZAJNIRANJE MATRICE (BAZE) ZA UNOS PODATAKA U RAČUNAR

Nakon završenog kodiranja upitnici se unose u unaprijed dizajniranu matricu u SPSS-u.

Nakon aktiviranja programa SPSS otvara se početni okvir koji čini tabela sa redovima i kolonama.

³⁴ Međutim, razvijeni su softverski paketi koji su dostupni individualnim istraživačima pa i studentima, od softverskih paketa za obradu teksta koji po pravilu imaju opciju pronalaženja riječi i znakova, prebrojavanja riječi i znakova i slično, do paketa za statističku obradu podataka čija primjena podrazumijeva kombiniranje manualnog kodiranja i automatizirane organizacije, reorganizacije i obrade ogromnih baza podataka.



Redovi predstavljaju jedinice analize (slučajeve, ispitanike), a kolone varijable (pitanja iz upitnika).

Prije svega, u meniju **File** otvorimo opciju **Save**, u izborniku **File name** damo ime svojoj bazi i biramo direktorijum u kojem ćemo je snimiti, a potom sve zapamtimo sa **Save**.

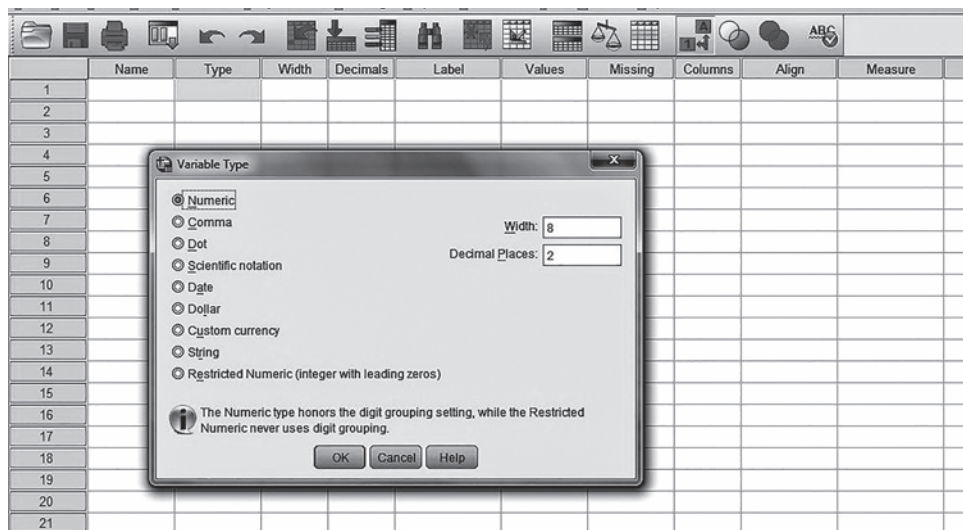
U donjem lijevom uglu matrice aktiviramo opciju **Variable View**. Izgled matrice će se promijeniti i dobit ćemo sljedeći raster.

U ovom slučaju redovi predstavljaju varijable, a kolone pojedine karakteristike varijabli.

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure	Role
1											
2											
3											
4											

U prvoj koloni (**Name**) u prvom redu upisujemo ime prve varijable. Ime varijable ne može biti duže od 64 karaktera. Mora počinjati slovom i ne može sadržavati razmake niti specijalne znakove.

U koloni **Type** definiramo vrstu podataka. Kada kliknemo u odgovarajućoj ćeliji dobit ćemo izbornik sa mogućim vrstama podataka.



Nas interesuje *Numeric* (brojčani oblik). Opcija *String* nam omogućava unos slovnih sadržaja. Opcija *Date* je za datum (naprimjer datum rođenja), a opcija *Dollar* za novčane vrijednosti.

U koloni **Width** definiramo broj cifara koje će se moći unijeti za neprekidne varijable.

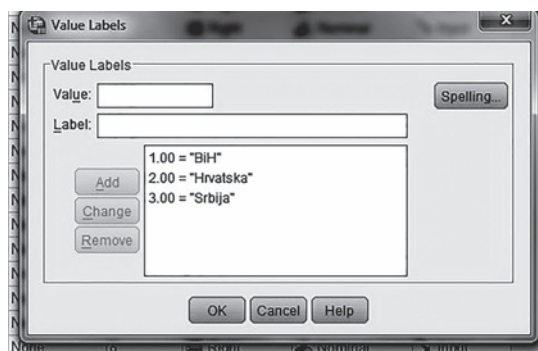
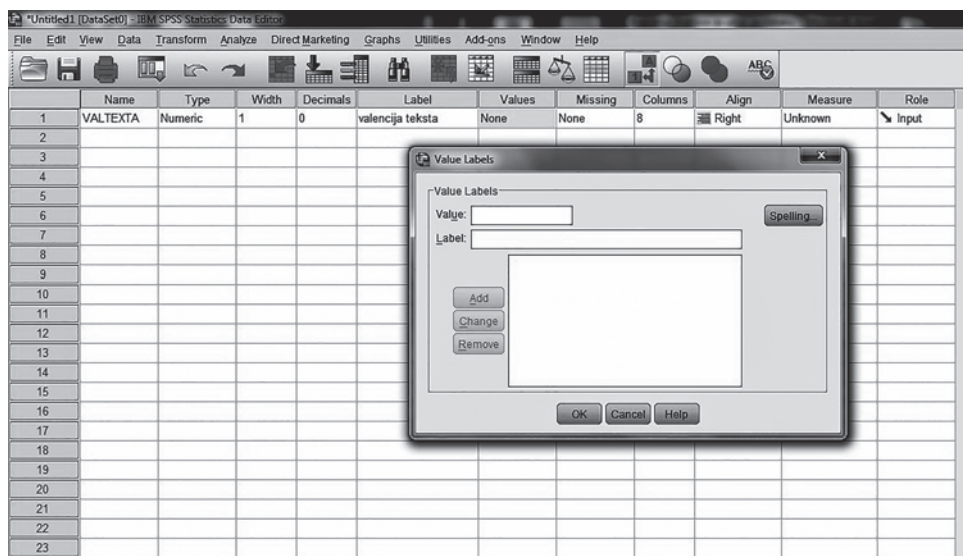
U koloni **Decimal** unosimo broj decimala kada se vrijednosti neprekidne varijable izražavaju s decimalnom preciznošću. Ako se radi o kategoričkoj (nominalnoj) varijabli, odnosno ako se ekstenzivne vrijednosti izražavaju cijelim brojem, u ovoj koloni ćemo upisati broj 0.

U koloni **Label** možemo upisati cijeli naziv varijable.

Kolona **Values** je ključna za kategoričke varijable. U njoj kodiramo spektar kategorija kojim je predstavljena varijabla. Naprimjer, varijabla **država** je predstavljena sa tri kategorije:

1. BiH,
2. Hrvatska,
3. Srbija

U prozoru *Value Labels* u ćeliji Value upišemo broj 1, a u ćeliji Label ime kategorije – BiH. Nakon toga kliknemo na *Add*. To ponavljamo sa brojem 2 i brojem 3 odnosno imenima kategorija Hrvatska i Srbija te sve potvrdimo sa OK.

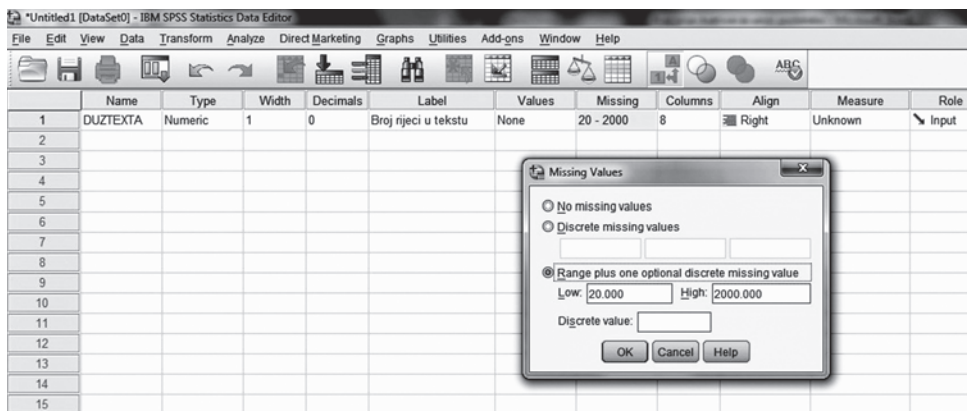


Identičan postupak je i ako se radi o neprekidnoj varijabli sa skaliranim vrijednostima, odnosno neprekidnoj ordinalnoj varijabli.

U slučaju kada imamo neprekidnu racio varijablu ne unosimo ništa u ovu opciju, a ona će unesene brojčane vrijednosti tretirati kao kvantitativne veličine.

U koloni **Missing** možemo zadati da iz obrade podataka budu isključeni slučajevi s ekstremno niskim i ekstremno visokim vrijednostima. Ova opcija se koristi kod varijabli ekstenzivnih vrijednosti. U našem slučaju to je varijabla *dužina teksta* čija se vrijednost izražava brojem riječi. Odlučili smo se da isključimo tekstove sa ekstremno velikim brojem (preko 2000 riječi), odnosno ekstremno malim brojem (ispod 20) riječi. Radimo to tako što u prozoru koji se dobije kada se klikne u ćeliji u koloni **Missing** aktivira opcija **Range plus**

one optional discrete missing value te u ćeliji **Low** unese donja, a u ćeliji **High** gornja (maksimalna) veličina koja će se uzimati u obzir pri statističkoj obradi.



U koloni **Columnns** određujemo broj brojčanih podataka (cifri) koje će moći stati u ćeliju. U koloni **Align** definiramo poravnanje podataka (lijevo, desno ili centralno).

U koloni **Measure** definiramo tip varijable. Imamo izbor između: *Nominal*, *Ordinal* i *Scale*. Nakon što definiramo prvu varijablu prelazimo na definiranje druge i ostalih tako što pređemo u sljedeće redove. Ako trebamo naknadno ubaciti novu varijablu između dvije postojeće kliknemo desnim dugmetom miša na redni broj varijable ispred koje hoćemo da ubacimo novu varijablu i odaberemo opciju **Insert Variable**. Istovjetan je postupak i ubacivanje novog reda (jedinice analize) u bazu podataka, s tim što tada postavimo kursor u redu ispod kojeg će biti otvoren novi red i u meniju Edit aktiviramo opciju **Insert Cases**.

Da bismo počeli unos podataka sa kodnih listova idemo na opciju **Data View** u donjem lijevom uglu ekrana. U ćelije ispod naziva varijabli unosimo kodove odnosno podatke.

Evo kako izgleda dio popunjene matrice u našem istraživanju.

	Domaćinstva	IB	Drzava	Grad	Novine	Ukupnostra...	Strana	Naslovica	Zanr	Brojječi
1	1.00	1.00	1.00	1.00	3.00	24.00	2.00	.	4.00	697.00
2	1.00	2.00	1.00	1.00	3.00	64.00	1.00	1.00	1.00	8.00
3	1.00	3.00	1.00	1.00	3.00	64.00	2.00	2.00	3.00	497.00
4	1.00	4.00	1.00	1.00	3.00	64.00	2.00	2.00	9.00	27.00
5	1.00	5.00	1.00	1.00	3.00	64.00	2.00	.	3.00	1453.00
6	1.00	6.00	1.00	1.00	3.00	64.00	2.00	.	9.00	41.00
7	1.00	7.00	1.00	1.00	3.00	64.00	3.00	.	3.00	248.00
8	1.00	8.00	1.00	1.00	3.00	64.00	3.00	.	9.00	68.00
9	1.00	9.00	1.00	1.00	3.00	64.00	3.00	.	9.00	39.00
10	1.00	10.00	1.00	1.00	3.00	64.00	4.00	.	5.00	64.00
11	1.00	11.00	1.00	1.00	3.00	64.00	4.00	.	3.00	447.00

Postupak kreiranja shema kodiranja i unosa podataka u SPSS veoma je metodično objašnjen u mnogobrojnim priručnicima.³⁵

9. STATISTIČKA OBRADA PODATAKA

Nakon unosa podataka u namjenski kreiranu bazu ulazimo u centranu fazu istraživanja u kojoj vođeni istraživačkim pitanjima i hipotetskim okvirom vršimo statističku obradu raspoloživih podataka, odnosno testiramo hipoteze.³⁶ Presudno je pri tome odabrati adekvatnu statističku tehniku i ispuniti uvjete za validnu primjenu statističkih testova. Izbor statističke tehnike determinira više faktora među kojima su:

- tip podataka,
- veličina uzorka,
- broj obilježja varijable i
- istraživačko pitanje.

Tipovi podataka koje prikupljamo analizom sadržaja korespondiraju vrsti upotrijebljene mjerne skale. Intervalna i racio skala rezultiraju metričkim (kvantitativnim) podacima, a nominalne i ordinalne nemetričkim (kvalitativnim). „Visoko kvalitetni statistički postupci analize zahtijevaju metrički nivo skale.“³⁷

Veličina uzorka limitira upotrebu pojedinih tehnika. Tako, naprimjer veličina uzorka utječe na značajnost dobijenog iznosa koeficijenta korelacije (r , odnosno ro). „Iz malih uzoraka (npr. $N=30$) mogu se izračunati umjerene korelacije koje nisu statistički značajne na uobičajenom nivou $p \leq 0,05$. Međutim, već i vrlo male korelacije (npr. $r = 0,2$) izračunate iz velikih uzoraka ($N=100+$) mogu biti statistički značajne.“³⁸ Generalno, uz veći uzorak ide i veća vjerovatnoća da će biti ispunjeni uvjeti za validnost dobijenih rezultata, kao naprimjer da će broj ćelija sa očekivanim frekvencama manjim od 5 biti ispod 20%.

Broj obilježja kojim je predstavljena varijabla opredjeljuje upotrebu univarijacije, odnosno bivarijacije ili multivarijacije analize. U slučajevima kada je varijabla predstavljena samo jednim obilježjem (naprimjer dužina naslova: broj riječi u naslovu) provodi se univarijaciona statistička analiza.

³⁵ Preporučujem SPSS: Priručnik za preživljavanje koji je napisala Julie Pallant, a koji je postao svjetski bestseller. Izdala ga je Mikro knjiga iz Beograda. Četvrto izdanje je objavljeno 2011. godine.

³⁶ Prikaz ove faze zasnovat ćemo na datoteci koju smo dobili istraživanjem izvještavanja dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u Bosni i Hercegovini 7. februara 2014. godine.

³⁷ Zahirović, S. (2005). Multivarijaciona analiza: osnove teorije i primjene u marketinškim istraživanjima. Tuzla: Infograf.

³⁸ Pallant, J. (2011). SPSS: Priručnik za preživljavanje. Beograd: Mikro knjiga.

Istraživačko pitanje, odnosno spoznajni cilj u kombinaciji sa ostalim faktorima presudno utječe na izbor statističke tehnike. Analizu sadržaja prati nekoliko tipova istraživačkih pitanja na koja se odgovara primjenom određenih statističkih tehnika.

Istraživačko pitanje	Statistička tehnika	Potrebno
Kakva je struktura uzorka?	Frekvencijska analiza	Kategoričke varijable
Da li struktura uzorka odgovara pojavi, odnosno korpusu, odnosno očekivanoj strukturi?	Hi-kvadrat (χ^2) test	Kategoričke varijable
Postoji li statistički značajna veza između dvije kategoričke varijable?	Hi-kvadrat (χ^2) test	Kategoričke varijable
Kakav je utjecaj intervenirajuće varijable na vezu između dvije kategoričke varijable?	Hi-kvadrat (χ^2) test	Kategoričke varijable
Kakva je koncentracija i distribucija pojedinih obilježja nezavisne, odnosno zavisne varijable?	Srednja vrijednost Mod Medijana Standardna devijacija	Neprekidne intervalne varijable
Postoji li statistički značajna veza između nezavisne kategoričke varijable i zavisne neprekidne intervalne varijable?	T – test nezavisnih uzoraka	Jedna kategorička dihotomna nezavisna i jedna neprekidna intervalna zavisna varijabla
Promjenljivost (varijansa) jedne neprekidne intervalne varijable pod utjecajem jedne kategoričke	Jednofaktorska analiza varijanse	Jedna kategorička dihotomna i jedna neprekidna intervalna varijabla

Promjenljivost (varijansa) jedne zavisne (neprekidne) varijable pod utjecajem dvije kategoričke nezavisne varijable sa po više obilježja

Dvofaktorska analiza varijanse

Dvije kategoričke varijable sa po, najmanje dva obilježja) i jedna neprekidna

Postoji li statistički značajna veza u promjenljivosti dvije neprekidne zavisne varijable?

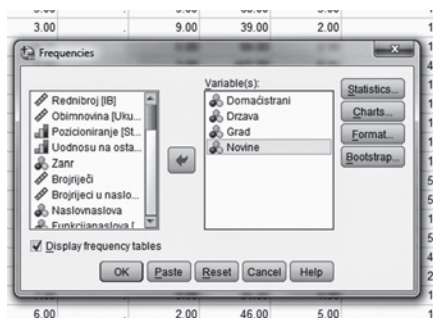
Korelacija

Dvije neprekidne varijable

9.1. OPISIVANJE NEZAVISNE VARIJABLE

Opisivanje nezavisne varijable zasniva se na prikazu frekvencije pojedinačnih obilježja kategoričkih, odnosno neprekidnih varijabli kojima je određen predmet istraživanja, odnosno uzorak. Taj prikaz faktički dimenzionira i opisuje istraživani uzorak i omogućava procjenu njegove reprezentativnosti u odnosu na istraživanu pojavu.

U SPSS-u u glavnom izborniku biramo opciju **Analyze** a potom **Descriptive Statistics** i **Frequencies...** Otvara se okvir na čijoj je lijevoj strani popis svih varijabli. Označavanjem i klikanjem na strelicu nezavisne kategoričke varijable prebacujemo jednu po jednu na desnu stranu okvira – u rubriku **Variable(s)**. U slučaju istraživanja izvještavanja dnevnih novina u regiji o prosvjedima građana u BiH 7. februara 2014. korpus nezavisne varijable čine: *domaćestrane, država, grad, novine*.



Pošto je obim novina neprekidna varijabla nju ćemo posebno tretirati.

Potvrdimo sa **OK**. Dobijamo sljedeće tabelarne pregleda frekvencija jedinica analize u poduzorcima definiranim pojedinim kategorijama kategoričkih nezavisnih varijabli:

Statistics					
		domaci/strani	drzavaizdav.	gradizdav.	nazivnovina
N	Valid	151	151	151	151
	Missing	0	0	0	0

Domaći/strani					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Domaći	122	80.8	80.8	80.8
	Strani	29	19.2	19.2	100.0
	Total	151	100.0	100.0	

Država izdavanja					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	BiH	122	80.8	80.8	80.8
	Hrvatska	18	11.9	11.9	92.7
	Srbija	11	7.3	7.3	100.0
	Total	151	100.0	100.0	

Ggrad izdavanja					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sarajevo	65	43.0	43.0	43.0
	Mostar	42	27.8	27.8	70.9
	BL	15	9.9	9.9	80.8
	BG	11	7.3	7.3	88.1
	ZG	18	11.9	11.9	100.0
	Total	151	100.0	100.0	

Iz tabela koje je SPSS automatski generirao vidimo da postoje vidljive razlike u učestalosti pojedinih obilježja nezavisne varijable. U nekim slučajevima to je očekivano, kao naprimjer da novine koje izlaze u Bosni i Hercegovini posvete daleko više pažnje (veći broj tekstova) posmatranoj temi, nego novine koje izlaze u Hrvatskoj i Srbiji. Međutim, u drugim slučajevima rezultati, već na samom početku analize, postaju intrigantni: novine iz Hrvatske su bile izrazito zainteresiranije za dramatična zbivanja u Bosni i Hercegovini, nego novine iz Srbije. To nas već u ovoj fazi uvida u rezultate istraživanja navodi na određena pitanja. Naprimjer:

- *Pod utjecajem kojih faktora su bili urednici novina u regionu kada su do-
djeljivali prostor dešavanjima u susjedstvu? Jesu li to geopolitički ili pro-
fesionalni faktori?*

Na drugoj strani uočljiva je razlika u broju tekstova koji su o prosvjedima objavili „Oslobođenje“ i „Dnevni avaz“. Oboje novine izlaze u Sarajevu i uglavnom se obraćaju čitalačkoj publici na istom geografskom prostoru. Otvaraju se nova pitanja:

- *Kojim su kriterijumima vrijednosti vijesti vođeni njihovi urednici?*
Čime možemo objasniti izrazito veće interesiranje „Dnevnog avaza“?

Na ova pitanja nije moguće odgovoriti iz uvida u strukturu uzorka, ali njihovo postavljanje će svakako utjecati na dalji tok analize.

9.2. ZAVISNE VARIJABLE

Nakon generalnog uvida u uzorak pristupamo sistematičnom testiranju posebnih i pojedinačnih hipoteza. Ta sistematičnost bi se trebala odraziti na strukturu konačnog izvještaja tako da testiranje jedne posebne sa pripadajućim pojedinačnim hipotezama bude prezentirano u jednom poglavlju.

9.2.1. KATEGORIČKE ZAVISNE VARIJABLE

Kategoričke zavisne varijable možemo analizirati 1.) sa stajališta frekvencije (učesća u uzorku, odnosno poduzorcima) i 2) sa stajališta postojanja međusobne povezanosti. U oba slučaja radi se o deskriptivnoj statistici.

9.2.1.1. FREKVENCije KATEGORIČKIH VARIJABLI

Frekvencijsku analizu ćemo napraviti primjenjujući već prikazanu proceduru SPSS-a. Evo kako to izgleda na primjeru kategoričkih zavisnih varijabli: žanr, vrsta lida, pluralnost stajališta, veličina naslova u slučaju istraživanja izvještavanja o građanskim prosvjedima u BiH.

Žanr				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00 Najava	7	4.6	4.6	4.6
2,00 Vijest	18	11.9	11.9	16.6
3,00 Izvještaj	44	29.1	29.1	45.7
4,00 Backgraunder	3	2.0	2.0	47.7
5,00 Komentar	4	2.6	2.6	50.3
6,00 Intervju	2	1.3	1.3	51.7
7,00 Izjava	60	39.7	39.7	91.4
9,00 Antrfile	13	8.6	8.6	100.0
Total	151	100.0	100.0	

Pri interpretaciji dobijenih tabela istaći ćemo sljedeće činjenice:

- U uzorku (analiziranim tekstovima) dominiraju žanrovi: izjava, izvještaj, vijest i antrfile;

Vrsta lida

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00 Potpuni	65	43.0	46.8	46.8
2,00 Klinglava	13	8.6	9.4	56.1
3,00 Citatni	25	16.6	18.0	74.1
4,00 Atraktivni	4	2.6	2.9	77.0
5,00 Ostalo	32	21.2	23.0	100.0
Total	139	92.1	100.0	
Missing System	12	7.9		
Total	151	100.0		

Pluralnost stajalista

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00 Objestrane	27	17.9	22.0	22.0
2,00 Jednostrano	96	63.6	78.0	100.0
Total	123	81.5	100.0	
Missing System	28	18.5		
Total	151	100.0		

Velicina nasl.slova

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00 Uobicajena	96	63.6	63.6	63.6
2,00 Krupnija	26	17.2	17.2	80.8
3,00 Izrazitokrupna.	29	19.2	19.2	100.0
Total	151	100.0	100.0	

Funkcijanaslova

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00 Referencijalna	86	57.0	57.0	57.0
2,00 Ekspresivna	61	40.4	40.4	97.4
3,00 Konativna	4	2.6	2.6	100.0
Total	151	100.0	100.0	

- Malo su zastupljeni backgrounder, intervju i komentar. Ovakva žanrovska struktura je razumljiva s obzirom na imperativ brzine izvještavanja. Većina događaja je imala svoj vrhunac u terminima zaključenja novina i objektivno nije bilo moguće praviti neke produbljene analize;
- U slučaju varijable *vrsta lida* vidimo da je u 46,8 % slučajeva upotrijebljen *potpuni lid* koji ide uz strukturu obrnute piramide. To je još jedan pokazatelj preovlađujućeg informativno-faktografskog pristupa izvještavanju, koji bi formalno trebao rezultirati objektivnim i nepristrasnim prikazima. Međutim, varijabla *pluralnost stajališta* pokazuje da su tekstovi u 81,6 % slučajeva (koji su sadržavali neku vrstu citiranja) sadržavali jednostrana stajališta o prosvjedima;

- Varijable *veličina naslova* i *funkcija naslova* pokazuju da su urednici naslove koristili u velikoj mjeri kao metasignale, kako za privlačenje tako i za usmjeravanje pažnje čitatelja na glavne tekstove. Distribucija obilježja unutar varijable *veličina naslova* korespondira sa ocjenom dramatičnosti i društvene relevantnosti događaja – protesta. Relativno je veliki broj izrazito krupnih naslova (19,2%). Kod varijable *funkcija naslova* uočljiva je velika zastupljenost ekspresivnih naslova (45,0%), koji su usmjereni na emocionalno kvalificiranje događaja i izazivanje prvenstveno emocionalnih reakcija čitatelja. Međutim, možda je mnogo značajnije naći objašnjenje za skoro zanemarljivo učešće konativnih naslova (2,7%). Ono se može tražiti u rasponu između prirode samih događaja, koji su ostavljali utisak skoro apsolutne entropije, defanzivnog nesnalaženja ključnih političkih i društvenih subjekata od kojih nisu došle usmjerivačke instrukcije (informacije) i nastojanja novina i novinara da zadrže nepristrasan odnos izvještača a ne i učesnika.

9.2.1.2. TESTIRANJE STATISTIČKE NEZAVISNOSTI DIHOTOMNIH KATEGORIČKIH VARIJABLI

Ispitujemo da li postoji statistički značajna razlika frekvencije pojavljivanja pojedinih kategorija jedne kategoričke varijable u nezavisnim poduzorcima zasnovanim na kategorijama druge kategoričke varijable. Naprimjer, interesira nas da li su u istoj proporciji kategorije „objestrane” i „jednostrano” kojima je predstavljena kategorijska varijabla *Pluralnost* prisutni u poduzorcima definisanim kategorijama „domaće”, odnosno „strane” kategoričke varijable *Domaće/strane*?

Drugačije kazano, pitamo se da li su u slučaju izvještavanja o građanskim prosvjedima domaće i strane novine podjednako uvažavale ili kršile zlatno pravilo novinarstva – čuti obje strane.

Za poređenje učestalosti ili proporcija slučajeva opaženih u svakoj od kategorija jedne varijable u poduzorcima zasnovanim na kategorijama druge varijable koristimo Hi-kvadrat (χ^2) test.

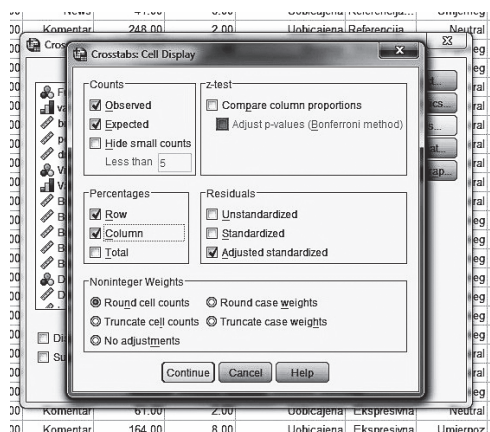
Pri upotrebi Hi-kvadrat testa uobičajeno je polaznu pretpostavku definirati kao nultu hipotezu – očekivanje da ne postoji povezanost između dvije kategoričke varijable, odnosno da su one međusobno statistički nezavisne. Ako ne postoji statistički značajna zavisnost između dvije kategoričke varijable, opažene frekvencije kategorija koje definiraju kategoričku varijablu koja se ukršta bi tre-

bale zadržati istu ili sličnu proporciju (očekivanu) u poduzorcima definiranim pojedinačnim kategorijama kategoričke varijable s kojom se ova ukršta.

U tom smislu i mi smo formulirali nultu hipotezu (H_0) tako da glasi: ne postoji statistički značajna povezanost između varijabli *pluralnost* i *domaće/strane*. Činjenica da se radi o jednostranim, odnosno obostranim (pluralnim) izvještajima ne može se u statistički značajnoj mjeri povezati sa činjenicom da su objavljeni u domaćim, odnosno stranim novinama. Dakle, ako se potvrdi nulta hipoteza, očekujemo da će u istoj ili približno istoj proporciji u stranim novinama (obuhvaćenim našim uzorkom) učestvovati jednostrano, odnosno obostrano napisani izvještaji kao što učestvuju i u domaćim. I obrnuto. Tada možemo zaključiti da su ove dvije varijable nezavisne – da ne utječu jedna na drugu.

Postupak testiranja primjenom SPSS-a teče sljedećim algoritmom:

1. U glavnom izborniku otvaramo meni **Analyze**, unutar njega biramo opciju **Descriptive Statistics**, a unutar otvorenog izbornika opciju **Crosstabs**.
2. Izbornik **Crosstabs** na lijevoj strani ima okvir unutar kojeg su prezentirane sve varijable. Kliknemo na varijablu *domaće-strane* i pomoću strelice prebacujemo je u polje **Row(s)** na lijevoj strani.
3. Sada na isti način prebacujemo drugu kategoričku varijablu, u našem slučaju, *pluralnost stajališta* u polje **Column(s)**.
4. U izborniku koji je lociran na krajnjem desnom dijelu okvira **Crosstabs**, otvaramo opciju **Statistics** i između ponuđenih testova biramo **Chi-square** i **Phi and Cramers** te potvrđujemo sa **Continue**.
5. Vratili smo se ponovo na izbornik **Crosstabs**. Sada u izborniku na krajnjoj desnoj strani otvaramo opciju **Cells**. U polju **Counts** potvrđujemo **Observed** i **Expected**. U odjeljku **Percentage** aktiviramo polja **Row** i **Column**. U odjeljku **Residuals** aktiviramo opciju **Adjusted standardized**.



6. Potvrđujemo sa Continue. To nas vraća ponovo u izbornik **Crosstabs** u kome sve potvrđujemo sa **OK**.

Dobili smo sljedeći rezultat:

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Domaci/strani * Pluralnost stajalista	151	100.0%	0	0.0%	151	100.0%

Iz ove tabele vidimo da su testom obuhvaćeni svi slučajevi (jedinice analize), kao i da su sve jedinice klasificirane sa stajališta obje varijable.

Domaci/strani * Pluralnost stajalista Crosstabulation				
		Pluralnost stajalista		Total
		1,00 Objestrane	2,00 Jednostrano	
Domace/strane	Count	21	79	100
	Expected Count	22.0	78.0	100.0
	1,00 Domaće % within domaci/strani	21.0%	79.0%	100.0%
	% within Pluralnost stajalista	77.8%	82.3%	81.3%
	Adjusted Residual	-.5	.5	
	Count	6	17	23
	Expected Count	5.0	18.0	23.0
	2,00 Strane % within domaci/strani	26.1%	73.9%	100.0%
	% within Pluralnost stajalista	22.2%	17.7%	18.7%
	Adjusted Residual	.5	-.5	
Total	Count	27	96	123
	Expected Count	27.0	96.0	123.0
	% within domaci/strani	22.0%	78.0%	100.0%
	% within Pluralnost stajalista	100.0%	100.0%	100.0%

Druga se tabela naziva *tabela kontingencije*. Radi se o 2x2 tabeli, pošto su obje varijable koje testiramo dihotomne (imaju samo po dva obilježja). Ovu činjenicu je bitno konstatirati pošto će ona odrediti tumačenje rezultata u narednim tabelama. U ovoj tabeli su prikazane opažene (u redovima *Count*) i očekivane (u redovima *Expected Count*) frekvencije ćelije. Već pri poređenju opaženih i očekivanih frekvencija vidimo da razlika nije velika. U poduzorku „domaće“ opažena frekvencija kategorije „obje strane“ je 21 a očekivana 22, a kategorije „jednostrano“ opažena frekvencija je 79, a očekivana 78.

Sličan je odnos i u poduzorku „strane“ u kome je opažena frekvencija kategorije „obje strane“ 6, a očekivana 5. U istom poduzorku kategorija „jednostrano“ ima i opaženu i očekivanu frekvenciju 23. Već nam ovaj uvid omogućava zaključivanje da se pluralnost izvještaja ne razlikuje u domaćim i stranim novinama, odnosno da ove dvije varijable nisu statistički povezane te da možemo očekivati visoku *Pearson Chi-Square* vrijednost (*Value*), odnosno *Asymp. Sig. (2-sided)*.

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.282 ^a	1	.595		
Continuity Correction ^b	.064	1	.801		
Likelihood Ratio	.274	1	.601		
Fisher's Exact Test				.585	.389
Linear-by-Linear Association	.280	1	.597		
N of Valid Cases	123				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.05.

b. Computed only for a 2x2 table

To se potvrđuje u tabeli **Chi-Square Tests**. U njoj prvo čitamo napomenu u podnožju. U ovom slučaju ona glasi: „a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.05.“ U slobodnom prevodu to znači da ni u jednom slučaju očekivana frekvencija ćelije nije manja od 5 a da je najmanja 5,05. Ova napomena nam je izuzetno značajna pošto je uvjet za valjanost hi-kvadrat testa upravo da vrijednost ni jedne očekivane frekvencije ćelije ne bude manja od 5. Da je bilo drugačije primijenili bismo postupak koji će biti prikazan kasnije.

Čitamo da je vrijednost *Pearson Chi-Square* koeficijenta 0,282. Potom u tabeli **Symmetric Measures** očitavamo vrijednost *Approx. Sig. za Phi*.

Symmetric Measures			Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi		-.048	.595
	Cramer's V		.048	.595
N of Valid Cases			123	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Tumačenje dobijenih vrijednosti zasnivamo na općem pravilu po kome **ako je $p \leq 0,05$ odbacujemo nultu hipotezu** o nezavisnosti varijabli, odnosno **ako je $p > 0,05$ potvrđujemo nultu hipotezu** o nezavisnosti varijabli.

Odbacivanje nulte hipoteze sa stajališta istraživačke hipoteze znači da postoje statistički značajne razlike u proporciji frekvencije kategorija jedne varijable u poduzorcima definiranim kategorijama druge varijable.

Potvrđivanje nulte hipoteze znači da se proporcija frekvencije kategorija prve varijable u statistički značajnom smislu ne mijenja u poduzorcima definiranim pojedinim kategorijama druge varijable.

U našem $p = 0,595$ i veće je od 0.05. Zaključujemo da su dvije kategorijske varijable međusobom neovisne, odnosno da je proporcija učešća pojedinih kategorija (jednostrano – obostrano) jedne kategorijske varijable (*pluralnost*) približno jednaka u poduzorcima definiranim kategorijama druge kategorijske varijable („domaće“ – „strane“).

Na statističku neovisnost posmatranih kategoričkih varijabli upućuje i *Phi* vrijednost, koja u ovom slučaju iznosi 0,048. Referentna nam je pošto se radi o obje dihotomne varijable. Vrijednost *Phi* koeficijenta može biti u rasponu od 0 (kada nema nikakvog uzajamnog utjecaja između testiranih varijabli) do 1 (kada je utjecaj potpun). Ocjena se vrši na osnovu tabele:

Phi	Međusobni utjecaj
od 0,10 do 0,30	mali
između 0,30 i 0,50	srednji
Iznad 0,50 do 1,00	veliki

Phi vrijednost u našem slučaju je mnogo manja od donje granice malog međusobnog utjecaja.³⁹

U zaključku se, uz konstataciju da se H_0 odbacuje (ako je $p \leq 0,05$), odnosno da se H_0 prihvata (kada je $p > 0,05$), navode i: 1) vrijednost Value za Pearson Chi – Square, 2) df – broj stepeni slobode i 3) vrijednost (p) – Asymp. Sig. (2- sided).

9.2.1.3 TESTIRANJE STATISTIČKE NEZAVISNOSTI KOMPLEKSNIH KATEGORIČKIH VARIJABLI

Radi se o testiranju varijabli u slučajevima kada jedna od njih, odnosno obje imaju više od dvije kategorije. Jednostavnije kazano to su slučajevi kada je kontingencijska tabela veća od 2x2.

Pokazat ćemo to na primjeru varijabli *domaće/strane* i *veličina naslovnih slova*.

Na već prikazani način u Crosstabs procedure uključujemo ove dvije varijable. U podmeniju Cells aktiviramo sve opcije kao i u prethodnom primjeru, i na kraju dobijemo sljedeće tabele:

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Domace/strane * Velicina nasl.slova	151	100.0%	0	0.0%	151	100.0%

³⁹ Da je vrijednost *Approx. Sig.* bila jednaka ili manja od 0,05, zaključili bismo da su dvije ukrštane kategoričke varijable međusobno povezane, odnosno da proporcije frekvencija kategorija jedne varijable nisu iste u svim poduzorcima definiranim kategorijama druge varijable. U našem slučaju rekli bismo da stupanj pluralnosti izvještaja ovisi o tome da li su objavljeni u domaćim ili stranim novinama. U izvještaju bismo vjerovatno taj nalaz istakli kao posebno značajan i pokušali bismo ga objasniti, pošto podrazumijeva da su na način izvještavanja utjecali i neki izvanprofesionalni faktori.

domaci/strani * Velicina nasl.slova Crosstabulation						
			Velicina nasl.slova			
			Uobicajena	Krupnije	Izrazitok.	Total
Domace/strane	Domaće	Count	82	25	15	122
		Expected Count	74.3	29.9	17.8	122.0
		% within domaci/strani	67.2%	20.5%	12.3%	100.0%
		% within Velicina nasl.slova	89.1%	67.6%	68.2%	80.8%
		Adjusted Residual	3.2	-2.4	-1.6	
	Strane	Count	10	12	7	29
		Expected Count	17.7	7.1	4.2	29.0
		% within domaci/strani	34.5%	41.4%	24.1%	100.0%
		% within Velicina nasl.slova	10.9%	32.4%	31.8%	19.2%
		Adjusted Residual	-3.2	2.4	1.6	
Total		Count	92	37	22	151
		Expected Count	92.0	37.0	22.0	151.0
		% within domaci/strani	60.9%	24.5%	14.6%	100.0%
		% within Velicina nasl.slova	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10.547 ^a	2	.005
Likelihood Ratio	10.331	2	.006
Linear-by-Linear Association	8.562	1	.003
N of Valid Cases	151		
a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,23.			

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.264	.005
	Cramer's V	.264	.005
N of Valid Cases		151	

Dakle, u ovom slučaju imamo tabelu 2x3. Različita je i napomena u podnožju tabele **Chi-Square Tests**. Tu smo dobili obavještenje da u jednoj ćeliji imamo vrijednost očekivane frekvencije manju od 5 i da je to 16,7% ukupnog broja ćelija.

U kontingencijskoj tabeli možemo vidjeti u redu **Expected Count** da se radi o očekivanoj frekvenciji izrazito krupnih naslova u grupi stranih novina. Međutim, ova činjenica ne dovodi u pitanje validnost Hi-kvadrat testa pošto za tabele veće od 2x2 važi pravilo da ukupan broj očekivanih frekvencija sa vrijednošću manjom od 5 ne smije prelaziti procenat od 20%. U našem slučaju to je 16,7%.

U ovom slučaju, kao i u svim drugim kada je kontingencijska tabela veća od 2x2 očitavamo vrijednost *Cramer's V* koeficijenta, odnosno vrijednost *Approx. Sig.* U našem slučaju *Cramer's V* koeficijent je 0,264 a *Approx. Sig.* je 0,05. Pošto je *Approx. Sig.* $\leq 0,05$, možemo zaključiti da je odbacena nulta hipoteza o neovisnosti ukrštanih kategoričkih varijabli. Pošto odbacivanje nulte hi-

poteze sa stajališta istraživačke hipoteze znači da postoje statistički značajne razlike u proporciji frekvencije kategorija jedne varijable u poduzorcima definiranim kategorijama druge varijable, u konkretnom slučaju možemo zaključiti da su se efektima *semantike naglašavanja naslovima* (veličine naslova) različito koristile domaće i strane novine.

Pošto je nulta hipoteza odbačena, odnosno utvrđena povezanost između dvije varijable, prelazimo na utvrđivanja mjere te povezanosti.

1. Utvrdimo koliko koja varijabla ima kategorija; redna (locirana u red /Row(s)/ i kolonska, locirana u kolonu /Column(s)/. U našem slučaju $R=2$, $C=3$.
2. Vrijednost Cramer's V koeficijenta (u našem slučaju 0,264) lociramo u jednu od tri ponuđene kolone (mali utjecaj, srednji utjecaj i veliki utjecaj) u redu koji odgovara broju kategorija manje varijable (u našem slučaju dvije).

Broj kategorija manje varijable	Mali utjecaj	Srednji utjecaj	Veliki utjecaj
	Cramer's V koeficijent	Cramer's V koeficijent	Cramer's V koeficijent
Dvije	0,01	0,30	0,50
Tri	0,07	0,21	0,35
Četiri	0,06	0,17	0,29

Konstatiramo da se radi o srednjem utjecaju varijable *domaće/strane* na varijablu *veličina naslova*.

Uvidom u kontingencijsku tabelu i komparacijom opaženih i očekivanih frekvencija kategorija *varijable veličina naslova* u poduzorcima definiranim kategorijama varijable *domaće/strane* vidimo da su domaće novine u znatno većoj mjeri koristile krupnija i izrazito krupna naslovna slova nego strani mediji.

9.2.1.4. POSTUPAK SA KATEGORIČKIM VARIJABLAMA KADA SE NARUŠI GRANIČNA OČEKIVANA FREKVENCIJA

Može se desiti da se u kontingencijskoj tabeli pojavi više od 20% očekivanih frekvencija sa vrijednošću manjom od 5. U tom slučaju imamo narušen jedan od bitnijih uvjeta za primjenu Hi-kvadrat testa. Taj slučaj smo imali pri ukrštanju varijabli *domaće/strane* i *žanr*.

Nakon svih, prethodno prezentiranih postupaka dobili smo sljedeće tabele:

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Domace/strane * žanr	151	100.0%	0	.0%	151	100.0%

Iz ove tabele vidimo da su svi slučajevi obuhvaćeni testiranjem.

Domaci/strani * žanr Crosstabulation									
		žanr							Total
		Najava	Vijest	Izvestaj	Komentar	Intervju	Izjava	Antrfile	
Domace/strane Domaće	Count	5	30	17	2	2	52	14	122
	Expected Count	6.5	28.3	21.0	3.2	1.6	47.7	13.7	122.0
	% within domaci/strani	4.1%	24.6%	13.9%	1.6%	1.6%	42.6%	11.5%	100.0%
	% within žanr	62.5%	85.7%	65.4%	50.0%	100.0%	88.1%	82.4%	80.8%
	Adjusted Residual	-1.3	.8	-2.2	-1.6	.7	1.8	.2	
Strane	Count	3	5	9	2	0	7	3	29
	Expected Count	1.5	6.7	5.0	.8	.4	11.3	3.3	29.0
	% within domaci/strani	10.3%	17.2%	31.0%	6.9%	.0%	24.1%	10.3%	100.0%
	% within žanr	37.5%	14.3%	34.6%	50.0%	.0%	11.9%	17.6%	19.2%
	Adjusted Residual	1.3	-.8	2.2	1.6	-.7	-1.8	-.2	
Total	Count	8	35	26	4	2	59	17	151
	Expected Count	8.0	35.0	26.0	4.0	2.0	59.0	17.0	151.0
	% within domaci/strani	5.3%	23.2%	17.2%	2.6%	1.3%	39.1%	11.3%	100.0%
	% within žanr	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Uvidom u tabelu kontigencije uočavamo razlike između opaženih frekvencija pojedinih žanrova u poduzorcima domaće, odnosno strane novine. Vrijednosti Adjusted Residual u dva su slučaja višestruko veće od 3 (koliko su granične za velike tabele).

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.246 ^a	6	.081
Likelihood Ratio	10.533	6	.104
Linear-by-Linear Association	2.143	1	.143
N of Valid Cases	151		

a. 7 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,38.

Opažamo i da su vrijednosti očekivanih frekvencija (Expected Count) čak u 7 ćelija manje od 5.⁴⁰

Na to nas SPSS upozorava u podnožju tabele Chi-Square Tests napomenom da su očekivane frekvencije čak u 50% slučajeva manje od 5.

⁴⁰ Podsjećamo, dozvoljeno je samo 20%.

Ta činjenica dovodi u pitanje validnost testa, tako da nema smisla tumačiti tabelu **Symmetric Measures**.

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.273	.081
	Cramer's V	.273	.081
N of Valid Cases		151	

Imamo problem. Kako ćemo ga riješiti? Suština problema je u nesimetričnosti uzorka. Nekih kategorija ima premalo. U ovoj situaciji nam postaje sasvim opravdano stajalište pojedinih autora (istraživača) da istraživački uzorak (broj jedinica analize) treba odgovarati količniku ukupnog broja kategorija i broja 5, odnosno 10.

Međutim, u našem slučaju, pošto se već radi o uzorku sa potpunim obuhvatom, svim tekstovima u posmatranim novinama koji se tematski odnose na konkretni događaj, mi ne možemo dodatno povećavati uzorak, ali možemo smanjiti broj kategorija u varijablama. U kontingencijskoj tabeli, u redu Expected Count utvrdit ćemo u kojim ćelijama je očekivana vrijednost ispod 5. Razmislit ćemo kako grupisati pojedina obilježja (kolone) podvodeći ih pod zajedničku vrstu (općiji pojam) tako da sažmemo previše razuđenu klasifikaciju (smanjimo df. – broj stepena slobode⁴¹).

U konkretnom slučaju smo se umjesto prvobitne detaljne klasifikacije žanrova opredijelili za uopćeniju klasifikaciju (svojstvenu anglosaksonskom području) i sve žanrove podijelili na: “News”, “Story” i “Komentar”.

U “News” smo svrstali: vijest, najavu, antfile i dio izjava (koje se odnose na faktografske aspekte događaja). U “Story” smo svrstali izvještaj, a u “Komentar”: komentar, intervju i dio izjava koje se odnose na kvalifikaciju događaja.⁴² Nakon prepravke baze i rekodiranja varijable žanr dobili smo sljedeću distribuciju:

Domaci/strani * žanr Crosstabulation						
			žanr			Total
			"News"	"Story"	"Komentar"	
domaci/strani	Domaći	Count	20	17	85	122
		Expected Count	28.3	17.8	75.9	122.0
		% within domaci/strani	16.4%	13.9%	69.7%	100.0%
		% within žanr	57.1%	77.3%	90.4%	80.8%
		Adjusted Residual	-4.1	-.5	3.9	

⁴¹ Broj stepeni slobode računa se tako što se od broja kategorija prve, odnosno druge varijable oduzme broj 1 a potom te razlike pomnože. U slučajevi dihotomne varijable to znači $(2-1) \times (2-1) = 1$ (jedan stepen slobode. U slučaju jedne varijable sa 3 a druge sa 4 obilježja to bi bilo: $(3-1) \times (4-1) = 6$ (šest stepeni slobode.

⁴² Naravno, ako se radilo o dvije dihotomne varijable, tada faktički nemamo šta sažimati. U tom slučaju primijenit ćemo Fisher.s Exact Probability Test koji aktiviramo u okviru procedure Hi-kvadrat testa u izborniku **Exact... →Monte Carlo**.

Sve jedinice analize su obuhvaćene tetsiranjem

Domaci/strani * žanr Crosstabulation						
			žanr			Total
			"News"	"Story"	"Komentar"	
domaci/strani	Domaći	Count	20	17	85	122
		Expected Count	28.3	17.8	75.9	122.0
		% within domaci/strani	16.4%	13.9%	69.7%	100.0%
		% within žanr	57.1%	77.3%	90.4%	80.8%
		Adjusted Residual	-4.1	-.5	3.9	
	Strani	Count	15	5	9	29
		Expected Count	6.7	4.2	18.1	29.0
		% within domaci/strani	51.7%	17.2%	31.0%	100.0%
		% within žanr	42.9%	22.7%	9.6%	19.2%
		Adjusted Residual	4.1	.5	-3.9	
Total	Count		35	22	94	151
	Expected Count		35.0	22.0	94.0	151.0
	% within domaci/strani		23.2%	14.6%	62.3%	100.0%
	% within žanr		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Vidimo da ponovo imamo u jednoj ćeliji vrijednost očekivane frekvencije manju od 5, ali je u granici prihvatljivog učešća do 20%. Napomena u podnožju tabele nam kaže da je u 16,7%, ćelija vrijednost očekivane frekvencije manja od 5.

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18.413 ^a	2	.000
Likelihood Ratio	17.010	2	.000
Linear-by-Linear Association	18.150	1	.000
N of Valid Cases	151		

a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,23.

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.349	.000
	Cramer's V	.349	.000
N of Valid Cases		151	

U tabeli **Symmetric Measures** očitavamo vrijednost Approx. Sig. za Cramer's V (pošto se radi o tabeli većoj od 2x2) koja iznosi $p = 0,001$ ⁴³. To znači naša nulta hipoteza (H_0), pošto je Approx. Sig. manji od 0,05, nije potvrđena, odnosno da postoji veza između izbora žanra u kome je prezentiran izvještaj o prosvjedima građana i zemlje u kojima novine izlaze.

⁴³ Uobičajeno je u slučaju kada se u tabeli pojavi vrijednost za Approx. Sig. = 0,000 u tekstualnom dijelu izvještaja u kome se koristi indeks p pisati $p = 0,001$.

U kontingencijskoj tabeli ćemo pronaći vrijednosti Adjusted Residual, koje su u većini slučajeva signifikantne, odnosno veće od 3.

9.3. NEPREKIDNE ZAVISNE VARIABLE

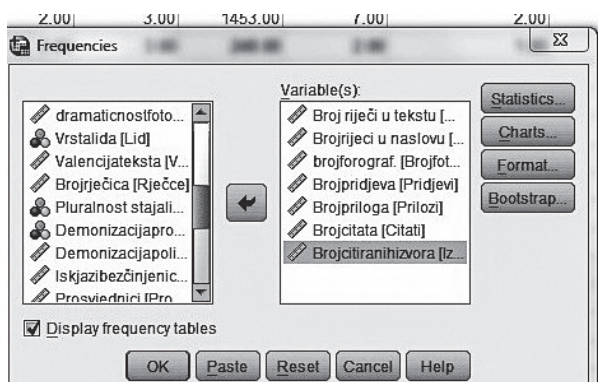
Nakon prikaza zavisnih kategoričkih varijabli pristupamo analizi zavisnih neprekidnih varijabli. Postoji mnogo statističkih tehnika za testiranje neprekidnih varijabli. Opredjeljivanje za konkretnu zavisu od istraživačkog pitanja na koje želimo odgovoriti. Mi ćemo prezentirati nekoliko elementarnih statističkih tehnika, odnosno testova koji su svojstveni analizi sadržaja.

9.3.1 SREDNJE VRIJEDNOSTI

Elementarno je u svim slučajevima prisustva neprekidnih varijabli utvrđivanje aritmetičke sredine i parametara koji je uobičajeno prate. Na osnovu njih možemo zaključivati o „tipičnom“ predstavniku grupe i o homogenosti grupe. To znači da ćemo prvo primijeniti već prikazanu proceduru frekvencijske analize.

Analyze → Descriptive Statistics → Descriptives...

Iz desnog u lijevi prozor prebacimo zavisne neprekidne varijable, otvorimo izbornik Statistics... i u njemu aktivirano opcije **Mean, Median, Mode, Std. Deviation, Minimum i Maximum, Skewness i Kurtosis**. Potvrdimo sa **Continue**, a potom sa **OK**.



Dobili smo nekoliko tabelarnih pregleda.

U tabeli Statistics su veoma pregledno prikazani svi traženi parametri.

Statistics								
		Broj riječi u tekstu	Broj riječi u naslovu	Broj fotograf.	Broj pridjeva	Broj priloga	Broj citata	Broj citiranih izvora
N	Valid	151	151	151	151	151	151	151
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		194.5960	5.5960	1.4503	13.5563	4.0596	2.3642	1.5232
Median		101.0000	5.0000	1.0000	8.0000	2.0000	2.0000	1.0000
Mode		31.00 ^a	3.00	1.00	.00	.00	1.00	1.00
Std. Deviation		228.63054	3.12235	2.08067	16.99397	6.18410	2.62928	2.01605
Skewness		2.517	1.703	2.393	2.013	2.278	2.112	3.666
Std. Error of Skewness		.197	.197	.197	.197	.197	.197	.197
Kurtosis		7.892	4.550	5.835	4.263	5.674	5.356	16.130
Std. Error of Kurtosis		.392	.392	.392	.392	.392	.392	.392
Minimum		7.00	1.00	.00	.00	.00	.00	.00
Maximum		1453.00	21.00	11.00	84.00	34.00	15.00	13.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

N – se odnosi na broj jedinica analize sadržaja (tekstova) u analiziranom uzorku. U našem slučaju to je 151.

Mean se odnosi na aritmetičku sredinu. Dobije se kada se zbir svih veličina jedne varijable u uzorku podijeli sa brojem jedinica analize (uzorka). Na vrijednost aritmetičke sredine mnogo utječu krajnja odstupanja (ekstremno male i ekstremno velike vrijednosti pojedinih slučajeva – jedinica analize, zbog toga ne pruža pouzdano obavještenje o homogenosti uzorka. Taj problem se rješava uvođenjem u razmatranje standardne devijacije (mjere disperzije) i modusa. U slučaju varijable *Broj citata* Mean = 2,36 označava da tekstovi (jedinice analize sadržaja) u prosjeku imaju 2,36 citata.

Medijana je srednji član u nizu slučajeva (vrijednosti varijable) poredanih po veličini. Ako uzorak ima neparan broj slučajeva, medijana je vrijednost koja se nalazi u sredini niza, a ako je N (broj slučajeva u uzorku) paran, tada je medijana srednja vrijednost između dvaju srednjih članova (slučajeva). U slučaju varijable broj citata medijana iznosi 2. To znači da se grupa tekstova sa po dva citata nalazi u sredini niza sastavljenog od grupa tekstova definiranih brojem citata.

Mod je vrijednost koja se u jednoj grupi najčešće javlja (ima najveću frekvenciju). Ukazuje na distribuciju osobina u okviru uzorka (jedne grupe), odnosno na najčešće svojstvo (vrijednost) posmatrane varijable. Pod određenim okolnostima može se tretirati kao „tipični predstavnik grupe“. U slučaju varijable *broj citata* Mode ima vrijednost jedan. To znači da je u uzorku najveća skupina tekstova sa po jednim citatom. To nam potvrđuje i frekvencijska tabela u kojoj nalazimo da 42 jedinice analize imaju samo po jedan citat.

Broj citata				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
.00	29	19.2	19.2	19.2
1.00	42	27.8	27.8	47.0
2.00	35	23.2	23.2	70.2
3.00	16	10.6	10.6	80.8
4.00	4	2.6	2.6	83.4
5.00	10	6.6	6.6	90.1
Valid 6.00	3	2.0	2.0	92.1
7.00	3	2.0	2.0	94.0
8.00	3	2.0	2.0	96.0
9.00	1	.7	.7	96.7
10.00	2	1.3	1.3	98.0
12.00	2	1.3	1.3	99.3
15.00	1	.7	.7	100.0
Total	151	100.0	100.0	

Ova nam tabela pruža veoma informativan uvid u posmatranu varijablu. Vidimo da 27,8% tekstova uopće nema citata te da najveću skupinu jedinica analize čine tekstovi koji imaju do dva citata. Vidimo i da je tekst sa 15 citata (maximum) prisutan samo u jednom slučaju.

Std. Deviation (standardna devijacija ili standardno odstupanje) – jeste mjera disperzije vrijednosti nekog obilježja (promjenljive) unutar posmatranog skupa. Ona nam ukazuje na homogenost skupa, odnosno varijable. Manja standardna devijacija znači veću skoncentriranost svih slučajeva oko srednje vrijednosti. Ako je grupa (uzorak) približno simetrično raspodijeljena oko srednje vrijednosti i ako je s obje strane srednje vrijednosti obilježeno odstojanje jednako standardnoj devijaciji, oko 2/3 slučajeva u grupi ležće u ovim granicama.⁴⁴ U slučaju varijable *broj citata* standardna devijacija je 2,62. To znači da najveći dio uzorka ima između 0 i 5 citata.

Precizniji uvid u homogenost varijable pružit će nam parametri Skewness i Kurtosis.

Što su Skewness i Kurtosis bliže nuli to je raspodjela vrijednosti neprekidne promjenljive normalnija. Ova dva parametra, po pravilu treba prikazivati i analizirati kada je uzorak manji od 200 jedinica analize.

Skewness – je parametar *asimetrije* u raspodjeli vrijednosti neprekidne promjenljive. Vrijednosti asimetrije mogu biti pozitivne i negativne. Pozitivne vrijednosti znače da je većina slučajeva manja od srednje vrijednosti. Negativne vrijednosti pokazuju da je većina slučajeva veća od srednje vrijednosti. U slučaju varijable *broj citata* dobili smo vrijednost za Skewness = 2,12. Pozitivna vri-

⁴⁴ Koen, M., Nejgel, E. (2006). Uvod u logiku i naučni metod. Beograd: Jasen.

jednost parametra ukazuje da prevladava broj citata manji ili jednak srednjoj vrijednosti, odnosno da tekstovi uglavnom ne sadrže citate ili sadrže 1, odnosno 2 citata.

Kurtosis – jeste parametar spljoštenosti, odnosno šiljatosti raspodjele vrijednosti neprekidne promjenljive. Vrijednosti manje od nule (negativne) ukazuju na veći broj slučajeva koji značajno odstupaju od srednje vrijednosti (manju homogenost distribucije, odnosno veću disperziju vrijednosti obilježja). Vrijednosti veće od nule pokazuju da je raspodjela vrijednosti varijable više koncentrirana (homogenizirana) oko srednje vrijednosti a da su rijetki pojedinačni slučajevi sa velikim odstupanjima.

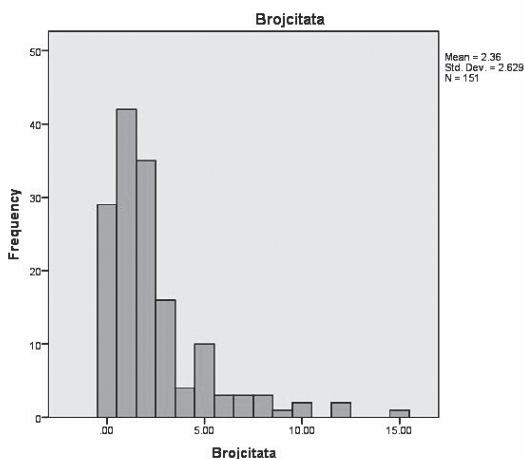
U slučaju varijable *broj citata* dobili smo vrijednost za Kurtosis = 5,35. To nas navodi na zaključak da se radi o prilično homogenom uzorku sa malim brojem slučajeva tekstova sa većim brojem citata od aritmetičke sredine.

Minimum se odnosi na najmanji broj obilježja u jedinici analize sadržaja. U slučaju varijable broj citata minimum = 0, označava da jedan broj tekstova uopće nema citata. Iz frekvencijske tabele vidimo da je to u 29 slučajeva.

Maximum se odnosi na najveći broj pronađenih jedinica kojim se mjeri konkretno obilježje. U slučaju varijable *broj citata* maximum = 15, označava da je 15 maksimalan broj citata koji sadrži pojedinačna jedinica analize. Iz frekvencijske tabele vidimo da je to samo u jednom slučaju.

O homogenosti distribucije obilježja neprekidnih varijabli možemo zaključiti i na osnovu histograma. Histogram ćemo dobiti tako što ćemo u već pokrenutoj proceduri u prozoru **Charts** odabrati **Histogram**, zatim potvrditi **Continue** a potom **OK**.

Za rezultat ćemo dobiti grafikone za sve odabrane varijable. Evo kako to izgleda u slučaju varijable *broj citata*:



Na grafikonu su naznačene: broj jedinica analize u kome je sadržano istraživano obilježje, srednja vrijednost i standardna devijacija.

Istom se metodologijom trebaju prokomentirati sve neprekidne varijable. Na taj način ćemo doći do veoma značajnih podataka na osnovu kojih možemo generalno odgovoriti na posebna, odnosno pojedinačna istraživačka pitanja, koja se u našem slučaju uglavnom odnose na primjenu standarda izvrsnosti u novinarstvu.

Međutim, naše posebne hipoteze zasnivaju se na teorijskim postavkama da je način (kvalitet) izvještavanja determiniran jednim dijelom profesionalnim standardima i načelima, a drugim dijelom spletom različitih političkih, socijalnih i drugih interesa. To znači da možemo pretpostaviti da je način izvještavanja u konkretnom slučaju bio različit u novinama koje izlaze 1) u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji; 2) Sarajevu, Banjaluci, Mostaru, Zagrebu i Beogradu; 3) u Sarajevu ovisno o tome da li se radi Dnevnom avazu ili Oslobođenju.

Za testiranje ovih pretpostavki primijenit ćemo tri vrste statističkih tehnika: T testove (T-test nezavisnih uzoraka), ANOVe (jednofaktorsku analizu varijanse, dvofaktorsku analizu varijanse različitih grupa) i linearne korelacije. Naravno, spektar mogućih statističkih tehnika ovime nije ni približno iscrpljen. Međutim, mislimo da je odabrani set sasvim dovoljan za ostvarivanje cilja koji smo pred sebe postavili, posebno ako se ima u vidu da smo se ograničili na analizu sadržaja.

9.3.2. T – TEST NEZAVISNIH UZORAKA

T – test nezavisnih uzoraka je veoma praktična tehnika za testiranje posebnih, odnosno pojedinačnih hipoteza. T-test podrazumijeva jednu dihotomnu kategoričku varijablu (sa dva obilježja) i jednu neprekidnu varijablu.

Dihotomna kategorička varijabla	Kategorija 1	Neprekidna varijabla	Vrijed. 1
	Kategorija 2		Vrijed. 2

U našem istraživanju T-test smo koristili tražeći odgovor na pitanje: Da li je statistički značajna razlika između dužine naslova domaćih i stranih novina u slučaju izvještavanja o građanskim prosvjedima u BiH?

Kategorička varijabla domaće/strane ima dvije kategorije: „domaće novine“ i „strane novine“.

Mogli smo postaviti i sljedeća pitanja:

- Da li je statistički značajna razlika između dužine teksta novina koje izlaze u Sarajevu u slučaju izvještavanja o građanskim prosvjedima u BiH?

U tom slučaju kategorička varijabla novine koje izlaze u Sarajevu ima dvije kategorije: „Dnevni avaz“ i „Oslobođenje“.

- Da li je statistički značajna razlika između dužine teksta novina koje izlaze u Banjaluci u slučaju izvještavanja o građanskim prosvjedima u BiH? U tom slučaju kategorička varijabla novine koje izlaze u Banjoj Luci ima dvije kategorije: „Nezavisne novine“ i „Glas Srpske“.

- Da li je statistički značajna razlika između dužine teksta stranih novina u slučaju izvještavanja o građanskim prosvjedima u BiH?

U tom slučaju kategorička varijabla strane novine ima dvije kategorije: „novine iz Zagreba“ i „novine iz Beograda“.

Neprekidna varijabla u ovom slučaju je dužina teksta - izražena brojem riječi u tekstu.

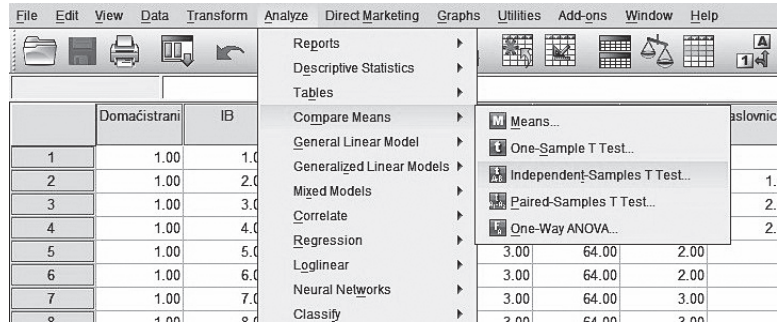
U slučaju našeg pitanja: Da li je statistički značajna razlika između dužine tekstova domaćih i stranih novina u slučaju izvještavanja o građanskim prosvjedima u BiH? uzorak je podijeljen na dva poduzorka *domaće novine* – *strane novine*.

T-test će utvrditi statističku značajnost razlika dužine tekstova ova dva poduzorka.

Domaće/strane	Domaće novine „dn“	Dužina teksta	Broj riječi „dn“
	Strane novine „sn“		Broj riječi „sn“

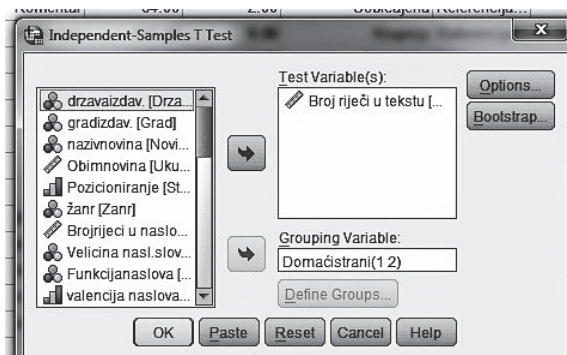
Iskoristit ćemo veoma elegantnu mogućnost koju nam pruža SPSS. U glavnom izborniku biramo meni **Analyze** a u njemu opciju **Compare Means** a potom **Independent- Samples**

T Test.

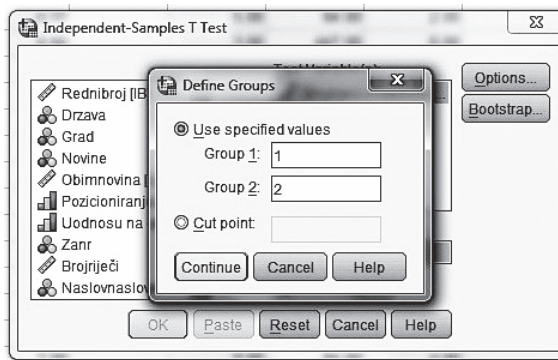


Otvara se već dobro poznati okvir u kome su na lijevoj strani prikazane sve varijable. Biramo prvo zavisnu (neprekidnu) promjenljivu, u našem slučaju *broj riječi u tekstu* i prenosimo je u polje **Test variable** na lijevoj strani.

Na isti način prebacujemo u polje **Grouping variable** nezavisnu (kategoričku) domaći / strani.



Aktiviramo opciju **Define Groups** i otvoriće se podizbornik kao na slici. U polje **Group 1** upisujemo broj jedan (to je kod za „domaće novine“), a u polje **Group 2** upisujemo broj dva – kod za „strane novine“.



Potvrdimo **Continue**. To nas vraća u okvir **Independent-Samples T Test**. Tu potvrdimo opciju **OK**.

Dobijamo sljedeći tabelarni prikaz.

Group Statistics					
	Domace/strane	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Broj riječi u tekstu	1,00 Domaće	122	185.7295	226.81674	20.53502
	2,00 Strane	29	231.8966	236.48487	43.91414

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
				F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
		Lower	Upper							
Broj riječi u tekstu	Equal variances assumed	.898	.345	-.977	149	.330	-46.16704	47.23988	-139.51367	47.17959
	Equal variances not assumed			-.952	41.129	.346	-46.16704	48.47823	-144.06149	51.72740

U tabeli **Group Statistics** prikazane su srednje vrijednosti neprekidne zavisne varijable *broj riječi u tekstu* kod domaćih i kod stranih novina i standardna odstupanja (Std. Deviation).

U drugoj tabeli su prikazani rezultati upoređivanja promjenljivosti zavisne varijable u dva posmatrana poduzorka (domaćih i stranih novina).

Pri tumačenju ove tabele prvo ćemo analizirati vrijednost **Sig.** u koloni *Levene's Test for Equality of Variances*. Kada je ta vrijednost veća od 0,05 (u našem slučaju ona iznosi 0,345), koristit ćemo pokazatelje **t-vrijednosti** iz prvog reda (*Equal variances assumed*). Da je ta vrijednost bila ista ili manja od 0,05, koristili bismo pokazatelje iz drugog reda.

Ključni pokazatelj u ovoj tabeli je vrijednost *Sig. (2-tailed)* u rubrici t-test for Equality of Means. U redu *Equal variances assumed*, čitamo da *Sig. (2-tailed)* u našem slučaju iznosi 0,330. Pošto je veći od 0,05, zaključujemo da razlika između ove dvije grupe (domaće i strane novine) sa stajališta dužine tekstova (broja riječi u tekstovima) nije značajna, već je slučajna.

Da je vrijednost *Sig. (2-tailed)* bila jednaka ili manja $\leq 0,05$, zaključili bismo da postoji statistički značajna razlika između srednjih vrijednosti zavisne promjenljive (broja riječi u tekstovima) u podgrupama nezavisne (*domaće / strane*). Nakon toga bismo pristupili utvrđivanju utjecaja te razlike. Izračunali bismo Koenov d. Eta kvadrat.

Primjenjujemo sljedeći obrazac:

$$\text{Eta kvadrat} = \frac{t^2}{(t^2 + (N1 + N2 - 2))}$$

pri čemu je

t- vrijednost iz reda *Equal variances assumed*, odnosno *Equal variances not assumed*.

N1 – broj slučajeva kategorije 1.

N2 – broj slučajeva kategorije 2.

Još jednom naglašavamo utvrđivanje veličine razlike između grupa (koeficijenta determinacije) radimo samo kada je vrijednost *Sig. (2-tailed)* $\leq 0,05$, odnosno kada postoji statistički značajna razlika između srednjih vrijednosti

zavisne promjenljive u podgrupama nezavisne. U ovom slučaju ćemo, samo da bismo pokazali kako se to radi, upotrijebiti podatke iz našeg primjera.

Nakon što u obrazac uvrstimo parametre, dobijemo vrijednost koju ćemo uporediti sa Cohenovim smjernicama;

$$\text{Eta kvadrat} = 0,977^2 / 0,977^2 + (122 + 29 - 2) = 0,006365.$$

Po Cohenovim smjernicama vrijednosti Eta kvadrata u rasponu od 0,01 do 0,06 ukazuju na mali utjecaj, od 0,06 do 0,14 na umjeren utjecaj, a iznad 0,14 do 1 na veliki utjecaj. Veličinu utjecaja uobičajeno izražavamo i procen-tualno tako što Eta kvadrat pomnožimo sa 100: $0,006365 \times 100 = 0,63\%$. Kon-statovali bismo da domaće ili strano porijeklo dnevnih novina objašnjava svega 0,63 % varijanse dužine teksta.

U našem slučaju oba pokazatelja ukazuju na neznatan utjecaj varijable domaće/strano na dužinu teksta, što potvrđuje pravilo da se Eta kvadrta-t uopće ne izračunava za slučajeve kada je $\text{Sig. (2-tailed)} \leq 0,05$

9.3.3. JEDNOFAKTORSKA ANALIZA VARIJANSE

Jednofaktorska analiza varijanse je statistička metoda kojom testiramo kako se jedna neprekidna (zavisna) varijabla ponaša pri ukrštanju sa politomnom kategoričkom (nezavisnom) varijablom?

Politomna kategorička varijabla (uobičajeno iz korpusa nezavisne)	Kategorija 1	Neprekidna varijabla (uobičajeno iz korpusa zavisne)	Vrijed. kateg. 1
	Kategorija 2		Vrijed. kateg. 2
	Kategorija 3		Vrijed. kateg. 3
	Kategorija „n“		Vrijed. kateg. n

Sam pojam varijansa označava *promjenljivost* jedne zavisne varijable za koju se vjeruje da je povezana sa različitim stanjima nezavisne varijable. Cilj je utvrditi postoji li razlika u manifestiranju zavisne varijable na različitim kat-egorijskim nivoima nezavisne i da li je ta razlika, ako postoji, statistički značajna.

Naprimjer; pojedinačnim hipotezama u našem istraživanju postavljeno je pitanje: *postoje li statsistički značajne razlike u dužini tekstova između novina koje izlaze u BiH, Hrvatskoj i Srbiji u slučaju izvještavanja o građanskim prosvjedima u BiH?*

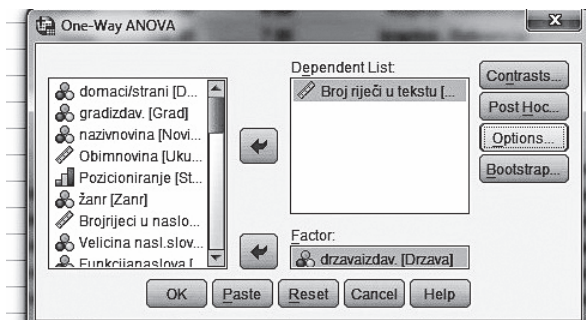
Analiza ovog pitanja pokazuje da imamo jednu politomnu (nezavisnu) kategoričku varijablu – *zemlja izdavanja novina* sa tri kategorije („BiH“, „Hrvatska“, „Srbija“) i jednu zavisnu neprekidnu varijablu – *dužina teksta*.

Zemlja izdavanja novina	BiH	Dužina teksta Broj riječi u tekstu	Broj riječi u novinama iz BiH
	Hrvatska		Broj riječi u novinama iz HR
	Srbija		Broj riječi u novinama iz SRB

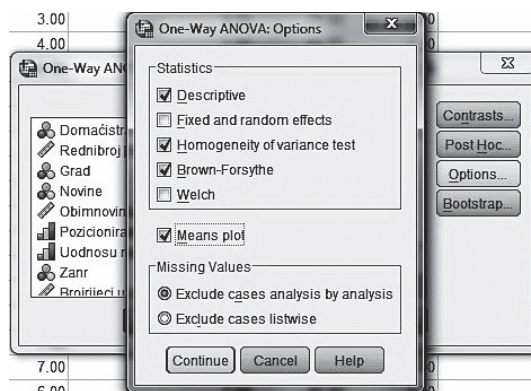
Zemlja izdavanja novina	BiH	Dužina teksta Broj riječi u tekstu	Broj riječi u novinama iz BiH
	Hrvatska		Broj riječi u novinama iz HR
	Srbija		Broj riječi u novinama iz SRB

Postupak je sljedeći.

- U meniju **Analyze** izaberemo opciju **Compare Means** a unutar otvorenog izbornika opciju **One-way ANOVA**.



U polje **Dependent List** prenesemo sa lijeve strane zavisnu neprekidnu varijablu, u ovom slučaju to je *broj riječi u tekstu*. Nakon toga u polje **Factor** prenesemo nezavisnu kategoričku varijablu, u ovom slučaju to je varijabla *država izdavanja*. Nakon toga kliknemo na **Options**. U otvorenom izborniku aktiviramo opcije: **Descriptive**, **Homogeneity of variance test**, **Brown-Forsythe** i **Means plot**. U okviru **Missing Values** potvrdimo (aktiviramo) opciju **Exclude cases analysis by analysis**, te nakon toga kliknemo na **Continue**.



To nas vraća na izbornik One-Way ANOVA. U njemu sada biramo opciju **Post Hoc...**

Otvora se izbornik u kojem potvrđujemo opciju **Tukey**, a nakon toga **Continue**.

Vraćamo se u izbornik One-Way ANOVA u kojoj potvrđujemo **OK**. Dobijamo sljedeći tabelarni ispis.

Descriptives

Broj riječi u tekstu

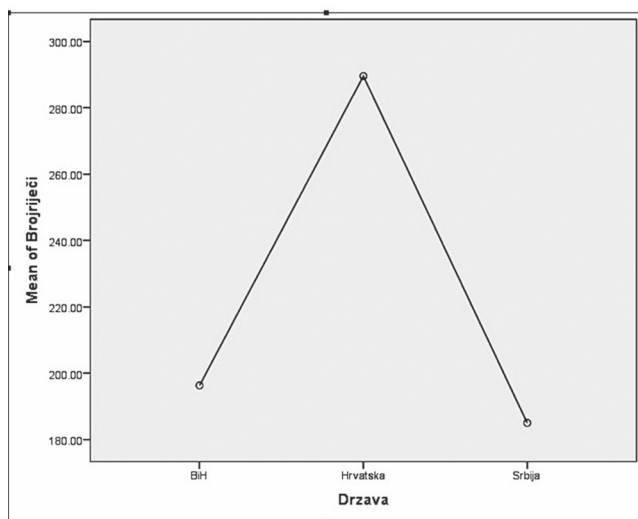
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1,00 BiH	122	185.7295	226.81674	20.53502	145.0750	226.3840	7.00	1453.00
2,00 Hrvatska	18	260.5556	262.57172	61.88875	129.9817	391.1294	17.00	931.00
3,00 Srbija	11	185.0000	188.38259	56.79949	58.4429	311.5571	16.00	545.00
Total	151	194.5960	228.63054	18.60569	157.8329	231.3591	7.00	1453.00

U ovoj tabeli dati su podaci o poduzorcima (BiH, Hrvatska, Srbija). Predstavljene su srednje vrijednosti, standardne devijacije i minimalne i maksimalne dužine tekstova. Vidimo da su analizom obuhvaćene sve jedinice analize. Vidimo da novine iz Hrvatske imaju duže tekstove nego novine iz Bosne i Hercegovine i Srbije. Prosječna dužina tekstova u novinama iz Hrvatske je bila 260,5 a prosječne dužine testova u novinama iz Srbije 185, a Bosne i Hercegovine 185,7 riječi.

To pokazuje i grafički prikaz Means Plots.

U nastavku analize dobijenih podataka prvo ćemo obratiti pažnju na tabelu **Test of Homogeneity of Variances**.

Važi pravilo da ako je Sig. veći od 0,05, kao što je u našem slučaju (iznosi 0,404) nije prekršena pretpostavka o homogenosti varijanse u sve tri grupe, pa idemo odmah na tabelu ANOVA.



Test of Homogeneity of Variances

Broj riječi u tekstu

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.911	2	148	.404

Mada se to u istraživačkoj praksi nikada ne radi kada je Sig. veći od 0,05, mi samo radi edukacije naših studenata ostvarujemo uvid i u tabelu **Robust Tests of Equality of Means**. Tu nalazimo da je Sig = 0,316, što je veće od 0,05. Zaključili bismo da ne postoji statistički značajna razlika između dužina tekstova u novinama ovisno o zemljama u kojima izlaze.

Robust Tests of Equality of Means

Brojriječi

	Statistic ^a	df1	df2	Sig.
Brown-Forsythe	1.194	2	31.152	.316

a. Asymptotically F distributed.

Da je dobijena vrijednost Sig. bila jednaka ili manja od 0,05 zaključili bismo da postoji statistički značajna razlika srednjih vrijednosti dužine teksta (broja riječi) u podgrupama domaće – strane novine.

U našem slučaju ovu tabelu preskačemo i prelazimo na tabelu ANOVA.

ANOVA					
Broj riječi u tekstu					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	88915.839	2	44457.920	.849	.430
Within Groups	7751872.518	148	52377.517		
Total	7840788.358	150			

Fokusiramo se na vrijednost Sig. Da bismo izveli zaključak da je statistički značajna razlika između srednjih vrijednosti broja riječi (dužine teksta) dnevnih novina iz Bosne i Hercegovine, Hrvatske i Srbije u slučaju izvještavanja o građanskim prosvjedima u BiH, Sig. bi trebao biti manji ili jednak $\leq 0,05$. U našem slučaju iznosi 0,430. Izvodimo zaključak da razlike u dužini tekstova (srednje vrijednosti broja riječi) objavljenih u novinama iz Bosne i Hercegovine, Hrvatske i Srbije, nisu statistički značajne, odnosno u mjeri u kojoj su evidentne, slučajne su. Ovaj zaključak potvrđuje i tabela **Multiple Comparisons**, u kojoj je izvršeno ukrštanje između poduzoraka.

Multiple Comparisons						
Dependent Variable: Broj riječi u tekstu						
Tukey HSD						
(I) drzavaizdav.	(J) drzavaizdav.	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1,00 BiH	2,00 Hrvatska	-74.82605	57.78569	.400	-211.6354	61.9833
	3,00 Srbija	.72951	72.04801	1.000	-169.8463	171.3053
2,00 Hrvatska	1,00 BiH	74.82605	57.78569	.400	-61.9833	211.6354
	3,00 Srbija	75.55556	87.58684	.665	-131.8089	282.9200
3,00 Srbija	1,00 BiH	-.72951	72.04801	1.000	-171.3053	169.8463
	2,00 Hrvatska	-75.55556	87.58684	.665	-282.9200	131.8089

U svim slučajevima **Sig.** je veći od 0,05. Da postoji statistički značajna razlika u koloni **Mean Difference** bi se pored brojčanih vrijednosti pojavila zvjezdica (*).

Zaključujemo još jednom *da se skupine novina iz BiH, Hrvatske i Srbije statistički značajno ne razlikuju po osnovu dužine teksta.*⁴⁵

Na isti nas zaključak navodi Tukey HSD sa vrijednošću Sig. od 0,560, koja je veća od 0,05.

Broj riječi u tekstu		
Tukey HSD		
drzavaizdav.	N	Subset for alpha = 0.05
		1
3,00 Srbija	11	185.0000
1,00 BiH	122	185.7295
2,00 Hrvatska	18	260.5556
Sig.		.560
Means for groups in homogeneous subsets are displayed.		
a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 19.397.		

Broj riječi u tekstu		
Tukey HSD		
drzavaizdav.	N	Subset for alpha = 0.05
		1
3,00 Srbija	11	185.0000
1,00 BiH	122	185.7295
2,00 Hrvatska	18	260.5556
Sig.		.560

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 19.397.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Naravno, na istraživaču je da iz perspektive hipotetskog okvira protumači dobijeni statistički rezultat. U našem slučaju to bi moglo da znači da u novinskim redakcijama, bez obzira na zemlju izlaska, važe ujednačeni profesionalni standardi vezani za dužinu izvještaja o predmetnom tipu događaja.

9.3.4. DVOFAKtorska analiza varijanse

Kada želimo ispitati statističku značajnost različitog manifestiranja zavisne neprekidne varijable u podskupinama dvije kategoričke varijable od kojih je najmanje jedna politomna (sa više od dvije kategorije), koristimo tehniku dvo-faktorske analize varijanse.

Kategorička nezavisna varijabla „A“	Kategorija 1	Zavisna neprekidna varijabla	Vrijednost KA ₁
	Kategorija 2		Vrijednost KA ₂
	Kategorija 3		Vrijednost KA ₃
	Kategorija „n“		Vrijednost KAn
Kategorička nezavisna varijabla „B“	Kategorija 1		Vrijednost KB ₁
	Kategorija 2		Vrijednost KB ₂
	Kategorija 3		Vrijednost KB ₃
	Kategorija „n“		Vrijednost KBn

Naprimjer, interesuje nas promjenljivost zavisne varijable *broj izvora informacija* pod utjecajem obilježja dvije nezavisne varijable: *domaći / strani* i *žanr*.

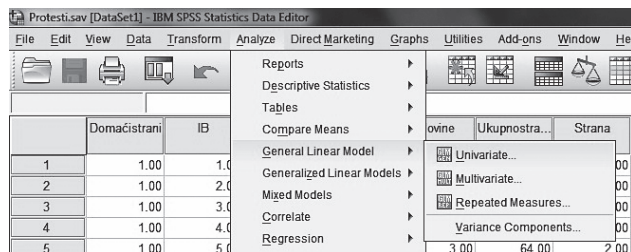
Naše istraživačko pitanje glasi: *da li su žanr i rezidentnost novina u statistički značajnoj vezi sa brojem fotografija kojima su ilustrirani tekstovi o građanskim prosvjedima?*

Na jednoj strani imamo dvije nezavisne kategoričke varijable: *domaći / strani* i *žanr* a na drugoj jednu zavisnu neprekidnu varijablu *broj fotografija*.

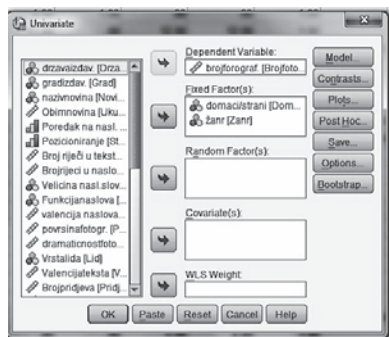
Kategorička nezavisna varijabla <i>domaći / strani</i>	Domaći	Broj fotografija	Vrijednost DOM.
	Strani		Vrijednost STR.
Kategorička nezavisna varijabla <i>žanr</i>	News		Vrijednost News
	Story		Vrijednost Story
	Komentar		Vrijednost Komentar

Postupak u SPSS-u je sljedeći:

Otvorimo meni **Analyze**, u njemu opciju **General Linear Model** a potom **Univariate**.



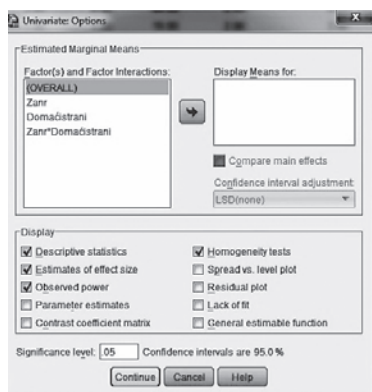
Klikanjem na **Univariate** dobijamo sljedeći izbornik



U lijevoj koloni su prikazane sve varijable. U polje **Dependent Variable** prebacimo zavisnu neprekidnu varijablu; u našem slučaju to je varijabla *broj fotografija*. Potom u polje **Fixed Factor(s)** prebacimo dvije kategoričke nezavisne varijable. U našem slučaju to su varijable: *domaće / strane* i *žanr*.

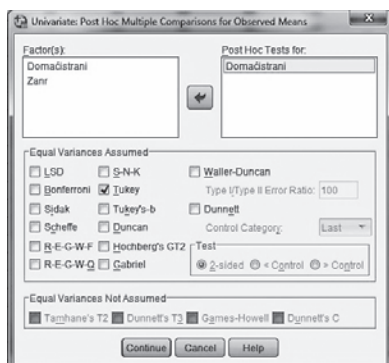
Nakon toga kliknemo na **Options...** U izborniku koji se otvori potvrdimo opcije: **Descriptive Statistics**, **Estimates of effect size**, **Homogeneity tests** i **Observed power**. Potvrdimo sa **Continue**.

To nas vraća na prethodni izbornik **Univariate** u kome sada bирамо opciju **Post Hoc**.



Iz okvira **Factor(s)** prenosimo u okvir **Post Hoc Tests for** nezavisnu varijablu koja ima manje obilježja. U našem slučaju varijabla *domaće / strane* ima dva obilježja (1. domaći, 2. strani), a varijabla *žanr* ima tri obilježja (1. news, 2. story, 3. komentar). To znači da u okvir **Post Hoc Tests for** prebacujemo varijablu *domaće / strane*.

U ponuđenim opcijama **Equal Variances Assumed** biramo test **Tukey**.



Sve potvrđujemo sa **Continue**. To nas ponovo vraća na izbornik **Univariate**.

U izborniku **Univariate** otvaramo opciju **Plots** i tako ulazimo u podizbornik **Univariate: Profile Plots**. Iz okvira **Factors** prebacujemo u polje **Horizontal Axis**, varijablu sa više kategorija. U našem slučaju je to varijabla *žanr*. Nakon toga preostalu varijablu, u našem slučaju *domaće / strane* prebacujemo u polje **Separate Lines**. Kliknemo na opciju **Add**, i u polju **Plots**: će se generirati tekst: *Domaćistrani*Žanr*. Sve potvrdimo sa **Continue**. To nas vraća u izbornik **Univariate** u kojem potvrđujemo **OK**.

Konačan rezultat je više nego impresivan.

U tabeli **Between-Subjects Factors** prikazana je struktura kategoričkih varijabli.

Between-Subjects Factors			
		Value Label	N
domaci/strani	1.00	Domaći	122
	2.00	Strani	29
	1.00	"News"	35
žanr	2.00	"Story"	22
	3.00	"Komentar"	94

U tabeli **Descriptive Statistics** su prikazane srednje vrijednosti i standardne devijacije od srednjih vrijednosti zavisne varijable *broj fotografija* za podgrupe domaći, strani, news, story i komentar.

Descriptive Statistics				
Dependent Variable: brojforograf.				
domaci/strani	žanr	Mean	Std. Deviation	N
1,00 Domaći	1,00 "News"	.6500	1.34849	20
	2,00 "Story"	.7059	1.15999	17
	3,00 "Komentar"	1.9059	2.39356	85
	Total	1.5328	2.18252	122
2,00 Strani	1,00 "News"	.6000	.82808	15
	2,00 "Story"	.8000	.83666	5
	3,00 "Komentar"	2.1111	2.31541	9
	Total	1.1034	1.56627	29
Total	1,00 "News"	.6286	1.13981	35
	2,00 "Story"	.7273	1.07711	22
	3,00 "Komentar"	1.9255	2.37477	94
	Total	1.4503	2.08067	151

Primjećujemo da postoje evidentne razlike između podgrupa kako u srednjim vrijednostima tako i u standardnim devijacijama neprekidne varijable *broj fotografija*. Srednja vrijednost varijable *broj fotografija* u podgrupi domaćih novina je 1,53 sa standardnom devijacijom 2,18 a u podgrupi stranih novina 1,10 sa standardnom devijacijom 1,56.

Slične razlike uočavamo i kada upoređujemo broj fotografija u grupama tekstova determiniranim žanrom. Najniža srednja vrijednost je u podgrupi *news* a najveća u podgrupi *komentar*.

Generalno, možemo zaključiti da zavisna varijabla *broj fotografija* ima uočljivo različite vrijednosti u pojedinačnim podgrupama zasnovanim na kategorijama posmatranih nezavisnih varijabli.

Naredni korak u analizi dobijenih rezultata jeste provjera homogenosti varijanse.

U tabeli **Levene's Test of Equality of Error Variances** provjeravamo vrijednost **Sig.**

Levene's Test of Equality of Error Variances^a
Dependent Variable: brojforograf.

F	df1	df2	Sig.
3.520	5	145	.005

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.
a. Design: Intercept + Domaćistrani + Zanr + Domaćistrani * Zanr

U našem slučaju Sig. = 0,005. Zaključak o homogenosti varijanse zavisne varijable zasniva se na pravilu da ako je Sig. jednako ili manje $\leq 0,05$, promjenljivost posmatrane zavisne varijable (homogenost varijanse) nije jednaka u svim poduzorcima koji su definirani pojedinačnim kategorijama nezavisnih varijabli. Kaže se da je narušena homogenost varijanse zavisne varijable. Kada se, kao u našem slučaju, konstatira narušena homogenost varijanse zavisne varijable, vraćamo se na izbornik **Univariate: Options** u kome umjesto 0,05 zadajemo strožiji kriterij 0.01.

Potom ćemo, po već prikazanoj proceduri, završiti postupak dvofaktorske analize i pristupiti interpretaciji rezultata pri čemu će uvjet za statističku značajnost razlika srednjih vrijednosti zavisne varijable za kategorije dvije nezavisne kategoričke biti da Sig. bude jednak ili manji od 0,01.

Pristupamo interpretaciji tabele Tests of Between-Subjects Effects.

Tests of Between-Subjects Effects
Dependent Variable: brojforograf.

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	56.762 ^a	5	11.352	2.778	.020	.087
Intercept	92.044	1	92.044	22.521	.000	.134
Domaćistrani	.125	1	.125	.031	.862	.000
Zanr	35.702	2	17.851	4.368	.014	.057
Domaćistrani * Zanr	.273	2	.137	.033	.967	.000
Error	592.615	145	4.087			
Total	967.000	151				
Corrected Total	649.377	150				

a. R Squared = .087 (Adjusted R Squared = .056)

*Pažnju fokusiramo na vrijednosti Sig. za sintetiziranu varijablu Domaćistrani*žanr. Ova vrijednost označava značajnost utjecaja međusobne interakcije varijabli domaći / strani i žanr na zavisnu varijablu broj fotografija.*

- Kada je vrijednost Sig. jednaka ili manja od 0,01⁴⁶, tada je utjecaj interakcije značajan. U našem slučaju vrijednost Sig. je 0,967. To je manje od 0.01, te zaključujemo da utjecaj interakcije varijabli *domaći / strani* i *žanr* na zavisnu varijablu *broj fotografija* nije značajan. Drugačije kazano zaključujemo da nema značajne razlike u utjecaju žanrova na broj fotografija kojima su ilustrirani tekstovi u domaćim i stranim novinama.

⁴⁶ Podsjećamo vas da smo umjesto 0,05 zadali strožiji kriterij 0,01.

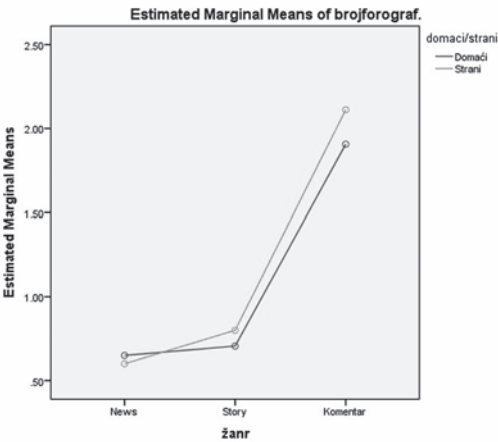
Nakon što izvedemo zaključak o utjecaju interakcije nezavisnih na zavisnu varijablu, prelazimo na tumačenje glavnih utjecaj, odnosno utjecaja svake posebne nezavisne kategoričke varijable na zavisnu.

U tabeli **Tests of Between-Subjects Effects** nalazimo da je Sig: za varijablu *domaći / strani* 0,862 što je veće od 0,01. To nas upućuje na zaključak da ne postoji značajan glavni utjecaj te varijable na zavisnu varijablu. Međutim varijabla *žanr* čija je vrijednost za Sig. jednaka 0,014, ima statistički značajan utjecaj.

Od nas se očekuje da utvrdimo veličinu tog utjecaja. To ćemo učiniti na osnovu vrijednosti **Partial Eta Squared**, koju smo dobili izračunatu u tabeli **Tests of Between-Subjects Effects** i smjernica koje je dao Cohen ⁴⁷.

Veličina utjecaja	Eta kvadrat (% objašnjene varijanse)	Koenov d (jedinica standardnog odstupanja)
Mali	0,01 ili 1%	0,2
Srednji	0,06 ili 6%	0,5
Veliki	0,138 ili 13,8%	0,8

U našem slučaju nalazimo da vrijednost **Partial Eta Squared** za varijablu *Žanr* iznosi 0,057. Ta vrijednost je razvrstana u mali utjecaj. Zaključujemo da se svega oko 1 % promjenljivosti varijable *broj fotografija* može pripisati varijabli *žanr*. Mada je statistički značajna, stvarna razlika između srednjih vrijednosti varijable *broj fotografija* u podgrupama news, story i komentar, vrlo je mala.



Iz grafikona vidimo da se razlika odnosi na komentar. Međutim, grafički prikaz te razlike mnogo je dramatičniji nego što je stvarno stanje.

⁴⁷ Cohen, J. W. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd edn). Hillsdale, NJ: Lawrwnce Erlbaum Associates.

Utjecaj pojedinih kategorija kategoričke varijable na zavisnu varijablu pročitat ćemo u tabeli **Multiple Comparisons**.

Multiple Comparisons

Dependent Variable: brojforograf.
Tukey HSD

(I) žanr	(J) žanr	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1,00 "News"	2,00 "Story"	-.0987	.55004	.982	-1.7268	1.5294
	3,00 ""Komentar""	-1.2970*	.40031	.004	-2.4819	-.1120
2,00 "Story"	1,00 "News"	.0987	.55004	.982	-1.5294	1.7268
	3,00 ""Komentar""	-1.1983	.47880	.036	-2.6155	.2190
3,00 "Komentar"	1,00 "News"	1.2970*	.40031	.004	.1120	2.4819
	2,00 "Story"	1.1983	.47880	.036	-.2190	2.6155

Based on observed means.
The error term is Mean Square(Error) = 4.087.
*. The mean difference is significant at the .01 level.

Tabela **Multiple Comparisons** nas precizno navodi na grupe (poduzorke) nezavisne promjenljive za koju je utvrđeno da ima statistički značajan utjecaj na zavisnu varijablu. U tabeli su prikazana poređenja srednjih vrijednosti zavisne varijable za sva ukrštanja parova nezavisne varijable. U koloni Mean Difference (I-J) izračunata je razlika srednjih vrijednosti. Primjećujemo da su iskazane i negativne vrijednosti koje se dobijaju kada se od manjih vrijednosti oduzimaju veće vrijednosti. Statistički značajne razlike su obilježene zvjezdicom. U konkretnom slučaju zvjezdice upozoravaju da postoji značajna razlika u broju fotografija u grupi "komentar" a u odnosu na druge žanrovski definirane grupe.

U koloni **Sig.** obraćamo pažnju na vrijednosti koje su iste ili manje od 0,05, u našem slučaju od 0,01, pošto smo postavili strožiji kriterij. Nalazimo da je vrijednost Sig. za kategoriju komentar jednaka 0,004, što je manje od 0,01.

9.3.5. KORELACIJE

Za dvije varijable se kaže da su u korelaciji ako je u nizu odgovarajućih slučajeva povećanje ili opadanje jedne od njih praćeno povećanjem ili opadanjem druge, bilo u istom smjeru bilo u obrnutom smjeru.⁴⁸ Naprimjer, možemo provjeriti da li su u korelaciji broj riječi u naslovu (dužina naslova) sa brojem riječi u tekstu (dužina teksta). Istraživačko pitanje bi glasilo: Postoji li veza između *dužine naslova i dužine teksta u izvještajima dnevnih novina o prosvjedima građana u Bosni i Hercegovini 7. Februara?*

Neprekidna zavisna varijabla A	Neprekidna zavisna varijabla B
Broj riječi u naslovu	Broj riječi u tekstu

⁴⁸ Koen, M., Nejgel, E. (2006). Uvod u logiku i naučni metod. Beograd: Jasen.

Moguća su tri ishoda:

- **promjena** (srednje vrijednosti) prve varijable **nije praćena promjenom** (srednje vrijednosti) druge varijable,
- **rast** srednje vrijednosti prve varijable prati izvjesni (više ili manje srazmjerni) **pad** srednje vrijednosti druge varijable i
- **rast** srednje vrijednosti prve varijable prati (više ili manje srazmjerni) **rast** srednje vrijednosti druge varijable.

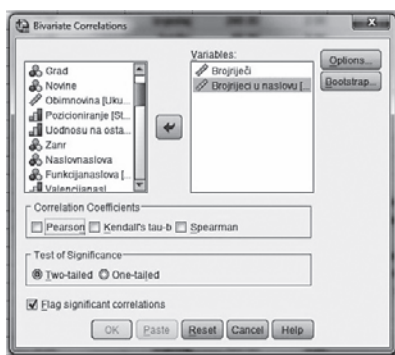
Postoji više mjera korelacije. Sa stajališta metode analize dovoljno je izračunavati Pirsonov (r) i Spirmanov (r_o) koeficijent linearne korelacije. U oba slučaja koeficijenti su oblikovani tako da njihove vrijednosti uvijek leže između $+1$ i -1 , gdje $+1$ pokazuje potpuno pozitivnu, a -1 potpuno negativnu korelaciju. Koeficijent 0 pokazuje do nove korelaciju.

Koeficijent Pirsonove linearne korelacije (r) prikladan je kada se radi o dvije neprekidne intervalne varijable – kada je vrijednost varijable izražena brojem koji označava količinu, odnosno veličinu nečega.

Spirmanov koeficijent (r_o) je prikladan za testiranje korelacija između ordinalnih veličina (numeričkih kodova pozicije na skali ranga – poretka). To bi bio slučaj kada bismo testirali korelaciju između ranga veličine naslovnih slova izvještaja o prosvjedima (na nekoj rang skali ⁴⁹) sa pozicijom (rangom) teksta na stranici objavljivanja.

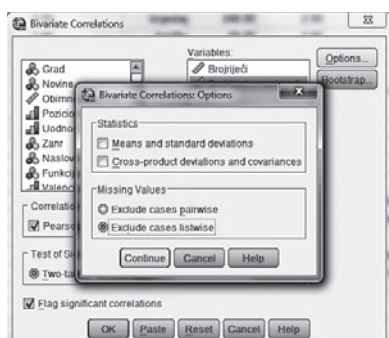
Koeficijent Pirsonove linearne korelacije pod pretpostavkom već postavljenog istraživačkog pitanja dobit ćemo sljedećim postupkom:

- U glavnom izborniku otvaramo opciju **Analyze** a potom **Correlate**, a nakon toga **Bivariate**. Otvara se izbornik u kojem, na već prikazani način, izaberemo dvije nezavisne neprekidne varijable koje ćemo testirati. U našem slučaju to su varijable: *broj riječi u naslovu* i *broj riječi u tekstu*.



⁴⁹ Tu rang (ordinalnu) skalu bismo mogli konstruirati ovako: 1. izrazito sitnija naslovna slova, 2. sitnija naslovna slova u odnosu na ostale naslove, 3. u rang u većine naslova, 4. krupnija nego većina ostalih naslova, 5. dominiraju u odnosu na sve ostale.

- U okviru **Correlation Coefficients** potvrdimo opciju (test) **Pearson** a potom kliknemo na **Options**. Otvara se novi prozor u kome aktiviramo opciju **Exclude cases listwise**, čime iz obrade isključujemo slučajeve (je-dinice analize) u kojima nisu navedeni podaci za varijable koje se testi-raj. Potvrdimo **Continue**.
- To nas vraća u izbornik **Bivariate Correaltions**, u kome sve potvrdimo sa **OK**.



Za rezultat dobijamo sljedeći tabelarni prikaz.

		Broj riječi u tekstu	Broj riječi u naslovu
Broj riječi u tekstu	Pearson Correlation	1	.307**
	Sig. (2-tailed)		.000
Broj riječi u naslovu	Pearson Correlation	.307**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

a. Listwise N=149

Čitamo ga imajući u vidu da veličina koeficijenta korelacije može biti u rasponu između (+1) i (-1).

U našem slučaju $r = 0,307$. Radi se o pozitivnoj korelaciji.

Jačinu veze ćemo utvrditi pomoću Koenovih (Cohen) smjernica za veličinu korelacije.

Jačina korelacije	Pirsonov koeficijent (r)
Mala	0,10-0,29
Srednja	0,30-0,49
Velika	0,50-1,0

Zaključujemo da postoji srednja korelacija između dužine naslova i dužine teksta. Pošto se radi o pozitivnoj korelaciji, možemo reći da su duži tekstovi praćeni dužim naslovima. Naravno, različite (varijanse) dužine tekstova

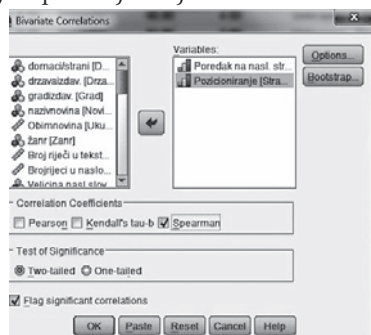
i naslova ne mogu se objasniti samo međusobnom korelacijom. Zbog toga treba izračunati *koeficijent determinacije* koji pokazuje u kojem procentu se ta različitost može objasniti korelacijom. To je relativno jednostavna računarska radnja.

Koeficijent (r) se kvadrira (množi sam sa sobom) a potom množi sa sto ($r^2 \times 100$). Dobijena vrijednost pokazuje postotak zajedničke varijanse (dio promjenljivosti koji im je zajednički). U našem slučaju $(0,307 \times 0,307 \times 100) = 9,42$. To znači da je 9,42 % promjenljivosti (varijansi) varijabli *dužina naslova* i *dužina teksta* zajednička.

9.3.5.1. SPIRMANOV KOEFICIJENT

Spirmanov koeficijent korelacije (r_o) prikladan je za ordinalne ili rangirane podatke.⁵⁰ Pri izračunavanju Spirmanovog koeficijenta ponavlja se istovjetan postupak kao i kod Pirsonovog koeficijenta, s tim što se na drugom koraku u izborniku **Bivariate Correlations** umjesto **Pearson** aktivira opcija **Spearman**.

Naše istraživačko pitanje glasi: Postoji li korelacija između pozicije teksta na stranici objavljivanja i pozicije najave na naslovnoj strani?



Iz tabele koju je generirao SPSS čitamo vrijednost Spirmanovog koeficijenta.

		Poredak na nasl. strani	Pozicioniranje
Spearman's rho	Poredak na nasl. strani	1.000	.333 [*]
		Sig. (2-tailed)	.044
	Pozicioniranje	.333 [*]	1.000
		Sig. (2-tailed)	.044

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

a. Listwise N = 37

U ovom slučaju vrijednost Spirmanovog koeficijenta je +0,333. Prema Koenovim kriterijumima radi se o srednjoj korelaciji. I ovdje ćemo izračunati

⁵⁰ Pallant, J. (2011). SPSS: priručnik za preživljavanje. Beograd: Mikro knjiga.

koeficijent determinacije ($r^2 \times 100$). To je 11,08. Dakle, konstatiramo da se promjenljivost (varijansa) varijabli *poredak teksta na stranici objavljivanja* i *poredak najave teksta na naslovnoj strani* u 11,08% slučajeva može objasniti uzajamnim utjecajem.

9.3.5.2. IZRAČUNAVANJE KORELACIJA IZMEĐU GRUPA VARIJABLI

Veoma često nam se nameće potreba da izračunavamo korelacije između dvije grupe promjenljivih. Naprimjer, hoćemo da vidimo postoji li i kakva je korelacija između grupe promjenljivih, koju čine *dužina teksta* i *dužina naslova*, na jednoj strani, i *broj citata* i *broj citiranih izvora*, na drugoj strani.

Grupa neprekidnih zavisnih varijabli A	Grupa neprekidnih zavisnih varijabli B
- <i>Dužina teksta</i>	- <i>Broj citata</i>
- <i>Dužina naslova</i>	- <i>Broj citiranih izvora</i>

Imamo dvije mogućnosti; prva je da utvrđujemo jednu po jednu korelaciju za sve moguće parove (svaka neprekidna promjenljiva sa svakom neprekidnom promjenljivom), a drugi je da iskoristimo mogućnost koju nam pruža SPSS. Naravno, mi se opredjeljujemo za drugu.

- U glavnom izborniku otvorimo meni **Analyze** a potom opcije **Correlate**, pa **Bivariate**. Kao rezultat ovih izbora otvara nam se, sada već dobro poznati izbornik, u kojem u polje Variables prebacimo prvo jednu (*dužina teksta* i *dužina naslova*) a potom drugu grupu promjenljivih (*broj citata* i *broj citiranih izvora*). Izbor i grupiranje neprekidnih promjenljivih diktiraju hipoteze na kojima se zasniva naše istraživanje i koje treba statistički testirati. Sve potvrdimo klikanjem na opciju Paste.
- Otvara se izbornik **Syntax Editor**. U trećem redu u tekstu **/VARIABLES=Duzinateksta Duzinanaslava with Citati Izvoricitir** napravimo jednu razmaknicu i upisujemo tekst with.



- Označimo (pocrnimo) kompletan tekst (od početka do završetka – uključujući i tačku na kraju) i aktiviramo **zelenu strelicu** ispod opcije **Add-ons**.

Dobijemo tabelarni pregled korelacija ukrštenih neprekidnih promjenljivih.

Correlations			
		Brojcitata	Brojcitiranihizvora
Broj riječi u tekstu	Pearson Correlation	.660**	.585**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	151	151
Brojriječii u naslovu	Pearson Correlation	.327**	.110
	Sig. (2-tailed)	.000	.181
	N	149	149

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Vidimo da se o statistički signifikantnoj korelaciji radi u slučaju varijable *broj riječi u tekstu* i varijabli *broj citata* i *broj citiranih izvora*. Sig.(2-talied) je 0,000, što je manje od 0,01. Signifikantnost je u tabeli označena zvjezdicama. Prema Kohenovim kriterijama koeficijenti $r=0,660$, odnosno $r=0,585$ ukazuju na veliku korelaciju.

Jačina korelacije	Pirsonov koeficijent (r)
Mala	0,10-0,29
Srednja	0,30-049
Velika	0,50-1,0

U prvom slučaju koeficijent determinacije ($r^2 \times 100$) je 43,56. U drugom slučaju je 34,22.

Korelacija varijabli *broj riječi u naslovu* i *broj citata* je statistički značajna /Sig.(2-talied) je 0,000/, a *broj riječi u naslovu* i *broj citiranih izvora* nije statistički značajna /Sig.(2-talied) je 0,181/.

Korelacija varijabli *broj riječi u naslovu* i *broj citata* prema Kohenovim kriterijumima ima srednju jačinu ($r= 0,327$), a koeficijent determinacije ($r^2 \times 100$) je 10,69.

9.3.5.3. KOMPARACIJA KOEFICIJENATA KORELACIJA VARIJABLI U RAZLIČITIM PODUZORCIMA

Podimo od pretpostavke da želimo utvrditi *razlikuju li se značajno korelacije dvije varijable* u dva poduzorka. Dakle, uvjet za ovaj statistički postupak je da se komparacija vrši za dva podskupa.

	Varijabla A	Varijabla B
Poduzorak 1		
Poduzorak 2		

Naprimjer; interesuje nas da li postoji statistički značajna razlika korelacija između varijabli *broj citata* i *broj citiranih izvora* u tekstovima sa jednostranim

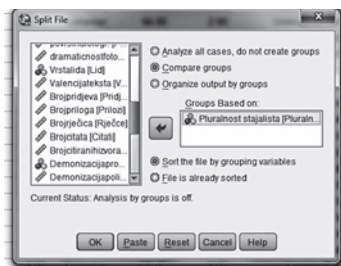
odnosno obostranim prikazima događaja u slučaju izvještavanja o građanskim prosvjedima u Bosni i Hercegovini 7. februara 2014. godine.

Pluralnost	Broj citata	Broj citiranih izvora
Jedna strana		
Obje strane		

Postupak je sljedeći:

U glavnom meniju otvaramo izbornik **Data** a u njemu opciju **Split File**.

Otvara se izbornik u kojem prvo aktiviramo opciju **Compare Groups** a nakon toga prebacimo iz lijevog u desni okvir (u polje **Groups based on**) varijablu *pluralnost stajališta*. Dakle, to mora biti kategorička dihotomna varijabla. Sve potvrdimo sa **OK**.



Tako smo uzorak podijelili na dva dijela – jedan dio čine jedinice analize u kojima su jednostrani, a drugi dio jedinice sa obostranim prikazima prosvjeda. Već prezentiranim postupkom u nastavku izračunavamo korelaciju. U našem slučaju, rekli smo, interesuju nas korelacije između varijabli broja citata i *broj citiranih izvora* u grupama jednostranih, odnosno obostranih prikaza.⁵¹

Za rezultat smo dobili sljedeću tabelu:

Correlations				
Pluralnost stajališta			Brojcitata	Brojcitiranihizvora
1,00 Obojstrane	Brojcitata	Pearson Correlation	1	.915**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	34	34
	Brojcitiranihizvora	Pearson Correlation	.915**	1
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	34	34
2,00 Jednostrano	Brojcitata	Pearson Correlation	1	.765**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	117	117
	Brojcitiranihizvora	Pearson Correlation	.765**	1
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	117	117

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

⁵¹ Nakon dobijanja tabele Correlations, obavezno isključite opciju Split File. Vratite se u izbornik **Data**, otvorite opciju **Split File** i aktivirajte opciju **Analyze all cases, do not create groups**.

Prvo ćemo provjeriti vrijednosti Sig.(2-tailed), koje bi trebalo da budu jednake ili manje od 0,01. Taj uvjet imamo ispunjen u svim slučajevima.

U grupi obostranih prikaza vrijednost Pirsonovog koeficijenta za varijable *broj citata* i *broj citiranih izvora* $r^1 = 0,915$. Iz perspektive Kohenovih kriterija radi se o velikoj jačini korelacije (skoro potpunoj). Koeficijent determinacije je 83,72.

U grupi jednostranih prikaza vrijednost Pirsonovog koeficijenta za varijable *broj citata* i *broj citiranih izvora* $r^2 = 0,765$. I u ovom slučaju radi se o velikoj jačini korelacije. Koeficijent determinacije je 58,52.

Komparacija koeficijenata determinacije navodi nas na zaključak da postoji razlika u jačini korelacije između broja citata i broja citiranih izvora u grupama obostranih, odnosno jednostranih prikaza. Međutim, još uvijek nije jasno da li je ta razlika statistički značajna ili je slučajna.

Precizan odgovor dobijamo tako što ćemo dobijene Pirsonove koeficijente (r^1 i r^2) prvo, na osnovu tablice za transformaciju r u z , pretvoriti u vrijednosti z^1 i z^2 a potom dobijene vrijednosti uvrstiti u obrazac za izračunavanje opažene vrijednosti z – koju označavamo sa Z_{ops} .

r	z _r	r	z _r	r	z _r	r	z _r	r	z _r
,000	,000	,200	,203	,400	,424	,600	,693	,800	1,099
,005	,005	,205	,208	,405	,430	,605	,701	,805	1,113
,010	,010	,210	,213	,410	,436	,610	,709	,810	1,127
,015	,015	,215	,218	,415	,442	,615	,717	,815	1,142
,020	,020	,220	,224	,420	,448	,620	,725	,820	1,157
,025	,025	,225	,229	,425	,454	,625	,733	,825	1,172
,030	,030	,230	,234	,430	,460	,630	,741	,830	1,188
,035	,035	,235	,239	,435	,466	,635	,750	,835	1,204
,040	,040	,240	,245	,440	,472	,640	,758	,840	1,221
,045	,045	,245	,250	,445	,477	,645	,767	,845	1,238
,050	,050	,250	,255	,450	,485	,650	,775	,850	1,256
,055	,055	,255	,261	,455	,491	,655	,784	,855	1,274
,060	,060	,260	,266	,460	,497	,660	,793	,860	1,293
,065	,065	,265	,271	,465	,504	,665	,802	,865	1,313
,070	,070	,270	,277	,470	,510	,670	,811	,870	1,333
,075	,075	,275	,282	,475	,517	,675	,820	,875	1,354
,080	,080	,280	,288	,480	,523	,680	,829	,880	1,376
,085	,085	,285	,293	,485	,530	,685	,838	,885	1,398
,090	,090	,290	,299	,490	,536	,690	,848	,890	1,422
,095	,095	,295	,304	,495	,543	,695	,858	,895	1,447
,100	,100	,300	,310	,500	,549	,700	,867	,900	1,472
,105	,105	,305	,315	,505	,556	,705	,877	,905	1,499
,110	,110	,310	,321	,510	,563	,710	,887	,910	1,528
,115	,116	,315	,326	,515	,570	,715	,897	,915	1,557
,120	,121	,320	,332	,520	,576	,720	,908	,920	1,589
,125	,126	,325	,337	,525	,583	,725	,918	,925	1,623
,130	,131	,330	,343	,530	,590	,730	,929	,930	1,658
,135	,136	,335	,348	,535	,597	,735	,940	,935	1,697
,140	,141	,340	,354	,540	,604	,740	,950	,940	1,738
,145	,146	,345	,360	,545	,611	,745	,962	,945	1,783
,150	,151	,350	,365	,550	,618	,750	,973	,950	1,832
,155	,156	,355	,371	,555	,626	,755	,984	,955	1,886
,160	,161	,360	,377	,560	,633	,760	,996	,960	1,946
,165	,167	,365	,383	,565	,640	,765	1,008	,965	2,014
,170	,172	,370	,388	,570	,648	,770	1,020	,970	2,092
,175	,177	,375	,394	,575	,655	,775	1,033	,975	2,185
,180	,182	,380	,400	,580	,662	,780	1,045	,980	2,298
,185	,187	,385	,406	,585	,670	,785	1,058	,985	2,443
,190	,192	,390	,412	,590	,678	,790	1,071	,990	2,647
,195	,198	,395	,418	,595	,685	,795	1,085	,995	2,994

Izvor: Edwards A.L. (1967) Statistical methods (2and edition) Holt Rinehart & Winston

Tablica transformacije r u z

Dobili smo sljedeće vrijednosti.

r_1	z_1	r_2	z_2
0,915	1,557	0,765	1,008

U drugom koraku te vrijednosti uvrštavamo u obrazac za izračunavanje Z_{ops} .

$$Z_{ops} = \frac{z_1 - z_2}{\sqrt{\frac{1}{N_1 - 3} + \frac{1}{N_2 - 3}}} ; Z_{ops} = \frac{1,557 - 1,008}{\sqrt{\frac{1}{34 - 3} + \frac{1}{117 - 3}}} ; Z_{ops} = 3,658$$

N_1 i N_2 su vrijednosti za brojeve slučajeva u svakoj grupi.

$N_1 = 34$

$N_2 = 117$

Tumačenje dobijenog rezultata zasnovat ćemo na pravilu po kome: ako je Z_{ops} u rasponu između $-1,96$ i $+1,96$ tada ne postoji statistički značajna razlika između kompariranih koeficijenata korelacije.

U našem slučaju $Z_{ops} = 3,658$ veći je od $+1,96$. Prema tome zaključujemo da postoji *statistički značajna razlika u jačini korelacije između broja citata i broja citiranih izvora u jednostanim odnosno obostranim prikazima građanskih prosvjeda u BiH u analiziranim dnevnim novinama*, odnosno ta razlika nije slučajna.

10. PITANJA S MOGUĆNOŠĆU VIŠE ODGOVORA

Nerijetko u istraživanjima postavljamo pitanje s mogućnošću odabira više odgovora. Naprimjer, u našem istraživanju izvještavanja o građanskim prosvjedima u BiH postavili smo pitanje: *Na koje izvore informacija se poziva novinar u izvještaju?*

Ponudili smo širok spektar mogućih odgovora uz napomenu koderu da treba evidentirati sve izvore na koje se novinar pozvao u jedinici analize (tekstu).

Ovako dizajnirano pitanje podrazumijeva da se radi o kategoričkoj varijabli, odnosno da se samo evidentira prisustvo određenog obilježja, ali ne i količina tog prisustva. Dakle, pri kodiranju se zaokružuju kodne oznake svih pronađenih obilježja (izvora) u posmatranoj jedinici analize, pri čemu nije bitno što se neka pojavljuju samo jednom, a druga više puta.

Pri dizajniranju matrice za unos podataka (baze u SPSS-u) svaku ćemo ponudenu opciju odgovora tretirati kao zasebnu varijablu. Možemo ih imen-

ovati tako što ćemo imenu varijable dodati kodni broj obilježja (npr. Izvori 1) a u koloni *Label* dati opširniju informaciju (*Izvori-prosvjednici*). Varijablu ćemo definirati kao dihotomnu sa izborom 1. Da; 2. Ne.

Međutim, istu ovu varijablu možemo kreirati kao neprekidnu (kontinualnu), koja podrazumijeva mjerenje količine zastupljenosti pojedinih obilježja. U tom slučaju varijabla implicira pitanje: *Koliko puta se novinar poziva na svaki od navedenih izvora u konkretnoj jedinici analize sadržaja?*

U. Izvori

1. Prosvjednici _____
2. Političari _____
3. Službene osobe _____
4. PR _____
5. Vjerski službenici _____
6. Neslužbeni izvor _____
7. Analitičari _____
8. On line izvori _____
9. Drugi mediji _____
10. Međunarodni subjekti _____
11. Drugi _____

Ovako postavljeno pitanje odrazit će se na dizajn kodnog lista. Pored svakog ponuđenog odgovora ostavljeno je mjesto za unos broja pojavljivanja u jedinici analize. Kao i u slučaju kategoričkih varijabli u matrici za unos podataka kreirat će se onoliko varijabli koliko je predviđenih mogućnosti odgovora i imenovati ih u koloni Name.

10.1. POSTUPAK SA KATEGORIČKOM VARIJABLOM

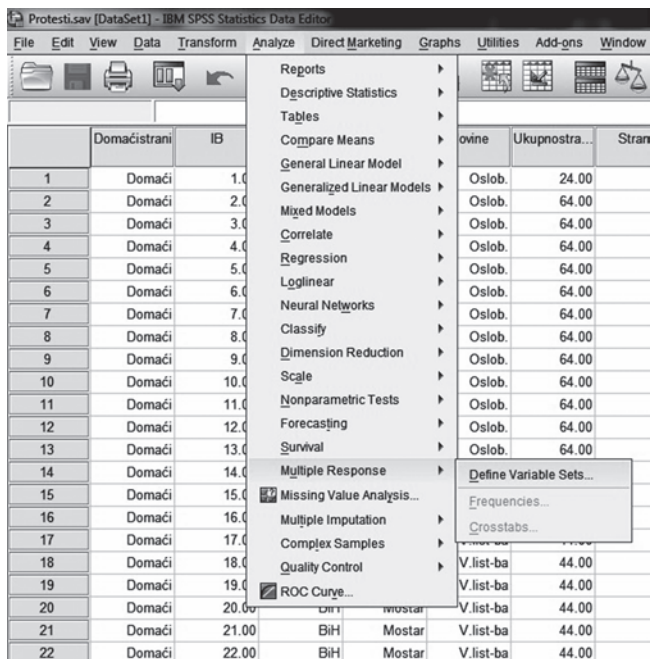
Prvo ćemo prikazati postupak sa kategoričkom varijablom. Uzet ćemo za primjer već prikazanu kategoričku varijablu Izvori.

U. Izvori

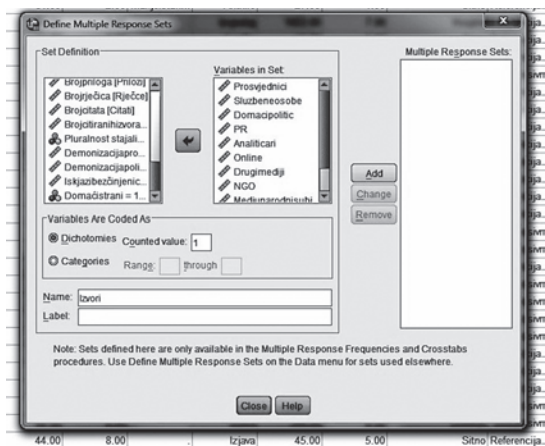
1. *Prosvjednici*
2. *Političari*
3. *Službene osobe*
4. *PR*
5. *Vjerski službenici*
6. *Neslužbeni izvori*
7. *Analitičari*
8. *Online izvori*

9. Drugi mediji
10. Međunarodni subjekti
11. Drugi.....

Idemo u meni **Analyze** i spuštamo se do opcije **Multiple Response** i otvaramo podopciju **Define Variable Sets...**



Otvora se prozor u kome iz lijevog okvira *Set Definition* prebacujemo u desni okvir *Variables in Set* varijable (obilježja) koje se odnose na moguće višestruke odgovore.

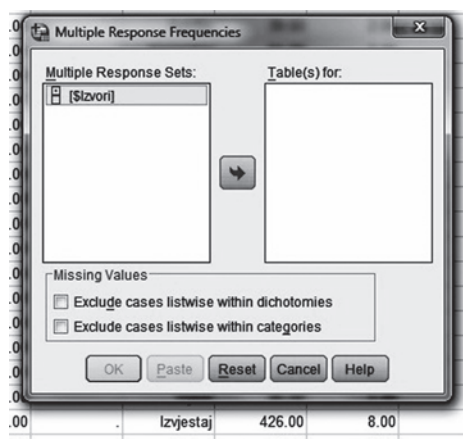


Podsjećamo da smo, pošto se radilo o varijabli s višestrukim odgovorima definiranoj kao kategorička, jedinicom kodirali prisustvo pojedinačnih obilježja bez obzira na redni broj koji su imali u pitanju. Prema tome, u ćeliju **Counted Value** upisujemo broj 1. U Rubrici **Name** upisujemo ime nove (sintetizovane) varijable, u našem slučaju to je *Izvori*. Tada će se otvoriti pristup opciji **Add**, na koju kliknemo i u okviru **Multiple Response Sets**: kreirat će se naziv nove varijable kao u rubrici **Name** s tim što će dobiti \$ kao predznak (\$*Izvori*).

Da bismo nastavili obradu, kliknemo na opciju **Close** i vraćamo se u glavni izbornik naše baze podataka.

Ponovo otvaramo meni **Analyze** i podmeni **Multiple Response**. Sada nam se omogućava pristup opcijama **Frequencies** i **Crosstabs**.

Prvo ćemo aktivirati opciju **Frequencies**. Otvara se novi prozor kao na slici.



Iz okvira **Multiple Response Sets**: prenosimo sintetiziranu varijablu u okvir **Table(s) for:**. Otvara nam se mogućnost pristupa opciji **OK**. Kada kliknemo na **OK**, kreirat će se tabela u kojoj će biti prikazan broj pojavljivanja svih obilježja u uzorku.

U našem slučaju to je izgledalo ovako:

Case Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$Izvori ^a	94	62.3%	57	37.7%	151	100.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Iz tabele Case Summary vidi se da su u statističku obradu uključene sve jedinice analize (151), a da su u 94 jedinice (62,3 %) detektovana obilježja

posmatrane varijable (neki od izvora informacija), odnosno da u 57 jedinica analize (37,7 %) ta obilježja nisu detektirana (u tekstu nije bilo pozivanja na izvor informacije).

U narednoj tabeli (\$izvori Frequencies) prikazana je frekvencija pojedinih obilježja (vrste izvora informacija).

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
\$izvori ^a	Prosvjednici	14	12.0%	14.9%
	Službeni izvori	10	8.5%	10.6%
	Domaci dužnosnici	34	29.1%	36.2%
	Odnosi s javnostima	20	17.1%	21.3%
	Analitičari	5	4.3%	5.3%
	On-line izvori	1	.9%	1.1%
	Drugi mediji	8	6.8%	8.5%
	NGO/sindikati	10	8.5%	10.6%
	Međunarodni subjekti	11	9.4%	11.7%
	Neslužbeni izvori	2	1.7%	2.1%
	Vjerski službenici	2	1.7%	2.1%
Total		117	100.0%	124.5%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

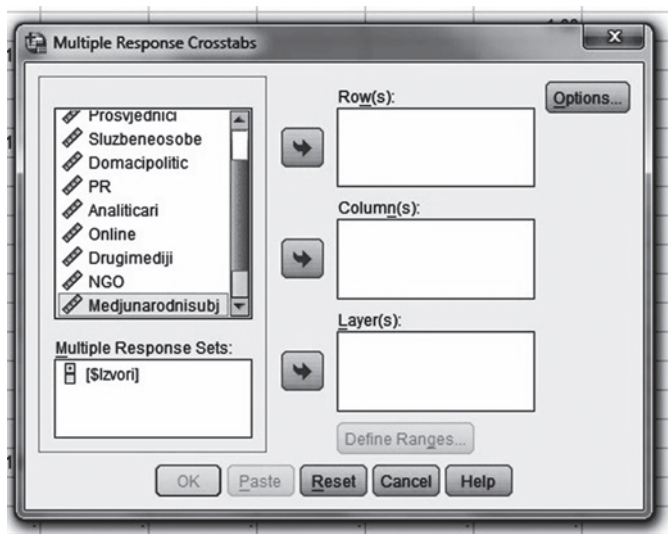
Vidimo da su se novinari u najvećem broju slučajeva pri izvještavanju o građanskim prosvjedima oslanjali na domaće dužnosnike kao izvore informacija (29,1%), slijede odnosi s javnostima (17,1%) a potom prosvjednici (12,0%) i međunarodni subjekti (9,4%).

Međutim, pošto naš uzorak obuhvata domaće (BiH) i strane (Hrvatska, Srbija) novine, logično je da se zapitamo postoji li razlika između ove dvije grupe novina u korištenju pojedinih izvora informacija? Pitanje se moglo odnositi i na postojanje razlike u oslanjanju na pojedine vrste izvora informacija, po bilo kojoj drugoj kategoriji kako nezavisne tako i zavisne varijable. Kazano na općijem nivou, interesuje nas *da li postoje razlike u strukturi varijable sa višestrukim elementima (zasnovanoj na pitanju sa mogućnošću višestrukih odgovora) u različitim poduzorcima zasnovanim na pojedinim kategorijama nezavisne, odnosno zavisne varijable.*

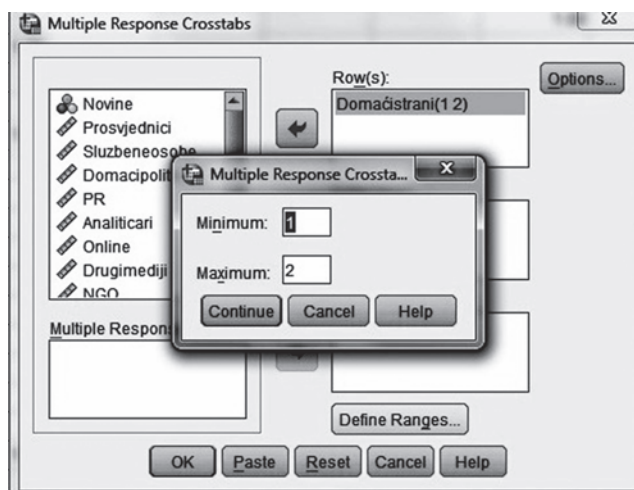
U meniju **Analyze** aktiviramo podmeni **Multiple Response** a nakon toga **Define Variable Sets** unutar kojeg opciju **Crosstabs**. Otvara se prozor kao na slici.

U okvir **Row(s)**: prenosimo sintetiziranu varijablu (*\$ Izvori*) a u okvir **Column(s)**: nezavisnu varijablu s kojom ćemo varijablu *\$izvori* ukrštati.⁵² U na-

⁵² Iz praktičnih razloga (radi smještanja u izvještaj tabele koja će se dobiti) dobro je u Column(s): locirati varijablu s manje obilježja.

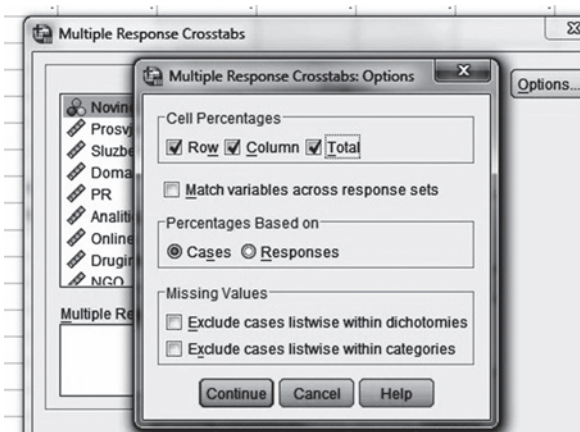


šem slučaju to je varijabla *domaće / strane*. Nakon prebacivanja varijable u okvir **Row(s):** otvori se pristup opciji **Define Ranges**. Klikanjem na ovu opciju otvara se okvir **Multiple Response Crosstabs**.



U ćeliju **Minimum** unosimo kod jedan (1), kao najniža vrijednost koda kojom je predstavljena nezavisna varijabla *domaće / strane*. U ćeliju **Maximum** unosimo (2) najvišu vrijednost koda kojom je predstavljena nezavisna varijabla. U našem slučaju radi se o dihotomnoj varijabli sa dvije mogućnosti: 1. domaće i 2. strane. Da smo se opredijelili za ukrštanje varijable *\$izvori* sa varijablom *novine* u ćeliju **Minimum** unijeli bismo kodnu oznaku 1, a u ćeliju **Maximum** kodnu oznaku 10 (pošto su obilježja ove varijable u rasponu od 1 do 10).

Nakon unosa kodova idemo na opciju **Options**. Otvara se okvir unutar kojeg ćemo aktivirati sljedeći okvir u kojem ćemo označiti u rubrici **Cell Percentages** sve tri ćelije.



Nakon toga kliknemo na **Continue**, što nas vraća na prethodni prozor u kojem kliknemo na **OK**, što će sve na kraju rezultirati preglednom uporednom tabelom izvora informacija u domaćim i stranim novinama (\$izvori* Domaće strane Crosstabulation). Iz ove tabele možemo zaključiti da postoji razlika u mjeri u kojoj su se domaće novine oslanjale na prosvjednike, domaće političare i odnose s javnostima kao izvore informacija.

U tabeli uočavamo različito učešće pojedinih vrsta izvora informacija u izvještajima domaćih i stranih novina. Tako su se strane novine oslanjale na prosvjednike kao izvore informacija u 26,7 odsto slučajeva, a domaće u 12,7% slučajeva. Strane novine su se oslanjale na međunarodne subjekte u 26,7% slučajeva, a domać u 8,9%.

Posebnu pažnju treba obratiti na slučajeve u kojima se pojavljuje vrijednost nula. Uključivanje takvih slučajeva u statističku obradu je besmisleno.

Šizvori* Domaćestrane Crosstabulation

			domaci/strani		Total
			Domaći	Strani	
Šizvori ^a	Prosvjednici	Count	10	4	14
		% within Šizvori	71.4%	28.6%	
		% within Domaćestrane	12.7%	26.7%	
		% of Total	10.6%	4.3%	14.9%
	Službeni izvori	Count	8	2	10
		% within Šizvori	80.0%	20.0%	
		% within Domaćestrane	10.1%	13.3%	
		% of Total	8.5%	2.1%	10.6%
	Domaći dužnosnici	Count	27	7	34
		% within Šizvori	79.4%	20.6%	
		% within Domaćestrane	34.2%	46.7%	
		% of Total	28.7%	7.4%	36.2%
	Odnosi s javnostima	Count	16	4	20
		% within Šizvori	80.0%	20.0%	
		% within Domaćestrane	20.3%	26.7%	
		% of Total	17.0%	4.3%	21.3%
	Analitičari	Count	5	0	5
		% within Šizvori	100.0%	.0%	
		% within Domaćestrane	6.3%	.0%	
		% of Total	5.3%	.0%	5.3%
	On-line izvori	Count	1	0	1
		% within Šizvori	100.0%	.0%	
		% within Domaćestrane	1.3%	.0%	
		% of Total	1.1%	.0%	1.1%
	Drugi mediji	Count	8	0	8
		% within Šizvori	100.0%	.0%	
		% within Domaćestrane	10.1%	.0%	
		% of Total	8.5%	.0%	8.5%
	NGO/sindikati	Count	10	0	10
		% within Šizvori	100.0%	.0%	
		% within Domaćestrane	12.7%	.0%	
		% of Total	10.6%	.0%	10.6%
	Međunarodni subjekti	Count	7	4	11
		% within Šizvori	63.6%	36.4%	
		% within Domaćestrane	8.9%	26.7%	
		% of Total	7.4%	4.3%	11.7%
	Neslužbeni izvori	Count	1	1	2
		% within Šizvori	50.0%	50.0%	
		% within Domaćestrane	1.3%	6.7%	
		% of Total	1.1%	1.1%	2.1%
	Vjerski službenici	Count	2	0	2
		% within Šizvori	100.0%	.0%	
		% within Domaćestrane	2.5%	.0%	
		% of Total	2.1%	.0%	2.1%
Total	Count	79	15	94	
	% of Total	84.0%	16.0%	100.0%	

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Na isti način možemo uporediti i ostale izvore informacija. Analizu će nam olakšati grafikoni koje možemo generirati u Microsoft Excelu.

Biramo vrstu grafikona na kojoj će ta razlika biti vidljivija. Čini nam se veoma preglednim grafikon paukove mreže.



Na oba grafikona uočavamo da su se domaće i strane novine u različitoj, odnosno podjednakoj mjeri oslanjale na neke izvore informacija.

10.2. POSTUPAK S NEPREKIDNOM VARIJABLOM

Kada su varijable sa višestrukim elementima (pitanja sa višestrukim odgovorima) sa neprekidnim vrijednostima, postupak je nešto drugačiji.

Podsjećamo, naše pitanje je bilo dizajnirano ovako: *Koliko puta se novinar poziva na svaki od navedenih izvora u konkretnoj jedinici analize sadržaja?*

U. Izvori

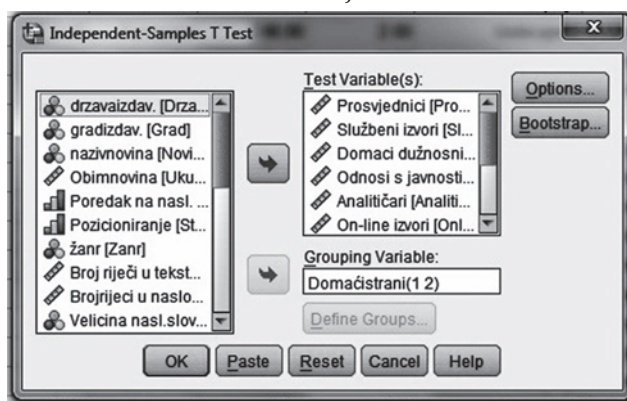
1. Prosvjednici _____
2. Političari _____
3. Službene osobe _____
4. PR _____
5. Vjerski službenici _____
6. Neslužbeni izvori _____
7. Analitičari _____
8. On line izvori _____
9. Drugi mediji _____
10. Međunarodni subjekti _____
11. Drugi _____

Na crti naspram navedenog obilježja pri kodiranju je upisivan broj pojavljivanja pojedinih izvora informacija u jedinici analize sadržaja.

Imamo dvije mogućnosti za statističko testiranje ovakve varijable. Prva je da je podvrgnemo T-testu nezavisnih uzoraka.

10.2.1. T-TESTOVI NEZAVISNIH UZORAKA

Primjenjujemo već prikazanu proceduru za T –test. Ovaj put ćemo u opciji **Independent-Samples T Test** u okvir **Test Variable(s)** odmah prenijeti sve varijable koje se odnose na izvore informacija.



Kao rezultat dovršene procedure dobit ćemo tabele.

Group Statistics					
	domaci/strani	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Prosvjednici	Domaci	22	2.0455	1.29016	.27506
	Strani	11	2.9091	1.64040	.49460
Službeni izvori	Domaci	8	1.0000	.00000 ^a	.00000
	Strani	2	1.0000	.00000 ^a	.00000
Domaci dužnosnici	Domaci	38	1.7368	1.30869	.21230
	Strani	9	1.5556	1.13039	.37680
Odnosi s javnostima	Domaci	17	1.1765	.72761	.17647
	Strani	5	1.2000	.44721	.20000
Analitičari	Domaci	7	1.2857	.48795	.18443
	Strani	2	2.0000	.00000	.00000
On-line izvori	Domaci	1	1.0000	.	.
	Strani	0 ^b	.	.	.
Drugi mediji	Domaci	9	1.3333	1.00000	.33333
	Strani	3	2.3333	.57735	.33333
NGO/sindikati	Domaci	10	1.0000	.00000	.00000
	Strani	1	3.0000	.	.
Međunarodni subjekti	Domaci	14	1.7857	1.05090	.28087
	Strani	5	1.2000	.44721	.20000
Neslužbeni izvori	Domaci	1	1.0000	.	.
	Strani	1	1.0000	.	.
Vjerski službenici	Domaci	2	1.0000	.00000	.00000
	Strani	0 ^b	.	.	.

a. t cannot be computed because the standard deviations of both groups are 0.

b. t cannot be computed because at least one of the groups is empty.

U tabeli Group Statistics možemo komparirati srednje vrijednosti za svaki pojedinačni izvor po grupama (domaće/strane novine). Uočiti ćemo razlike, ali još uvijek ne možemo zaključiti da li su statistički značajne. Odgovor na to pitanje ćemo dobiti u tabeli Independent Samples Test. Sve slučajeve sa $N=0$ isključujemo iz T-testa.

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
										95% Confidence Interval of the Difference
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Prosvjednici	Equal variances assumed	1.967	.171	-	31	.108	-.86364	.52166	-1.92757	.20029
	Equal variances not assumed			1.656	16.395	.146	-.86364	.56594	-2.06103	.33375
Domaći dužnosnici	Equal variances assumed	.435	.513	.382	45	.704	.18129	.47407	-.77354	1.13611
	Equal variances not assumed			.419	13.589	.682	.18129	.43249	-.74894	1.11152
Odnosi s javnostima	Equal variances assumed	.002	.968	-.068	20	.947	-.02353	.34637	-.74604	.69899
	Equal variances not assumed			-.088	10.988	.931	-.02353	.26672	-.61066	.56361
Analitičari	Equal variances assumed	6.914	.034	-	7	.089	-.71429	.36221	-1.57077	.14220
	Equal variances not assumed			1.972	6.000	.008	-.71429	.18443	-1.16556	-.26301
Drugi mediji	Equal variances assumed	.101	.758	-	10	.138	-1.00000	.62063	-2.38286	.38286
	Equal variances not assumed			1.611	6.400	.075	-1.00000	.47140	-2.13623	.13623
NGO/sindikati	Equal variances assumed	-	-	-	9	-	-2.00000	.00000	-2.00000	-2.00000
	Equal variances not assumed			-	-	-	-2.00000	-	-	-
Međunarodni subjekti	Equal variances assumed	2.263	.151	1.191	17	.250	.58571	.49194	-.45219	1.62362
	Equal variances not assumed			1.699	16.085	.109	.58571	.34480	-.14491	1.31634
Neslužbeni izvori	Equal variances assumed	-	-	-	0	-	.00000	-	-	-
	Equal variances not assumed			-	-	-	.00000	-	-	-

Kada primijenimo pravila za tumačenje vrijednosti Sig u koloni *Levene's Test for Equality of Variances* i vrijednosti Sig. (2-tailed) u rubrici *t-test for Equality of Means*, naći ćemo da ni u jednom slučaju **nemamo statistički značajnu razliku** varijable izvori informacija u grupama domaće/strane novine⁵³. U slučaju da smo utvrdili statistički značajne razlike, primijenili bismo procedure procjene značajnosti razlika između grupa, odnosno izračunavanja veličine utjecaja. U izvještaju ćemo iz tabelarnog prikaza isključiti slučajeve u kojima nisu iskazane vrijednosti za "t".

⁵³ Podsjećamo, kada je Sig.(2-tailed) jednak ili manji od 0,05, odnosno 0,01 (kada je zadat strožiji kriterij), tada postoji značajna razlika između srednjih vrijednosti zavisne promjenljive u svakoj od dvije grupe.

10.2.2. IZRAČUNAVANJE HI-KVADRATA ZA SINTETIZIRANU VARIJABLU

Druga mogućnost je da podvrgnemo hi-kvadrat testu sintetiziranu varijablu (u okviru pitanja s višestrukim odgovorom) i neku dihotomnu kategoričku varijablu. U našem slučaju to će biti varijabla *\$izvori* i varijabla *pluralnost stajališta*.

Postupak je sljedeći.

Idemo u meni **Analyze**, potom u podmeni **Multiple Response**. Otvaramo opciju **Define Variable Sets**. Dobijemo već poznati prozor u kome, na već opisani način, u okvir *Variables in Set* prebacimo varijable koje će činiti novu sintetiziranu varijablu. Damo joj ime, a potom aktiviramo opciju **categories**. Otvori nam se mogućnost korištenja ćelija **Range** i **Trough**. U ćeliju **Range** upisujemo najnižu, a u ćeliju **Trough** najvišu vrijednost varijabli (obilježja) uključenih u sintetiziranu varijablu. U našem slučaju to su bili 1 i 5, to znači da se broj pojavljivanja pojedinih izvora u istom tekstu (jedinici analize) kre-
tao u rasponu od 1 do 5 puta.⁵⁴

Kliknuvši na **Add** završili smo postupak generiranja sintetizirane varijable koja u okviru **Multiple Response Sets** dobija uz ime predznak \$.

Kliknemo na **Close** i ponovo se vratimo u izbornik **Analyze** i idemo u podmeni **Multiple Response**. Sada nam se u opciji **Define Variable Sets** otvara mogućnost pristupa izbornicima *Frequencies* i *Crosstabs*. Prvo aktiviramo *Frequencies*.

Otvora nam se prozor *Multiple Response Frequencies*. Na već poznati način prebacujemo iz lijevog okvira sintetiziranu varijablu, u našem slučaju (*\$izvori*) u desni okvir i potvrdimo sa **OK**.

Rezultat su dvije tabele.

Case Summary							
Pluralnost stajališta		Cases					
		Valid		Missing		Total	
		N	Percent	N	Percent	N	Percent
1,00 Objestrane	\$izvori ^a	25	73.5%	9	26.5%	34	100.0%
2,00 Jednostrano	\$izvori ^a	97	82.9%	20	17.1%	117	100.0%

a. Group

U prvoj je ponovo prikazan uzorak. Iz nje vidimo da je u testiranje uključeno 117 jedinica analize, od ukupno 151, koliko je činilo uzorak, odnosno da je 117 jedinica svrstano u jednu od dvije grupe definirane kategorijama dihotomne kategoričke varijable „pluralnost“.

⁵⁴ Taj podatak smo dobili frekvencijskom analizom (Analyze → Descriptive → Statistics → Frequencies).

Šizvori Frequencies				
Pluralnost stajalista		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
1,00 Objestrane	1.00	32	57.1%	128.0%
	2.00	10	17.9%	40.0%
	Šizvori ^a 3.00	3	5.4%	12.0%
	4.00	8	14.3%	32.0%
	5.00	3	5.4%	12.0%
	Total	56	100.0%	224.0%
2,00 Jednostrano	1.00	85	75.9%	87.6%
	2.00	12	10.7%	12.4%
	Šizvori ^a 3.00	6	5.4%	6.2%
	4.00	6	5.4%	6.2%
	5.00	3	2.7%	3.1%
	Total	112	100.0%	115.5%

a. Group

U drugoj tabeli prikazane su frekvencije prisustva pojedinih obilježja varijable \$izvori u grupama jedinica analize definirane kategorijama „obje strane“ i „jednostrano“ varijable pluralnost.

Sada ćemo se vratiti u u izbornik **Analyze → Multiple Response → Define Variable Sets → Crosstabs**.

U prozoru **Multiple Response Crosstabs** u lijevom okviru je popis svih varijabli. Ispod njega u okviru **Multiple Response Sets**: je naša sintetizirana varijabla.

U okvir **Column(s)**: ćemo prenijeti kategoričku varijablu. U našem slučaju *pluralnost*. U okvir **Row(s)**: ćemo prenijeti našu sintetiziranu varijablu (*\$izvori*). Klikom na **Row(s)**: će se omogućiti pristup opciji **Define Ranges**. Nakon što je označimo, otvorit će se izbornik sa dvije ćelije. U prvoj (**Minimum**) upisujemo najmanji (u našem slučaju broj 1), a u drugoj (Maximum) najveći broj kojim su kodirana obilježja varijable smještene u **Row(s)**.

U našem slučaju to je broj 2. Nakon unosa podataka u ove dvije ćelije, označimo **Continue**.

Aktiviramo u istom prozoru **Options**. Otvara nam se podizbornik **Frequencies Crosstabs**. Označimo ćelije **Cell**, **Column** i **Total** (sve tri ponuđene) i sve potvrdimo sa **Continue**. To će nas vratiti u prethodni prozor u kome kliknemo na **OK**.

Rezultat je pregledna tabela u kojoj je prikazana učestalost pojavljivanja pojedinačnih izvora u dva podskupa (obje strane i jednostrano) varijable *pluralnost*.

Šizvori*Pluralnost Crosstabulation					
Pluralnost stajalista			Pluralnost stajalista		Total
			1,00 Objestrane	2,00 Jednostrano	
1,00 Objestrane		Count	32		32
		% within Šizvori	100.0%		
		% within Pluralnost	128.0%		
		% of Total	128.0%		128.0%
		Count	10		10
		% within Šizvori	100.0%		
	2.00	% within Pluralnost	40.0%		
		% of Total	40.0%		40.0%
		Count	3		3
	3.00	% within Šizvori	100.0%		
		% within Pluralnost	12.0%		
		% of Total	12.0%		12.0%
	4.00	Count	8		8
		% within Šizvori	100.0%		
		% within Pluralnost	32.0%		
		% of Total	32.0%		32.0%
	5.00	Count	3		3
		% within Šizvori	100.0%		
		% within Pluralnost	12.0%		
		% of Total	12.0%		12.0%
	Total	Count	25		25
		% of Total	100.0%		100.0%
2,00 Jednostrano		Count		85	85
		% within Šizvori		100.0%	
		% within Pluralnost		87.6%	
		% of Total		87.6%	87.6%
		Count		12	12
		% within Šizvori		100.0%	
	2.00	% within Pluralnost		12.4%	
		% of Total		12.4%	12.4%
		Count		6	6
	3.00	% within Šizvori		100.0%	
		% within Pluralnost		6.2%	
		% of Total		6.2%	6.2%
	4.00	Count		6	6
		% within Šizvori		100.0%	
		% within Pluralnost		6.2%	
		% of Total		6.2%	6.2%
	5.00	Count		3	3
		% within Šizvori		100.0%	
		% within Pluralnost		3.1%	
		% of Total		3.1%	3.1%
	Total	Count		97	97
		% of Total		100.0%	100.0%

Percentages and totals are based on respondents.

a. Group

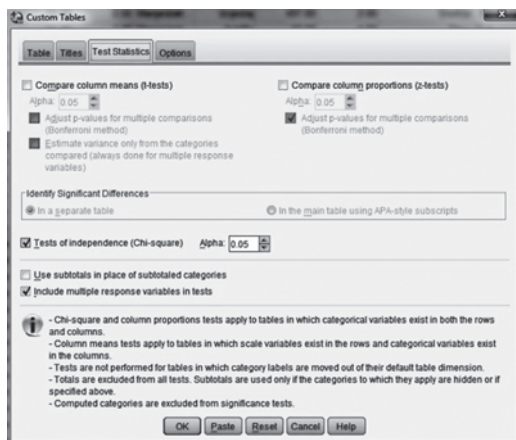
Iz tabele vidimo da postoje evidentne razlike u frekventnosti korištenja izvora informacija u grupama definiranim kategorijama varijable *pluralnost*. Preostaje nam da to konstatiramo i opišemo. Nekada nam je to dovoljno, međutim, najčešće je potrebno provjeriti da li su razlike koje smo uočili i statistički značajne. Za usporedbu struktura poduzoraka, kao što smo već rekli, služe Hi-kvadrat (χ^2) testovi.

Primjenjujemo sljedeću proceduru:

U glavnom izborniku idemo na opciju **Analyze**, a potom na izbornik **Tables**. Otvara se izbornik sa dvije ponuđene opcije: **Custom Tables...** i **Multiple Response Set...** Biramo opciju **Custom Tables...**

Otvora nam se okvir za konstrukciju tabele. Na već prikazani način mišem povlačimo nezavisnu varijablu iz okvira **Variables**: i lociramo je ispod rubrike **Columns**. U našem slučaju to je varijabla *pluralnost*. Na isti način povlačimo naspram rubrike **Rows** ime sintetizirane varijable (\$izvori).

Nakon toga aktiviramo opciju **Test Statistics** koja je smještena u zaglavlje prozora **Custom Tables**. Otvora nam se prozor u kome je ponuđeno nekoliko testova (ovisno o verziji SPSS-a).



Mi ćemo izabrati *Test of independence (Chi-square)* i izabrati uobičajenu vrijednost *Alpha* (0,05). Potvrđivanjem sa **OK** kreirat će se dvije tabele. U prvoj je prikazana distribucija obilježja varijable \$izvori u poduzorcima definiranim obilježjima nezavisne varijable *pluralnost*.

		\$izvori				
		1.00	2.00	3.00	4.00	5.00
		Count	Count	Count	Count	Count
Pluralnost stajalista	1,00 Objestrane	19	10	3	5	3
	2,00 Jednostrano	75	11	6	6	3

U drugoj tabeli je iskazana vrijednost *Hi kvadrata* sintetizirane varijable \$izvori ukrštene sa dihotomnom varijablom *domaće / strane*.

Pearson Chi-Square Tests		
		\$izvori
Pluralnost stajalista	Chi-square	20.457
	df	5
	Sig.	.001 ^{a,b}

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

^a. The Chi-square statistic is significant at the .05 level.

^b. More than 20% of cells in this subtable have expected cell counts less than 5. Chi-square results may be invalid.

Ovdje uočavamo upozorenje da nije ispunjen uvjet po kome za valjan *Chi-square* rezultat ne smije biti više od 20 odsto ćelija sa očekivanom frekvencom manjom od 5. To je rezultat suviše razuđenog spektra frekvencija, odnosno velikog broja sloboda izbora (df) u odnosu na broj jedinica analize. To nas upućuje na rekodiranje varijable *izvori informacije* tako što ćemo je, pretvoriti iz neprekidne u kategoričku. Bit će određena s tri kategorije tako što će prvu činiti frekvence 1, drugu frekvence 2 i 3 i treću frekvence 4 i više.

Kada ponovimo proceduru **Analyze → Tables → Custom Tables**, dobit ćemo sljedeće tabele:

		\$izvori		
		1.00	2.00	3.00
		Count	Count	Count
Pluralnost stajalista	1,00 Objestrane	19	11	8
	2,00 Jednostrano	75	17	9

U ovoj tabeli je prikazana frekvencija kategorija sintetizirane kategoričke varijable \$ Izvori.

Pearson Chi-Square Tests		
		\$izvori
Pluralnost stajalista	Chi-square	16.455
	df	3
	Sig.	.001*

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

*. The Chi-square statistic is significant at the .05 level.

Ovdje smo dobili uredan nalaz Hi - kvadrattesta sa vrijednošću Sig. 0,001, što je manje od 0,05. Ovakav rezultat kod Hi-kvadrat testa znači da postoji statistički značajna zavisnost između učestalosti korištenja pojedinih izvora informacija i pluralnosti izvještaja.

11. IZDVAJANJE PODUZORKA

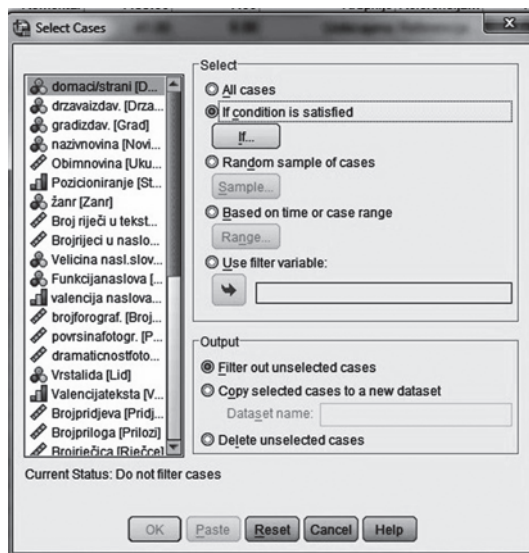
Nekada je iz ukupnog uzorka potrebno izdvojiti poduzorak i temeljito ga istražiti. Naprimjer, želimo istražiti skupinu tekstova u kojima nema ni jednog citata. Primijenit ćemo postupak za podjelu uzorka a potom dobijeni poduzorak podvrći odgovarajućim statističkim testovima.⁵⁵

Postupak je sljedeći.

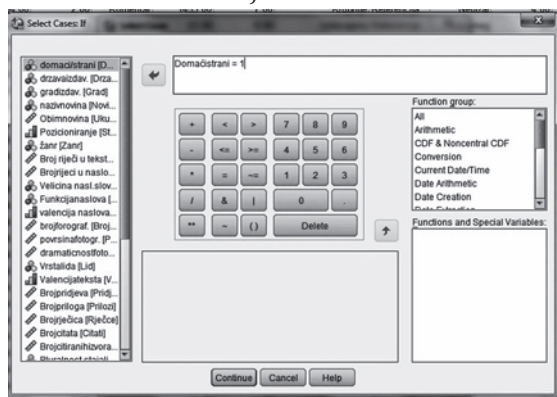
⁵⁵ Poduzorke je moguće izdvajati bez obzira da li se radi o nezavisnim ili zavisnim varijablama. Tako je u ovom slučaju bilo moguće načiniti poduzorak od tekstova koji su ocijenjeni kao izrazito pristrasni (navijački) a potom ga podvrći statičkim procedurama.

Otvaramo u glavnom izborniku opciju **Data** a unutar nje **Select Cases**.

Otvora se okvir **Select Cases**, na čijoj lijevoj strani je popis svih varijabli, a na desnoj izbor više različitih opcija grupiranih u okvire **Select** i **Output**. U okviru **Select** označit ćemo opciju **If condition is satisfied**, a potom **IF**.



Nakon toga se otvara okvir **Select Cases: If**. Na lijevoj strani označimo varijablu koju želimo; u našem slučaju to je varijabla *broj citata*. Pomoću strelice je prenesemo u odgovarajuću kolonu na desnoj strani. Dodamo nazivu prenesene varijable znak jednakosti (=) sa tabulatora a potom kodnu oznaku kategorije, u slučaju kategoričke varijable, odnosno numeričku vrijednost neprekidne varijable. U našem slučaju varijabla *broj citata* je neprekidna, a numerička vrijednost je nula. Da smo željeli izdvojiti poduzorak jedinica analize sa po jednim citatom numerička vrijednost bi bila 1.



Potvrdimo sa **Continue**. Vraćamo se u izbornik **Select Cases** gdje potvrđujemo **OK**⁵⁶.

Dobijamo poduzorak sačinjen od jedinica analize (tekstova) definiranih zadanim kodovima (vrijednostima). Pogledom na bazu vidjet ćemo da su redni brojevi jedinica analize koje ne ispunjavaju zadani kriterij precrtani. To znači da u daljem toku statističke obrade neće biti uključene. Dobijeni poduzorak se ponaša kao zasebna baza.

12. ANALIZA I DISKUSIJA O REZULTATIMA STATISTIČKIH TESTOVA

Nakon obavljanja statističkih testova pristupamo analizi i diskusiji (interpretaciji) dobijenih rezultata, a potom i formuliranju zaključaka.

U postupku analize pojedinačne rezultate realiziranih statističkih tehnika i testova (frekvencije, potvrđene i nepotvrđene nulte hipoteze, t-vrijednosti, koeficijente korelacije i sl.) prevodimo iz statističke formulacije u značenjski kontekst pojedinačne, odnosno posebne hipoteze.

Posebnu pažnju posvećujemo neočekivanim ishodima, odnosno slučajevima u kojima koeficijenti statističke značajnosti odstupaju od prikaza rezultata u kontingencijskim tabelama, odnosno od rezultata prethodnih istraživanja u istom problemskom polju.

U ovoj fazi uzimamo u obzir i sve faktore koji su mogli utjecati na iskrivljivanje rezultata.

Diskusija se sastoji od: 1) smiještanja nalaza statističkih procedura i testova u kontekst generalne hipoteze, 2) diskusije potvrđenosti generalne hipoteze sa stajališta teorija na kojima je konceptualizirano istraživanje – naročito potrebe korekcije pojedinih aspekata (uopćavanja) ili teorije u cjelini, 3) zaključivanja o semiotičko-semantičkom kontekstu semioze (procesa označavanja) istraživnog sadržaja i 4) zaključivanja o užim ili širim društvenim zajednicama (njihovim kvalitativnim svojstvima, strukturalnim odnosima, dominantnim vrijednostima i dinamici) koje odražava, uz to što referira na konkretni objekt označavanja, istraživani sadržaj. Tako se prebrojavanje frekvencije „obojenih“ riječi (pridjeva, priloga) u informativnim sadržajima masovnih medija ne zaustavlja na zaključivanju o objektivnosti novinarstva, na osnovu jednog od temeljnih stilskih pravila pisanja vijesti po kojem bi događaje trebalo opisivati uz upotrebu što je moguće manje količine

⁵⁶ U slučaju da poduzorak generiramo na osnovu kategorija (vrijednosti) dvije varijable, iza prvog para (varijabla – oznaka kategorije) unosimo oznaku & i unosimo naziv druge varijable=kodna oznaka (vrijednost) kategorije.

pridjeva. Proširenjem teorijsko-hipotetskog okvira istraživanja dobijene kvantifikacije će se dovesti u vezu sa socijalnim izvorima medijske pristrasnosti, što će u konačnici omogućiti zaključivanje o strukturi moći u konkretnim društvima. Po istom principu na temelju medijske agende (frekvencije tema) može se zaključivati o prioritetima društvene agende. Na temelju prisustva stereotipa u medijskom prikazivanju određenih društvenih skupina može se mjeriti stupanj društvenih promjena. Na osnovu kvantifikacija publiciteta na javnim servisima pojedinih kandidata može se zaključivati o demokratičnosti i legitimnosti izbornog procesa pa i cijelog društva.

Kada se iz sadržaja zaključuje o onima koji kreiraju i diseminiraju poruke (komunikatorima) poruke tumačimo kao znakove (indikatore) određenih psihosocijalnih, kulturalnih, političkih i drugih situacijskih determinanti njihovog komunikacijskog ponašanja.

U slučaju kada zaključujemo o recipijentima, pretpostavljamo da su komunikatori, pri produkciji sadržaja, vodili računa da oni odražavaju njihov psihosocijalni profil (sklonosti, preferirane obrasce ponašanja, stavove i vrijednosti). U oba slučaja svjesni smo da je proces kodiranja, dekodiranja i diseminacije (razmjene) poruka determiniran i društveno-ekonomskim kontekstom u kome se dešava i da ga je moguće rekonstruirati iz perspektive poruke.

Pri tome je veoma značajno sistematično ići od posebne hipoteze do posebne hipoteze: ponoviti ih, jasno predstaviti glavnu ideju testiranja po principu *ako je tada je* a potom iznijeti podatke dobijene statističkom analizom. Zaključivanje ima logičku strukturu: **pošto je** (navedemo rezultate testova) **tada je** (potvrđena ili nije potvrđena pretpostavka na kojoj se zasniva konkretna hipoteza).

Posebne hipoteze	Nalaz statističkih testova i rezultata pojedinačnih hipoteza	Zaključak o potvrđivanju odnosno obaranju posebne hipoteze
PH1		
PH2		
PH3		
PH4		
PH5		
PH6		
Generalna hipoteza	Rezime posebnih hipoteza	Zaključak o generalnoj hipotezi

Nakon sistematičnog pregleda rezultata testiranja posebnih hipoteza (uključujući pojedinačne), formulira se zaključak o rezultatu testiranja generalne hipoteze. Taj zaključak najčešće iziskuje, pa i zaslužuje, opširnije obrazloženje koje nas vraća teorijsko-konceptualnom ishodištu istraživanja.

13. OGRANIČENJA METODE KVANTITATIVNE ANALIZE SADRŽAJA

Arthur Asa Berger upozorava na *ograničenja* ove metode, a to su: teškoće utvrđivanja optimalnog uzorka istraživanja, subjektivnost procesa kodiranja (klasifikacije jedinica kodiranja – naročito ukoliko su apstraktne), upitnost mogućnosti zaključivanja o efektima poruka s obzirom na individualne razlike među konzumentima pri interpretaciji poruka. U određenim slučajevima analizu sadržaja je teško provesti, pogotovo kada se radi o kategorijama (stavovima i vjerovanjima ili drugim elementima) koje je teško empirijski definirati ili o temama koje je nemoguće operacionalizirati mjerljivim indikatorima.⁵⁷ Međutim, pitanje ograničenja analize sadržaja prvi je postavio autor koji je najviše i doprinio njenoj afirmaciji kao metodi istraživanja društvenih pojava unutar naučne zajednice. To je Merten, koji je pokušao da riješi dva principijelna pitanja (problema):

- *Može li analiza sadržaja uopće poslužiti kao instrument za istragu o društvenoj stvarnosti?*
- *U kojoj mjeri i na koji način je analiza sadržaja zagađena „reaktivnošću“ pošto je poznato da predmetom istraživanja nisu ljudi već, relativno hermetične i petrificirane verbalno-simboličke strukture?*

Odgovarajući na prvo pitanje, Merten analizu sadržaja upoređuje sa potencijalima metoda promatranja i različitih tehnika intervjuiranja (ispitivanja), dajući im prednost. Tim tehnikama je moguće snimiti i katalogizirati pojave unutar društvenog okruženja pa i kvantificirati ih u vidu podataka. Na taj način se dobija neka vrsta simboličke reprezentacije društvene stvarnosti koja uspijeva, zahvaljujući načelima objektivnosti i sistematičnosti metoda posmatranja i ispitivanja, sačuvati i odraziti relevantne značajke (elemente i odnose među njima).⁵⁸ Međutim, u slučaju analize sadržaja, po Mertenu, dešava se obrnuti tok – *društvena stvarnost se pokušava rekonstruirati iz njene tekstualne reprezentacije*, koja je pod utjecajem mnogobrojnih intervenirajućih varijabli (internih i eksternih utjecaja). Zbog toga, po ovom autoru, analizu sadržaja,

⁵⁷ Berger, A. A. (1998). Media Research Techniques. London: SAGE Publications.

⁵⁸ Merten, K., Teipen, P. (1991). Empirische Kommunikationsforschung. Darstellung, Kritik, Evaluation. Munchen: Olschlager.

kao sekundarnu istraživačku metodu treba kombinirati sa promatranjem i ispitivanjem (anketiranjem). U tom smislu Merten preporučuje istraživački model koji započinje metodom promatranja i dubinskog intervjua na osnovu kojih se društvena stvarnost transformira u simboličku stvarnost (tekst) koja se potom podvrgava analizi sadržaja i pretvara u niz podataka.⁵⁹

Odgovor na drugo pitanje govori u korist analize sadržaja kod koje je manje nego u klasičnim metodama izražen problem reaktivnosti. Problem reaktivnosti metoda promatranja i ispitivanja (intervjuiranja) dobro je razjašnjen i potvrđen u mnogobrojnim istraživanjima. Suština tog problema je u činjenici da izravna prisutnost istraživača utječe na predmet istraživanja, a kada su to ljudi i njihove zajednice, izaziva njihovo neiskreno ponašanje – prilagođavanje odgovora na anketna pitanja pa čak i ponašanja u posmatranim situacijama društveno očekivanom i društveno podržanom ponašanju.⁶⁰ Problem reaktivnost kod metode analize sadržaja manji je nego u slučaju metoda promatranja i ispitivanja. Međutim, ipak postoji.

Kodiranje može biti pod većim ili manjim utjecajem uvjerenja ili stavova koderu. Ta opasnost prijeti prije svega pri kodiranju konativnih aspekata sadržaja. Pri kodiranju obilježja sintaktičke dimenzije poruke zaključuje se o odnosu znaka prema sredstvima reprezentacije. Analiza sintaktičke dimenzije zasniva se na mjerenju frekvencije slova, riječi ili rečenica. Podrazumijeva postojanje i poznavanje sintaktičkih pravila. Ovaj nivo kodiranja nije podložan reaktivnosti samog kodiranja.

Pri kodiranju semantičke dimenzije poruke zaključuje se o odnosima između znaka (oznake) i označenog (referenta), odnosno između značenja (referencije) i označenog (referenta). Analiza semantičke dimenzije zadržava se na klasičnoj denotativnoj razini. Zasniva se na identifikaciji semantičkih obilježja teksta u cjelini ili dijelova teksta (teme, ključnih riječi i sl.), a na osnovu uobičajenih (standardnih) semantičkih polja. Reaktivnost je uglavnom minimalna.

Pri kodiranju konativne (pragmatične) dimenzije poruke zaključuje se o odnosu znaka, odnosno značenja i načina (sugeriranog) reagiranja recipijenta (interpretanta). Koder mora pretpostavljati način na koji će analizirana sintaktička i semantička struktura biti interpretirana od strane recipijenta. Od koderu se očekuje da zauzme interpretativnu poziciju konzumenta sadržaja,

⁵⁹ Merten, K. (1996). Reactivity in content analysis. *Communications: The European journal of Communication Research*, 21(I).

⁶⁰ Kod tehnika koje isključuju prisustvo ispitivača (poštanske ili on-line ankete) javlja se, u nedostatku smjernica u vezi s tumačenjem smisla postavljenog pitanja, efekt selfmade značenja.

da „preuzme ulogu drugoga“. Međutim, taj drugi nije homogen. Različiti korisnici različito postupaju sa istim sintaktičkim i semantičkim strukturama; prvo, različito su im čitljive, drugo neki će ih tumačiti kao denotacije, a neki kao konotacije. Istovremeno na procjene utječe i lična jednačina koderi. Pokazuje se da koderi različitih političkih orijentacija različito kodiraju pragmatičnu dimenziju sadržaja (kako intencije komunikatora tako i moguće načine reagiranja recipijenta). Sve su to razlozi visoke reaktivnosti ove dimenzije kodiranja.⁶¹

Problem reaktivnosti samo je jedan od izvora ograničenja ove istraživačke metode. Ostala ograničenja proizlaze iz sljedećih svojstava spoznajne situacije:

1. *Proces kodiranja (kategorizacije) određenih obilježja u nekim je istraživanjima previše ovisan o iskustvu i shvatanju osoba koje to vrše.* To ograničenje dolazi do izražaja kada su uzorci istraživanja obimni i kada na kodiranju radi više istraživača. Precizne operacionalizacije varijabli i obilježja i opsežne pripreme (obuka i pilot istraživanja) trebale bi neutralizirati ovo ograničenje.
2. *Predmet istraživanja mora biti neposredno sadržaj komunikacije.* To je uvjet da bi se operacionalizacijom predmeta istraživanja moglo doći do mjerljivih obilježja (kodnih lista). Naprimjer, predmet istraživanja može biti *jezik mržnje u masovnim medijima u Bosni i Hercegovini*. Iscrpnom i dovoljno preciznom operacionalizacijom pojma jezik mržnje doći će se do popisa semiotičkih i semantičkih obilježja čije veće ili manje prisustvo u izabranom dovoljno reprezentativnom uzorku sadržaja indicira prisustvo jezika mržnje u BiH medijima. Prema tome, tako postavljen predmet istraživanja prikladan je za primjenu analize sadržaja. Međutim, da smo predmet definiranja postavili kao pitanje: da li jezik mržnje u BiH medijima uzrokuje socijalnu distancu u BiH društvu?, analiza sadržaja bi imala ograničenu ulogu i po pravilu bi se pojavila kao pomoćna metoda.
3. *Spoznajni domet analize sadržaja ograničen je ukoliko se svede na izolovane kvantifikacije određenih obilježja posmatrane komunikacije.* Veliki broj naučnika slaže se da naglasak na kvantitativne aspekte poruka ograničava spoznajnu vrijednost nalaza te da razumijevanje prave prirode (pozadine i efekata) medijskog sadržaja nije moguće bez kvalitativnih istraživanja. „Kvalitativni faktori mogu otkriti više o značenjima koja prenose mediji.“ Pristalice kritičke i interpretativne paradigme u društvenim istraživanjima smatraju da umjesto brojanja vanjskih obilježja

⁶¹ Gunter, B. (2000). *Media Research Methods: Measuring Audiences, Reactions and Impact* London: Sage Publications.

medijskih sadržaja treba identificirati u njima iskazana značenja i doći do empirijski provjerljivih zaključaka o mogućem utjecaju medijskih sadržaja na pojedince, grupe ili društvo kao cjelinu.

Učestalost pojavljivanja određenih obilježja nije odlučujući faktor konačnog efekta komunikacije. Mnogo je dokaza da događaji (obilježja) niske frekvencije, ali sa visokim intenzitetom, mogu imati veliki utjecaj na publiku. Očito je da kvantifikacije treba kombinirati sa interpretativnim aspektima koji definiraju težinu medijske poruke u smislu njenog potencijalnog utjecaja na recepijente.

4. *Spoznajni domet analize sadržaja ograničen je ukoliko se dobijene kvantifikacije ne kontekstualiziraju*, odnosno ukoliko se pojava (evidencije) konkretnih obilježja (kao indikatori zavisne varijable) ne povezuju sa evidencijama intervenirajućih, odnosno nezavisnih varijabli. U našem slučaju to bi značilo da obilježja (indikatore) govora mržnje povežemo sa izvorima (političkim profilom govornika), kanalima komuniciranja, žanrovima, životnim situacijama, poviješću odnosa i sličnim „demografskim“ obilježjima.

Tako bi, u slučaju istraživanja prisustva jezika mržnje u masovnim medijima u Bosni i Hercegovini podatak da 10 % analiziranih tekstova sadrži obilježja netrpeljivosti, vrijeđanja, isključivosti, potcjenjivanja, ismijavanja, izvrgavanja ruglu i stigmatizacije pojedinaca ili društvenih grupa imalo ograničene spoznajne i društvene efekte. Tek kada bi se tom podatku osigurala referentna tačka (mogućnost komparacije sa istraživanjima u nekoliko prethodnih godina, odnosno sa istraživanjima u drugim balkanskim ili posttranzicijskim društvima), moglo bi se utemeljeno zaključivati o kvalitativnim dimenzijama i dinamici BiH društva, pa i prognozirati budućnost.

Spoznajna ograničenja metode analize sadržaja reduciraju se kombiniranjem ove metode sa drugim istraživačkim metodama. U tim kombinacijama metoda analize sadržaja može biti 1) paralelna metoda (kao u slučaju uparivanja sa metodom eksperimenta – zasnovanoj na kontroliranoj manipulaciji intervenirajućim varijablama), odnosno 2) pomoćna metoda.

Skoro po pravilu analiza sadržaja se kombinira s eksperimentom, anketom, posmatranjem i sl. Veliki broj istraživanja kombinirao je analizu sadržaja sa *metodom eksperimenta*. Suština istraživačkog postupka je da se, u eksperimentalnim uvjetima, izmjere učinci ciljano izazvanih promjena različitih elemenata poruke na odabrani uzorak (presjek ili pojedine skupne) publike.

U slučaju printanih medija eksperimentiralo se sa utjecajem različitih tipografskih elemenata dizajna (sa količinom bijelog prostora, brojem stupaca, vrstom tehničkog preloma, korištenjem vertikalnog i horizontalnog dizajna

stranice, veličinom i tipom fonta glavnog teksta i naslovnog bloka, različitim vrstama ilustracija i sl.). Sva ova obilježja su tretirana kao *nezavisne varijable* kojima je manipulirano (uvođenje intervenirajuće varijable) u „lažnim novinama“, odnosno ciljano dizajniranim primjercima printanih medija koje su ocjenjivale eksperimentalne skupine, vodeći se obilježjima zavisnih varijabli.

U zavisne varijable su uključena svojstva: informativna vrijednost publikacije, interes za čitanje publikacije, opći utisak (image) o vizualnom izgledu stranice, čitljivost, pamtljivost tekstualnog materijala i općenito sklonost ka prezentiranom materijalu.

U eksperimentima kojima je istraživana razumljivost i pamtljivost televizijskih sadržaja polazi se od rasklapanja cjelovite naracije na smislene cjeline i njihove klasifikacije u nekoliko tipova (idealiziranih narativnih struktura), koji će poslužiti kao operacionalizirana nezavisna varijabla, na osnovu kojih će se organizirati (klasificirati) istraživani tekstovi da bi se potom eksperimentalno mjerila njihova razumljivost i pamtljivost. Nezavisna varijabla je operacionalizirana do nivoa obilježja koja se odnose na različite tehnike snimanja, položaj i kut kamere, upotrebu različitih planova snimanja, kadriranje, dužinu pojedinih sekvenci i kadrova, dinamičnosti montaže, izbor scenografije, upotrebu zvuka, korištenje specijalnih efekata, korištenje dijaloga, verbalnu kompleksnosti prikazane interakcije, vizualnu prisutnosti govornika.

Gerbner je sa saradnicima kombinirao analizu televizijskih sadržaja u *prime-time* terminu sa *anketiranjima publike* da bi utvrdio u kojoj mjeri su ti sadržaji utjecali na percepciju stupnja nasilnosti društvene stvarnosti i oblikovanje javnog mnijenja (ustaljivanje obrazaca – stereotipa o umiješanosti različitih društvenih skupina u nasilje).⁶²

U području istraživanja objektivnog utjecaja komunikacijske varijable (prakse komuniciranja) na socijalne, ekonomske, kulturološke, političke, obrazovne i sve druge procese u društvu metoda analize sadržaja dobija pomoćnu ulogu. Ta uloga se određuje jednom posebnom ili čak jednom pojedinačnom hipotezom izvedenom iz generalne hipoteze zasnovane na nekoj sociološkoj, politikološkoj, ekonomskoj ili kulturološkoj teoriji.⁶³ Komunikacijska varijabla se uzima za jednu među više drugih varijabli a zasniva se na generalnom očekivanju *da medijski sadržaji (agenda) odražavaju stvarni svijet – da opisi*

⁶² Gerbner, G., Gross, L., Jackson-Beeck, M., Jeffries-Fox, S., Signorielli, N. (1978). Cultural Indicators: violence profile No. 9. Journal of Communication, 28.

⁶³ Takav slučaj smo imali u istraživanju zadovoljstva svojom društvenom pozicijom osoba sa invaliditetom u Federaciji Bosne i Hercegovine, koje je realizirao profesor Dževad Termiz, kada je komunikacijska varijabla, koja se odnosila na percepciju medijskog pokrivanja ove društvene skupine bila jedna od desetak posebnih varijabli obuhvaćenih generalnom hipotezom, izvedenom iz teorijskog okvira nauke o socijalnom radu.

događaja, društvenih skupina i predmeta odgovaraju učestalosti i prirodi njihovog pojavljivanja u stvarnom svijetu. Stopa sudjelovanja različitih demografskih i društvenih skupina (u različitim ulogama – izvršioca i žrtve) u televizijskim sadržajima trebala bi odražavati njihovo sudjelovanje u stvarnim događajima. Vidljivost (relativne frekvencije) pojedinih profesija, zanimanja, društvenih skupina u medijskim sadržajima trebala bi odgovarati njihovoj zastupljenosti u stvarnom svijetu, odnosno, neravnomjernost u medijskom svijetu bi trebalo da indicira neravnopravnost u stvarnom svijetu⁶⁴. Stereotipno prikazivanje u medijskom svijetu odražava i pothranjuje stereotipe u stvarnom svijetu.

Svaka od ovih pretpostavki ima formu hipoteze čije provjeravanje na području konkretnih komunikacijskih praksi može rezultirati na jednoj strani promjenama u medijskoj politici prema određenim skupinama (od prikazivanja do uključivanja u samu medijsku industriju), a na drugoj potvrđivanjem, odnosno razvijanjem novih teorija. Međutim, Gerbnerovo istraživanje je poprilično potkopalo osnovnu ideju analize sadržaja – da je kvantifikacijama pa čak i kvalitativnim interpretacijama teksta (medijskog sadržaja) moguće pouzdano zaključivati o stvarnom svijetu. Ovaj autor je našao da je televizijski svijet daleko nasilnije mjesto nego stvarni svijet te da izlaganje dramatično-nasilnom medijskom okruženju u velikim dozama može rezultirati percepcijama o pretjeranoj nasilnosti svakodnevnog života – mi bismo dodali naročito ako se medijske slike odnose na prostor i vrijeme u koji publika nema pouzdanijeg (izravnog) perceptivnog priključka.⁶⁵

⁶⁴ Problem zastupljenosti muškaraca i žena u televizijskim izvještajima sa zasjedanja parlamenta.

⁶⁵ Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N. (1980) The „mainstreaming“ of America: violence profile No. 11. *Journal of Communication*, 30.

II. KVALITATIVNA ANALIZA SADRŽAJA

UVOD

Kvalitativna analiza sadržaja skup je tehnika za sustavnu analizu tekstova unutar konteksta komuniciranja, koje slijede analitička pravila i uzimajući u obzir kvantifikacije gdje god su dostupne.¹ Metoda se zasniva na pretpostavci *da svaki tekst (verbalno-simbolički materijal) označava nešto više u odnosu na ono što je na prvi pogled vidljivo te da se iz njega može zaključivati o društvenoj strukturi u čijem ambijentu (kontekstu) je nastao.*

Analiza je vođena očekivanjem da su konkretna upotreba jezika (iskaz) i situacija iskazivanja u uzjamaanom prožimanju te da tekst treba posmatrati kao učinak tog prožimanja. Referirajući na objekt (referent) tekst referira istovremeno i na: 1) osobnost učesnika u komunikaciji, 2) odnose koje pripadnici konkretne govorne (socijalne i kulturne) zajednice uspostavljaju pri koordiniranju razumijevanja svijeta u realnom vremenu, 3) vrijednosni i značenjski (semantički) okvir iz kojega se interpretiraju objekti, događaji i situacije, 4) znanje i uvjerenja koje dijeli referentna skupina. Ciljevi i smisao simboličkih reprezentacija društvene stvarnosti prekoračuju granice opisivanja pa i samopredstavljanja i skoro po pravilu vode ka reproduciranju ili kritičkoj dekonstrukciji, obnavljanju ili negiranju ideologija (određenog razumijevanja stvarnosti), identitetskih samoodređenja i određenja i odnosa moći i društvenih struktura koje se na njima zasnivaju. Iskazi koji legitimiraju određena shvatanja stvarnosti kao normalnog (očekivanog) poretka stvari legitimiraju i sam poredak (društvenu strukturu, odnose moći, kriterije istinitosti, hijerarhizaciju vrijednosti). Prema tome sam se diskurs razumijeva kao strateški usmjeren proces organiziranja, usvajanja, promjene i nametanja

¹ Mayring, Ph. (2000). Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken (7th edition, first edition 1983). Weinheim: Deutscher Studien Verlag. / <http://utsc.utoronto.ca/~kmacd/IDSC10/Readings/text%20analysis/CA.pdf>

shematskih slika za percepciju i interpretaciju dinamike stvarnosti. To je način da se osigura unutrašnja kohezija (perceptivno i praktično stabiliziranje) skupine.

Do dubinskih značenjskih i kognitivnih struktura u tekstu se može doći tek posredno, uzimajući u obzir prirodu odnosa unutar trodijelne strukture znaka (oznaka, označeno i značenje) i determiniranost procesa označavanja (semioze) psiho-socijalnim varijablama. To podrazumijeva pretpostavku da jedan te isti sadržaj istovremeno prenosi cijeli niz različitih značenja (denotira i konotira) koja objektivno utječu na efekte medija, odnosno reakcije publike.

Koncept kvalitativne analize sadržaja razvijen je u nastojanju da se prevaziđu ograničenja kvantitativne analize na koja su ukazali veoma značajni autoriteti u svijetu socijalnih, psiholoških i komunikoloških istraživanja.²

Povijest metode je relativno kratka. Zellig Harris je u ranim pedesetim godinama prošlog stoljeća uveo termin *analiza diskursa* za analizu javne pisane i izgovorene komunikacije.³

Prve analize odnosile su se na sadržaje javnih rasprava u Njemačkoj i SAD-u i antisemitski diskurs u Austriji. Zasnivale su se na komparaciji iznesenih stavova, kvalifikacija i interpretacija pojedinih aspekata društvene stvarnosti sa normativno prihvatljivim, odnosno očekivanim.

U zreloj fazi istraživanja su usmjerena na suvremene društvene fenomene i širok spektar formi komuniciranja. U svim slučajevima se traga za skrivenim značenjima. Tako su Goldman i Papson istraživali oglase da bi dekodirali u njima ideološke aspekte.⁴ McLaughlin je studirao imidž prostitutki u televizijskim serijama,⁵ a Parry-Giles je analizirao način na koji se predstavlja problem Sjeverne Irske u informativno-dokumentarnim žanrovima.⁶ Liebes je istraživao odnos prema Intifadi (na izraelskoj televiziji) s interesima u Zaljevskom ratu (na američkom TV-u).⁷ White i White su analizirali zastupljenost

² Huber, Kracauer i Lasswell prigovaraju na ograničenja koja proizilaze iz usmjerenosti na čisto kvantitativne aspekte predmeta istraživanja. Krippendorff i Merten smatraju da na osnovu opisa medijskih sadržaja do kojih se dolazi metodom analize sadržaja nije moguće zaključivanje o uticaju medijskih sadržaja na percepcije publike.

³ Harris, S. Z. (1951). *Methods in structural linguistics*. Chicago: University of Chicago Press.

⁴ Goldman, R. and Papson, S. (1994). Advertising in the age of hypersignification. *Theory, Culture and Society*, 11 (3).

⁵ McLaughlin, L. (1991). Discourse of prostitution/discourses of sexualiti. *Critical Studies in Mass Communication*, 8.

⁶ Parry-Giles, T. (1994). Ideological anxiety and the censored text: real lives – at the edge of the union. *Critical Studies in Mass Communication*, 11.

⁷ Liebes, T. (1992). Decoding television news: the political discourse of Israel hawks and doves. *Theory and Society*, 21.

vijesti o brodovima sa vijetnamskim izbjeglicama u australskim novinama.⁸ Weber i Laux su istraživali korištenje termina „stresa“ u medijima.⁹ Alexander je otkrio trendove u korištenju djece u reklamama.¹⁰ Griffin i suradnici su istraživali način na koji su urednici u američkoj štampi tokom Zalivskog rata osporavali glavni narativ mirovnih protesta.¹¹

U svim slučajevima komunikacijsko djelovanje je tretirano kao oblik društvene prakse unutar koje se reproducira ciljani tip društvenosti odnosno društvene stvarnosti. Glavni zadatak analitičara bio je ispitati i interpretirati funkcionalnu spregnutost konkretnog diskursa (načina na koji se prikazuje i interpretira stvarnost) sa uspostavljanjem, održanjem odnosno promjenom tipa socijalne hijerarhije, odnosno strukture. U iskazu (sadržaju) se prepoznavala socijalna stvarnost (socijalni odnosi) unutar koje se odvija jezička aktivnost (jezička stvarnost). U fokusu su „značenja i socijalne institucije koje nose značenje“.¹² Značenje i socijalne institucije koje ga nose razumijevaju se kao cjelina. Pod socijalnim institucijama misli se na pravila koja se baziraju na simbolima koji regulišu socijalne odnose. Dakle, institucije se prvenstveno shvataju kao uobičajeni *obrasci* jezičkih radnji koji funkcioniraju kao obrasci označavanja - pridavanja smisla i značenja izvanjezičkim sadržajima.

Prvobitno su istraživani čisto lingvistički tekstovi da bi se tokom razvoja metode stvorila osnova za analizu „tekstova“ iz širokog spektra drugih semiotičkih ključeva koji se sastoje ne samo od riječi već i vizuelnih, audio, taktilnih, olfaktornih formi kao što su slike i dijagrami, filmovi, zvučni zapisi, muzika i razni interaktivni sadržaji.¹³

⁸ White, N.R. and White, P.B. (1982). Vietnames refugees in Australia: press definitions of reality. *Media Asia*, 9(2).

⁹ Webe, H. and Laux, L. (1985). Der begriff „Stress“ in Publikumszeitschriften. *Ergebnisse einer Inhaltenalyse. Publizistik*, 30(1).

¹⁰ Alexander, V.D. (1994). The image of children in magazine advertisemens from 1950 to 1990. *Communication Research*, 21 (6).

¹¹ Griffin, M., Hacket, R. and Zhao, Y. (1994). Challenging a master narrative: peace protest and the opinion /editorial discourse in the US press during the Gulf War. *Discourse and Society*, 5(4).

¹² Nojman, B. I. (2009). Značenje, materijalnost, moć: Uvod u analizu diskursa. Beograd: Centar za civilno-vojne odnose. Aleksandria Press

¹³ Lemke, J. Multimedia and Discourse Analysis, <https://edisciplinas.usp.br/mod/resource/view.php?id=42096>

1. TEORIJSKO UTEMELJENJE KVALITATIVNE ANALIZE SADRŽAJA

Kvalitativna analiza sadržaja ima utemeljenje u općoj i strukturalnoj lingvistici, teoriji diskursa, teoriji informacija, semantici i semiotici, sociolingvistici i nizu drugih disciplina.

Saussure je u *Tečaju opće lingvistike* ukazao na *povezanost govora i društvenog konteksta*, odnosno na jezičke znakove kao aspekte društvenosti.¹⁴

Sociolingvistika je iz perspektive povezanosti komunikacije i sociokulturnog konteksta redefinirala sposobnost za komunikaciju tako što je općem zahtjevu: proizvodnje beskonačnog broja sintaksički ispravnih struktura (rečenica) dodala i sposobnost prilagođavanja referentnom okviru. To je u praksi značilo pozicioniranje komunikacije u društveni svijet ispunjen različitim, često protivrječnim ulogama i interesima; *znati kada se može, kome, šta, na koji način i sa kojom svrhom govoriti*.

Austin (Ostin) uočava da su govorni činovi intencionalni, da teže realiziranju čak i kada su formulirani u neimperativnom formatu (kao konstativi).¹⁵ To znači da je diskurs određen ne samo semantičko-lingvističkim strukturama već i retoričkom svrhom, govornikom, recipijentima te društvenim poljem na koje referira. Te determiniranosti i ideološke implikacije moguće je otkriti iz semantičkih formi većih od rečenice.

Dell Hymes je, istražujući vezu između govora i društvenih odnosa, otkrio da diskursi slijede *diskurzivne obrasce* koji su definirani društvenim, odnosno kulturnim, obrascima.¹⁶ To praktično znači da uz referiranje (objektivno reprezentiranje stvarnosti) govorni čin odražava istovremeno i *namjeru* subjekta referiranja te *percipiranu društvenu prikladnost samog načina referiranja*.

Govor se ne događa u vakumu nego unutar specifičnog konteksta, koji determinira različite aspekte konkretne upotrebe jezika (stil, narativ, kanal i slično) a preko toga i značenje.¹⁷ Sposobnost potčinjavanja sociokulturnim pravilima, normama i vrijednostima govorne zajednice uzima se za okosnicu *kommunikacijske kompetencije*.

¹⁴ Saussure, F. (1983). *Course in general linguistics* (trans. R. Harris). London: Duckworth. (Original work published 1916).

¹⁵ Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford: Oxford University Press.

¹⁶ Hymes, D. H. (1967). The anthropology of communication. In F.E. Dance (Ed.), *Human communication theory: Original essays*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

¹⁷ Hymes, D. H. (1989) 'Ways of speaking', in R. Bauman and J. Sherzer (eds) *Explorations in the ethnography of speaking*. 2nd edn. Cambridge: Cambridge University Press. pp. 444.

Komunikacijska kompetencija je, prema Hymesu, mnogo više od poznavanja općih jezičkih normi – općih modela jezika (gramatike i rječnika) govorne zajednice i uključuje sposobnost osobnog izbora (prilagođavanja) i varijacije u jeziku – jezičnih osobitosti, s obzirom na uvjerenja, vrijednosti, referentne grupe, norme i slično ... [i] individualne interese.¹⁸ Podrazumijeva ne samo znanje o jezičkom kodu govorne zajednice već i vještinu i spremnost na potčinjavanje sociokulturnim pravilima, normama i vrijednostima koje usmjeravaju komunikacijsko (jezičko) ponašanje (u svim fazama komunikacije: emitiranja i interpretacije) u komunikacijskoj zajednici.¹⁹

Teorija diskursa upućuje na:

1. Način na koji subjekti u diskursu koriste jezik (komuniciraju) kao pripadnici različitih kolektiviteta i grupnih identiteta (organizacija, institucija) i kako različite grupe nameću diskurzivno ponašanje svojim pripadnicima i kako se to ogleda u konkretnom diskursu;
2. Način na koji opisi (prikazi) akcija, odnosno procesa (zapleti) u narativu odražavaju grupni identitet (vrijednosti i ciljeve) aktera, odnosno subjekata u diskursu i subjekata diskursa (naratora);
3. Način na koji je diskurs usklađen sa situacijom diskurzivne interakcije (kontekstom) i u kojoj mjeri je to samousklađivanje u funkciji reprodukcije konkretne društvene strukture;
4. Način na koji diskursi odražavaju odnos između osobnih i društvenih spoznaja, subjekata diskursa, odnosno subjekata u diskursu. Polazi se od stajališta da društveni akteri, odnosno subjekti diskursa i u diskursu mogu biti pod utjecajem ličnih sjećanja, odnosno spoznaja izvedenih iz ličnog životnog iskustva i da diskurs može biti pod utjecajem tih spoznaja. Međutim, dominantan je utjecaj "socijalnih reprezentacija" odnosno spoznaja koje pojedinci usvajaju i dijele s članovima referentnih grupa kroz socijalne interakcije. Prema tome, mišljenja iskazana u diskursima uvijek reprezentiraju velikim dijelom mišljenja referentnih grupa.

Analiza diskursa polazi od pretpostavke da je *svaki iskaz, značajnim dijelom rezultat potčinjavanja, odnosno prilagođavanja* kontekstu, odnosno razumijevanju konteksta (modelu konteksta) i prenosi informaciju o pravilima, normama i vrijednostima koje su ga determinirale. Iz perspektive društvene prikladnosti

¹⁸ Johnstone, B., Marcellino, W. (2010) Dell Hymes and the Ethnography of Communication. *Carnegie Mellon University*

¹⁹ Johnstone, B., Marcellino, W. (2010) Dell Hymes and the Ethnography of Communication. <http://repository.cmu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context=english>, pristupljeno 11.09.

načina referiranja pažnja analitičara se pomjera sa jezične kompetencije (omeđene sposobnošću generiranja gramatičkih iskaza) na komunikacijsku kompetenciju koja se stječe (uči) više sudjelovanjem u govornoj zajednici, nego obrazovanjem.

Jednostavno kazano, jezički iskaz, kao osnovna jedinica istraživanja analize diskursa, određen je prvenstveno društvenim kontekstom. Prema tome, analitičar s punim pravom očekuje da će u svakom konkretnom jezičkom iskazu, odnosno u njihovoj intertekstualnoj povezanosti, pronaći informaciju o društvenom kontekstu u kojem je nastao.

Govor se proučava kao verbalno-značenjska struktura, ali i kao oblik društvenog ponašanja (oportunog slijeđenja ili narušavanja društvenih normi), odnosno društvenog proizvođenja.²⁰ To je istovremeno ulaznica ali i cijena uključivanja i ostanka u govornoj zajednici.

Pod govornom zajednicom Hymes ne misli samo na zajednički jezik, već i na pravila za vođenje i tumačenje govora koja su u funkciji konstituiranja i održanja zajednice. Pripadnici jedne govorne (komunikacijske) zajednice dijele zajedničko razumijevanje kako sintakse tako i semantike. Na isti način u određenim situacijama kodiraju i dekodiraju ironiju, definiraju jezičke tabue, koriste metasignale, implikatore i konotiraju.

Prema tome, *analizom diskursa se rekonstruira referentna govorna zajednica*. Jedna takva rekonstrukcija podrazumijeva, prema Hymesu, 1) identificiranje (rekonstrukciju) govorne situacije u kojoj je govorni čin iskazan²¹, 2) identificiranje i analizu govornog događaja²² čiji je konkretni iskaz (govorni čin) sastavni dio, te 3) analizu samog govornog čina (konkretnog iskaza)²³ i sve to sa *pretpostavkom* (koja se uzima za generalnu hipotezu analize diskursa) da je diskurs rezultat komunikacijske kompetentnosti govorne zajednice.²⁴

²⁰ Johnstone, B., Marcellino, W. (2010) Dell Hymes and the Ethnography of Communication. <http://repository.cmu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context=english>, pristupljeno 11.09. 2017.

²¹ **Pod govornom situacijom** Hymes misli na posebnosti društveno-kontekstualne situacije u kojoj se odvija (dešava) govorni događaj (ceremonije otvaranja- zatvaranja, borba, lov, hrana, seks, mirovni pregovori, poslovni razgovor i slično’).

²² **Govorni događaj** čini sama realizacija govora unutar govorne situacije. Govorni događaj je objašnjiv govornom situacijom.

²³ **Govornim činovima** se realizira govorni događaj. Hymes razlikuje govorne činove od gramatičkog koncepta rečenice, proširujući ih i na negramatičke oblike. To proširenje koncepta govornog čina odražava se na tumačenje govornih činova koje podrazumijeva uzimanje u obzir socijalnog statusa i odnose sudionika govornog događaja, neposredan kontekst iskaza – događaj ili situaciju koji impliciraju jezične forme i društvene norme.

²⁴ Hymes, D. H. (1972) ‘Models of the interaction of language and social life’, in J. J. Gumperz and D. Hymes (eds) *Directions in sociolinguistics: The ethnography of communication*. New York: Holt, Rinehart & Winston. pp. 35-71.

Pošto diskurs (shvaćen u širem smislu kao svaka ciljana komunikacija, ali i u užem smislu kao sadržaj te komunikacije) reprezentira ne samo referent (predmet o kome se govori) već i už i širi socijalni kontekst u kome se taj govor odvija, analizom diskursa moguće je iz različitih, ponekad čak marginalnih aspekata jezičke komunikacije (površinskih diskurzivnih struktura kao što su intonacija, različita grafička obilježja prezentiranja teksta, pozicioniranje i isticanje) zaključivati o društvenoj strukturi u kojoj se komunikacija desila.²⁵ Prema tome analiza diskursa *otkriva svijet* u kome se diskurs desio, iskazan u naraciji kao univerzalnom žanru, u kome je bio moguć i smislen.

Ključna ideja proponenata analize diskursa, odnosno sociolingvisti i etnografa komunikacije jeste da se naracijom obezbjeđuje *horizontalni i vertikalni kontinuitet kultura, odnosno zajednica*. Ispod površine, naizgled raznolikih, narativa (priča) su *mentalne konstante* koji osiguravaju identitetsku koherenciju učesnika u komunikacijskom događaju; subjekata diskursa, subjekata u diskursu i adresata diskursa. Upravo ti elementi narativa (komunikacijskog sadržaja) konkretne komunikacijske činove (nastupe) čine mogućim i razumljivim. Radi se o *kulturnoj kompetenciji* koja se sastoji od sposobnosti narativne stilizacije gradivnih elemenata konkretne kulture (kako na tački kodiranja tako i na tački dekodiranja iskaza). To su elementi koji osiguravaju *identitetsku koherenciju* učesnika u komunikacijskom događaju i konkretne komunikacijske razmjene čine mogućim i razumljivim. Uzima se da su konkretnim govornim iskazom komunikatori (komunikacijski kompetentni) rekli upravo ono što su u konkretnom kontekstu (situaciji) mogli reći, ali ne kao pojedinci, već kao pripadnici jedne kulture (sistema vrijednosti), te da je iz toga šta je rečeno i kako je rečeno moguće zaključiti o okolnostima (situaciji) kojima su se morali prilagoditi.

„Zadatak istraživanja za analitičare diskursa je da pokažu *kako se reprezentacije konstituišu* i kako *dobijaju na svojoj rasprostranjenosti*, kao i kakav *spektar različitih reprezentacija* u bilo koje vreme učestvuje u stvaranju diskursa“.²⁶

Pri tome treba imati na umu da će se struktura koja je objektivno sadržana u tekstovima otkriti samo analitičarima koji je očekuju i tragaju za njom, koji razumiju da je strukturirani diskurs vid (način) izražavanja, nametnut kultur-

²⁵ Johnstone, B., Marcellino, W. (2010) Dell Hymes and the Ethnography of Communication. <http://repository.cmu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context=english>, pristupljeno 11.09.

²⁶ Teun A. van Dijk (2006) Ideologija: multidisciplinarni pristup, Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb

nim obrascima govornika, ali i recipijenta.²⁷ Drugačije kazano, presudna je generalna ideja (hipoteza) da su konkretna upotreba jezika (iskaz) i kultura u uzjamanom prožimanju i da se analizirani tekst treba posmatrati kao učinak tog prožimanja, te da on sadrži informacije kako o odnosima koje pripadnici jedne govorne ili kulturne zajednice uspostavljaju pri koordiniranom razumijevanju svijeta tako i osobnosti učesnika u komunikaciji koja se odražava na način na koji označavaju referente.²⁸

2. EPISTEMOLOŠKE PRETPOSTAVKE ZA KVALITATIVNU ANALIZU SADRŽAJA

Glavne epistemološke pretpostavke za kvalitativnu analizu sadržaja sumirao je Siegfried Lamnek. To su otvorenost, komunikativnost, prirodnost i interpretativnost.²⁹

1. **Otvorenost** podrazumijeva liberalan odnos naspram početnih konceptualnih pretpostavki (očekivanja) i iz njih izvedenih indeksa pojmova (kodova) na osnovu kojih analitičar kodira pojedine elemente sadržaja (teksta). U tom smislu ne možemo o kodiranju govoriti kao o strogo standardiziranom, intersubjektivno ponovljivom i provjerljivom postupku, kao u slučaju kvantitativne analize sadržaja, pošto ne postoji jedna jedino moguća teorija i na njoj utemeljena shema kodiranja, već je ona otvorena i za pristalice drugačijih konceptualno-teorijskih stajališta. Istovremeno se ostavlja mogućnost i da se pojmovi, odnosno indeksi pojmova u okviru istog istraživanja, tokom istraživanja razvijaju, rekonceptualiziraju, mijenjaju, što u istraživačkom postupku znači naknadno vraćanje već elaboriranim dijelovima teksta u cilju otkrivanja njihovog dodatnog smisla i značenja. Upravo radi toga kodiranje nije hermetično.
2. **Komunikativnost** podrazumijeva konceptualno stajalište da je društvena stvarnost uspostavljena komunikacijom (u interakciji) i da ju je moguće ne samo razumjeti već i promijeniti razumijevanjem i

²⁷ Johnstone, B., Marcellino, W. (2010) Dell Hymes and the Ethnography of Communication. <http://repository.cmu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context=english>, pristupljeno 11.09.

²⁸ Johnstone, B., Marcellino, W. (2010) Dell Hymes and the Ethnography of Communication. <http://repository.cmu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context=english>, pristupljeno 11.09.

²⁹ Lamnek, S. (1995). *Qualitative social research, vol. 2: Methods and techniques*, 3rd edn. Weinheim: Beltz.

promjenom komunikacije, prvenstveno intervenirajući u području zajedničkog smisla i značenja (zajedničke simboličke vizije), unutar kojeg je moguće postići razumijevanje (simboličku konvergenciju) između različitih pojedinaca, grupa, kultura... To područje čine zajedničko znanje o strukturama i motivima komuniciranja, o tome kako i zašto komuniciraju na različite načine pridavajući različiti smisao i značenje istim aspektima zajedničke stvarnosti. Iz te perspektive i sama analiza diskursa, zbog svoje otvorenosti, dobija novo značenje i *novu funkciju u tvorbi komunikacijske zajednice koja podrazumijeva različita interpretativna polazišta i dozvoljava različitosti*. Na drugoj strani, istražujući područje zajedničkog smisla analiza prodire u dubinske slojeve diskursa, otkrivajući latentna značenja, koja su rezultat strateškog komuniciranja (namjerno ugrađena da bi se ostvario željeni utjecaj na recipijente, odnosno komuniciranje) ili su tek slučajni ishod jezičkog djelovanja.

3. **Prirodnost predstavlja** svojstvo kvalitativne analize sadržaja koje se odnosi prvenstveno na prirodu istraživačkog pristupa diskursu (tekstualnom materijalu). Taj pristup je *postfactum*, kada se komunikacija već desila. Činjenica da se diskurs (sadržaj komunikacije) analizira ne utječe na prirodu samog komunikacijskog ponašanja subjekata diskursa.
4. **Interpretativnost** kao svojstvo ističe fokusiranost kvalitativne analize sadržaja na otkrivanje spektra mogućih značenja (tumačenja) određenog tekstualnog materijala što je povezano kako sa postizanjem razumijevanja tako i sa komunikacijskim nesporazumima. To je praktični aspekt ovog svojstva, naučni se odnosi na razvijanje tipologije (obrazaca) značenja.

3. OPĆI MODEL KVALITATIVNE ANALIZE DISKURSA

Pitanje je da li se uopće može govoriti o jednom metodološkom modelu kvalitativne analize sadržaja. Dosadašnja istraživačka praksa pokazuje da je riječ o veoma eklektičnim istraživanjima, to znači da se istraživački postupak i operacionalna konceptualizacija trebaju prilagođavati istraživanom problemu i teorijama koje su u konkretnom problemskom polju najdalje dobacile. Uzimajući u obzir ova dva elementa, u svakom konkretnom slučaju treba iznova dizajnirati metodološki algoritam koji će omogućiti odgovor na konkretno istraživačko pitanje, odnosno omogućiti objektivno testiranje polazne hipo-

teze o prirodi i funkciji istraživnog sadržaja. Međutim, pri tome ipak treba ostati u granicama standardnog generalnog modela istraživanja u društvenim i humanističkim naukama koji podrazumijeva sljedeće obavezne korake:

- 1) teorijsko i empirijsko definiranje predmeta i problema istraživanja,
- 2) formuliranje istraživačkog pitanja i polazne pretpostavke (hipoteze),
- 3) izbor istraživačkih postupaka i dizajniranje istraživačkih instrumenata koji će nas dovesti do odgovora na polazno pitanje odnosno koji će nam omogućiti testiranje hipoteza,
- 4) prikupljanje i obrada naučne građe,
- 5) analiza naučne građe i
- 6) diskusija dobijenih rezultata iz perspektive istraživačkog pitanja i polaznih pretpostavki.³⁰

3.1. TEORIJSKO I EMPIRIJSKO DEFINIRANJE PREDMETA I PROBLEMA ISTRAŽIVANJA

3.1.1. TEORIJSKO DEFINIRANJE PREDMETA ISTRAŽIVANJA

U najširem smislu predmet kvalitativne analize sadržaja jeste *diskurs*. Međutim, pojam diskurs nije jednoznačno definiran. Ta činjenica stavlja istraživače pred izbor između različitih mogućnosti konceptualizacije istraživanja, naročito pri formuliranju istraživačkog pitanja. Dok jedna grupa autora pod diskursom misli na tekst uopće; sve pisane i usmene oblike iskazivanja (Gee³¹, Schiffrin³²), druga, veoma utjecajna grupa (Lemke³³, Teun van Dijk³⁴) tekst definira kao “konkretnu realizaciju apstraktnih oblika znanja, a same *apstraktne oblike znanja* imenuje kao diskurs.” To je “*strukturirani oblik znanja i sjećanja na društvene prakse*, dok se “tekst” odnosi na konkretne usmene izjave ili pisane dokumente”³⁵.

Unutar ovih teorijskih krugova postoje značajne razlike u definicijama, koje ukazuju na kompleksnost koncepta diskursa. Razlike se sastoje uglavnom u naglašavanju pojedinih aspekata definiensa. *Fairclough* i *Wodak* definiraju

³⁰ Termiz, Dž. (2009) Metodologija društvenih nauka. Grafit. Lukavac

³¹ Gee, J. P. (2004), *Situated language and learning a critique of traditional schooling*, NewYork and London: Routledge

³² Schiffrin, D. (1994). *Approaches to Discourse*. Oxford:Blackwel

³³ Lemke, J. *Multimedia and Discourse Analysis*, <https://edisciplinas.usp.br/mod/resource/view.php?id=42096>, (pristupljeno 1.09. 2017.)

³⁴ Dijk, A.T. (2006) *Ideologija: multidisciplinarni pristup*, Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb

³⁵ Dijk, A.T. (1984). *Prejudice in Discourse*. Amsterdam: Benjamins

diskurs kao društvenu praksu koja podrazumijeva dijalektički odnos između određenog *diskurzivnog događaja* i situacije, institucije i socijalne strukture. Diskurzivni događaj je oblikovan njima, ali ih i oblikuje. Društveno je konstitutivan (konstituirao društvo), ali je i društveno uvjetovan. Diskursi reprezentiraju situacije, objekte, društvene identitete i odnose između ljudi i grupa ljudi. Međutim, diskursi i pomažu da se održi i reprodukuje društveni *status quo*. Foucault kaže: "diskursi su prakse koje *oblikuju objekte o kojima govore*."³⁶ U tom smislu diskurs ima posljedice po društvo i tiče se društvene moći.³⁷ Diskurzivne prakse mogu imati velike ideološke efekte - mogu proizvesti i reproducirati nejednak odnos moći između, naprimjer, društvenih klasa, žena i muškaraca, etničkih grupa / kulturne većine i manjina, kroz načine na koje predstavljaju stvari i položaj ljudi."³⁸

Teun A. van Dijk u svojoj definiciji naglašava "društveni kontekst" u kome se realizira diskurs. On diskurs definira kao one oblike društvene akcije i interakcije govornika / pisaca i slušatelja/čitatelja koji su smješteni u kontekste društvenih skupina i kultura. To je svaka ciljana, višekratna, verbalna *komunikacija* između pojedinaca i pojedinaca i grupe.³⁹

Najnovije shvatanje diskursa kao „sistema za stvaranje skupa iskaza i praksi koje pošto uđu u različite institucije izgledaju manje-više normalne" naglašava njegovu epistemološku funkciju. Diskurs "konstituiše stvarnost za svoje nosioce i pokazuje određenu mjeru povezanosti nivoa u svom obrascu socijalnih odnosa".⁴⁰ Subjekti diskursa, po Neumanu, *iskazima stvaraju i štite svoj svijet* definiran obrascima socijalnih ponašanja i odnosa kao normalnih. Prema tome, diskurs nije slučajan niti je neutralan, već je ishod stvarnosti i društvenog statusa subjekata diskursa, predrasuda, ideologije. Iz te perspektive na značaju dobijaju neka, naizgled formalna svojstva iskaza; poetičnost, ritam, iteracija, citiranje, obojene riječi, konotativnost i sl.

Sa stajališta naše rasprave diskurs ćemo razumijevati prvenstveno kao svojstvo sadržaja komunikacije koje se odnosi na *unutrašnju koherenciju i konzistenciju u načinu na koji se reprezentiraju pa i interpretiraju pojedini aspekti*

³⁶ Foucault, M. (1999). Diskursens orden, Oslo: Spartacus.

³⁷ Fairclough, N. L., & Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. In T. A. van Dijk (Ed.), Discourse Studies. A multidisciplinary introduction. Vol. 2. Discourse as social interaction. (pp. 258-284). London: Sage.

³⁸ Fairclough, N. L., & Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. In T. A. van Dijk (Ed.), Discourse Studies. A multidisciplinary introduction. Vol. 2. Discourse as social interaction. (pp. 258-284). London: Sage.

³⁹ Dijk, A. T. (2006). Isto.

⁴⁰ Nojman, B. I. (2009). Značenje, materijalnost, moć: Uvod u analizu diskursa. Beograd: Centar za civilno-vojne odnose. Aleksandria Press

stvarnosti (objekti, procesi, subjekatske pozicije, događaji). Etabliiran je kao *ustaljen način* na koji se ciljano (strateški) ili po inerciji predstavljaju predmeti, fenomeni, identiteti unutar konkretne komunikacijske zajednice. Sam taj način je kontekstualno određen. Konačna konsekvencija te koherencije i konzistentnosti je konstruiranje poželjnih stvarnosti, odnosno fantaziranje o njima. Pretpostavlja se da pošto kontekst (socijalna stvarnost) determinira iskaz i iskaz povratno utječe na kontekst (učvršćuje ga ili dekonstruira).

Ovako shvaćen diskurs moguće je istraživati iz različitih teorijskih perspektiva.

- *Poststrukturalistička perspektiva* aktuelizira način na koji društvene strukture nadziru, diskurzivne prakse i povratni utjecaj tako nadziranog diskursa na reprodukciju društvenih struktura (društvenih odnosa).
- *Sociološka i psiholingvistička perspektiva* se fokusira na *veze između prezentacijskih, argumentacijskih i jezičkih obrazaca diskursa*, koje uočava i objašnjava i *mentalnih modela stvarnosti* koji su u funkciji reprodukcije ideologije kao unutrašnje, kohezivne sile strukture društvene moći.
- *Komunikološka perspektiva* analize diskursa bavi se različitim komunikacijskim aspektima (ne samo jezičkim) *konstrukcije, odnosno dekonstrukcije shematskih slika pomoću kojih se osigurava koherentna reprezentacija stvarnosti.*

Teorija diskursa skupa sa sociolingvistikom i nizom drugih naučnih disciplina daju nam za pravo da pretpostavimo instrumentalno-funkcionalne spregnutosti konkretnih upotreba jezika i socijalnog konteksta (sa pozitivnim ili negativnim posljedicama). U nekim slučajevima te spregnutosti su *eksplicitne*, sa jasnim subjektima, metama, ciljanim efektima i načinima na koji se održavaju. Nije ih teško prepoznati, dokumentirati, prezentirati pa ni objasniti. U drugim slučajevima manje su prozirne, zamaskirane su iza tropa, implikacija, uokvirivanja, mentalnih prečaca, narativnih strategija, odabira žanrova. Njihovo prepoznavanje i dokazivanje je mnogo kompleksnije, a naročito sa stajališta intersubjektivne provjerljivosti i naučne objektivnosti. Iziskuje primjenu kompleksnih intersubjektivno prihvaćenih metodoloških postupaka.

U području aspekta subjekta diskursa analiza se fokusira na otkrivanje konzistentnosti i koherencija u načinu na koji pojedine grupe subjekata, više ili manje integrirane u institucije i pod nadzorom institucijskih normi, pretežno (tipično) reprezentiraju (označavaju) društvenu stvarnost. Pretpostavlja se da ta unutrašnja koherencija proizlazi iz jedinstvenog konceptijskog odnosa prema stvarnosti (modela stvarnosti koje dijele) koji je ključna identitetska odrednica grupe. U tom smislu istražuju se medijski diskursi, stranački diskursi, diskursi nevladinog sektora, korporativni diskursi i sl.

Polazište za analize su modeli uloga – „paketa pravila (normi) za to kako čovek treba da živi i da se ponaša“ u specifičnim socijalnim kontekstima i uopće.⁴¹

Uloga uključuje norme i odnose i radnje koji determinišu ukupno, pa i jezičko djelovanje, tako da iskazi postaju razumljivi i objašnjivi ako se uzme u obzir pozicija subjekta iskaza koja je u velikoj mjeri medijski (diskurzivno) stvorena kao očekivana i obavezujuća. To čini analizu diskursa pojedinih uloga, odnosno subjekatskih pozicija (lidera, marginaliziranih grupa, edukatora, educiranih, bijelih kragi, plavih mantila, izabranih političara) veoma atraktivnom i korisnom, pošto *dominantne reprezentacije pojedinih uloga* omogućavaju predviđanje ne samo jezičkog već i izvanjezičkog ponašanja, kako nosilaca pojedinih uloga tako i očekivanja drugih od njih.

Analiza može otkriti tri vrste subjekatske pozicije individua:

- *poziciju identifikacije* odnosno diskurzivne lojalnosti *modelu subjekatske pozicije*; kada ga iskazi podupiru, odnosno ne dovode u pitanje (profesor i studenti međusobno komuniciraju u skladu sa kanonima odnosa, politička ljevica se zalaže u parlamentu za interese nižih socijalnih slojeva, a politička desnica za interese krupnih poduzetnika i sl.);
- *pozicija protividentifikacije* - kada iskazi neočekivano i grubo narušavaju kanone komuniciranja i odnosa i suprotni su dominantnom modelu subjekatske pozicije.
- *pozicija dezidentifikacije*, koja podrazumijeva kreativnu dekonstrukciju modela promicanog dominantnim diskursom i stvaranje novog – usklađenog sa promjenom socijalnog konteksta.

Analiza treba identificirati narative koji su u funkciji identitetskog definiranja, odnosno samodefiniranja. To su priče o subjektima u diskursu, o tome ko su oni, šta se od njih očekuje, šta im je činiti da bi svoju subjekatsku poziciju realizirali u granicama očekivanja. Fokus je na znakovima koji navode na identifikaciju sa sugerisanim obrascima ponašanja i simbola kao konstitutivnim elementima identiteta (diferencirajućim aspektima Nas u odnosu na Njih).

Veoma često su subjekti diskursa institucije. Utemeljena su očekivanja da u modernom komunikacijskom okruženju institucije kontroliraju iskaze o sebi. U tom smislu institucije se ne definiraju toliko kao fizičke infrastrukture koliko kao sistemi normi i vrijednosti i ciljeva koji iznutra determiniraju obrasce kako jezičkih tako i nejezičkih praksi.

⁴¹ Nojman, B. I. (2009). Značenje, materijalnost, moć: Uvod u analizu diskursa. Beograd: Cnetar za civilno-vojne odnose. Aleksandria Press

Diskurs institucija po pravilu ima dva sloja; prvi se odnosi na površinske strukture (organizaciju, izvršioce, menadžment, djelatnost), a drugi na dubinske strukture, organizacijsku filozofiju i kulturu, odnosno elemente identiteta – institucijske autorefleksije *jastva*⁴². Cilj je analize otkriti način na koji se organizacijama diskurzivno dodjeljuju određene subjekatske pozicije, odnosno načine na koji ih same institucije (organizacije) kao subjekti diskursa (svojim samoprezentirajućim PR komunikacijama) grade a potom i štite.

Michel Foucault razlikuje tri glavna načina kojim institucije kontroliraju vlastite reprezentacije u javnosti:

- *onemogućavanjem* (više ili manje direktnim) diseminacije nepovoljnih prezentacija u javnosti (zabrana, tabuiziranje, pritisci, ucjenjivanje, kljentelizam);
- *diskvalifikacijom iskaza* kao neistinitih, nepotpunih, zastarjelih, nerelevantnih, suviše pojednostavljenih, dekontekstualiziranih i sl.;
- *diskvalifikacijom autora* (subjekata) iskaza kao nekompetentnih, neobjektivnih, zlonamjernih.⁴³

U području aspekta *shematskih slika*, analiza se bavi modelima stvarnosti, odnosno modelima događaja i modelima konteksta koji se pokušavaju nametnuti kao relativno trajni i stabilizirajući okviri interpretacije (podupiranja ili dekonstrukcije) stvarnosti. U tom smislu možemo govoriti o pozitivističkom diskursu, subverzivnom diskursu, diskursu održanja statusa quo, diskursu dekonstrukcije i sl.

Ljudsko znanje je nužno apstraktno; objektivnu stvarnost je moguće posredovati samo *pojmovima* koji sami po sebi funkcioniraju kao apstraktni mentalni okviri (oznake) fokusirani samo na pojedine, definirajuće aspekte objekta spoznaje i posredovanja. Ti *okviri* su nužno podružtvljeni, oko njih mora postojati određeni stupanj saglasnosti unutar komunikacijskih zajednica, da bi komuniciranje, kao razmjena percepcija i spoznaja uopće bila moguća. Radi toga se sva nastojanja da se utječe na način na koji će pojedinci odnosno veće ili manje društvene grupe interpretirati stvarnost, neizbježno posredovanu verbalno-simboličkom komunikacijom, svode na nametanje interpretativnih okvira, odnosno mentalnih modela događaja i stvarnosti, koji će po principu mentalnih prečaca osigurati da se emitirane ili dostupne činjenice tumače na određeni način. U tom smislu mentalni okviri

⁴² Jastvo – autorefleksija, predstava o samom sebi, odgovor na pitanja: ko sam ja?, šta se od mene očekuje?, šta mogu sebi dozvoliti?, šta mi je činiti? Uticaj na taj odgovor u samom je središtu politike i političkog diskursa.

⁴³ Foucault, M. (1999). *Dikursens orden*, Oslo: Spartacus.

funkcioniraju kao *operativne forme ideologija* (uopćavajućih, generalnih mentalnih struktura za krajnje intencionalno organiziranje empirijskih činjenica). Ideologije kao oblik društvene svijesti, ali i kao opravdanje za aktuelni ili projektovani poredak u strukturi moći, u diskurs se ugrađuju (transponuju) mentalnim modelima događaja. Njihova privlačnost i efikasnost zasnivaju se na izmirivanju protivrječnosti između individualne upotrebe (omogućavanja izvjesne mjere slobode pojedincima da na svoj način, primjeren ličnom iskustvu, ličnoj situaciji i samopercepciji interpretiraju stvarnost oko sebe) i realizacije potrebe za zajednicom.

Mentalni modeli događaja pojavljuju se u različitim oblicima - od mitova i legendi do teorija, pseudo-teorija (kakve su teorije zavjere), utopija, vizija, stereotipa i predrasuda.

Za adresanta su *mentalni okviri* sredstvo smislenog predstavljanja podataka, a za adresate alati za razumijevanje pridavanja smisla podacima tako što se oni integriraju u njihove kognitivne sheme. Obje strane posredstvom upotrebe simbola, često bez čvrstog uporišta u empirijskim činjenicama, stvaraju svjetove koji im odgovaraju. U suštini radi se o nadomještanju svijeta, verzijama svjetova u kojima je supstanca rastvorena u funkciji.⁴⁴ Razlozi mogu biti različiti. Na jednoj strani pojedinci ne mogu razumjeti svijet zbog njegove nepregledne kompleksnosti i dinamične promjenljivosti i time aktivno klasificirati i interpretirati svoje životno iskustvo kao smisleno u tom svijetu bez interpretativnih shema. Goffman ih naziva „primarnim okvirima“⁴⁵. Interpretativne sheme omogućuju pojedincima da određene semantičke strukture u tekstu percipiraju i lociraju kao informacije te da im pridaju konkretna značenja.⁴⁶ U tom smislu framovi jesu kognitivne strukture koje unose red prvo u spoznaju stvarnosti a potom i u samu stvarnost. Funkcioniraju kao *okviri* u koje se „utrpavaju“ činjenice (uključujući i poredak između njih) da bi im se pridalo određeno značenje, a sve u cilju reprodukcije određene ideologije, na kojoj se zasnivaju konkretni odnosi društvene dominacije, odnosno izgradnje, učvršćivanja i reprodukcije kolektivnih identiteta i imidža. To su okviri koje su adresati već usvojili u svom prethodnom socijalnom, kulturnom i interpretativnom iskustvu i u koje su na neki način zarobljeni. Funkcioniraju kao mentalne mape za snalaženje u dnevnoj dinamici stvarnosti). Gamson i Modigliani ih definiraju kao „središnje ideje ili priče oko kojih

⁴⁴ Gudman, N. (2014). Načini stvaranja sveta. Novi Sad: Mediteran Publishing.

⁴⁵ Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. New York: Harper and Row.

⁴⁶ Goffman, E. Isto,

se organiziraju činjenice i koje im daju smisao.⁴⁷ Predstavljaju „osobno iskustvo i tumačenje događaja...ono što ljudi osobno znaju o takvu događaju.“⁴⁸ Ovdje je ključno uočiti da se ne radi o konkretnom događaju, već o *vrsti*, kao i da po pravilu uključuju općenitija znanja koja su stečena u dužem periodu socijalizacije, učenja, komunikacijskih i kulturnih interakcija unutar grupe i između grupa, konzumiranja medijskih izvještaja o istovrsnim događajima koji su se dešavali ranije i sl. Na drugoj strani, svi oni koji nastoje utjecati na tuđa mišljenja i ponašanja intencionalno nameću svoje načine shvaćanja objekata stvarnosti i paradigmatičnih odnosa među njima (uključujući i simbole).

3.1.2. EMPIRIJSKO DEFINIRANJE PREDMETA ISTRAŽIVANJA

Na empirijskom nivou predmet kvalitativne analize sadržaja (diskursa) je *korpus iskaza definiran temom, subjektom, predmetom, kanalom, vremenom, mjestom, žanrom i sl.*

Nojman iskaz definira kao najmanju jedinicu u analizi diskursa, veću od jedne rečenice.⁴⁹ Međutim, sa stajališta analize diskursa treba uzeti u obzir općije određenje po kome je iskaz *simbolička radnja kojom se odvija eksternalizacija ideja, misli, stavova i namjera komunikatora*.⁵⁰ Ovakvo određenje naglašava činjenicu da je iskaz cjelovit, kompleksan i intencionalan momenat u komunikaciji, determiniran socijalnom situacijom (kontekstom) svog subjekta (onog koji ga iskazuje). Svaki iskaz podrazumijeva:

1. upotrebu znakova u okviru konkretnog znakovnog (jezičkog) sistema,
2. sadržaj,
3. referenta, odnosno objekt označavanja,
4. adresanta i adresata iskaza i
5. kontekst.

U tom smislu u empirijskoj ravni predmet istraživanja može biti fokusiran na pojedine aspekte iskaza.

⁴⁷ Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1987). The changing culture of affirmative action. In R. G. Braungart & M. M. Braungart (eds.), *Research in political sociology*, vol. 3. Greenwich, CT: JAI Press, pp. 137–177.

⁴⁸ Teun A. van Dijk (2006) Ideologija: multidisciplinarni pristup. Golden marketing – Tehnička knjiga. Zagreb

⁴⁹ Nojman, B.I. (2009). Značenje, materijalnost, moć: Uvod u analizu diskursa. Beograd: Cnetar za civilno-vojne odnose. Aleksandria Press

⁵⁰ Kurtić. N. Kod novinarstva (2006). Media Plan Institut, Sarajevo

1. *Upotreba znakova.* Samo znakovi upotrijebljeni unutar očekivanih, odnosno uobičajenih pravila konkretnog znakovnog sistema u stanju su precizno denotirati kako referenta (objekt prezentacije) tako i referenciju (subjektivnu predodžbu o referentu). Svaka neuobičajena i neočekivana upotreba znakova, *svako narušavanje znakovnog sistema, uzima se u analizi diskursa za indikator izvanjezičkih utjecaja* i predmetom je posebnog tumačenja. Kada izvještavanje (odašiljanje poruka kanalima masovnog komuniciranja) shvatimo kao nizanje lingvističkih jedinica, a poruku kao dovršen lanac jezičkih iskaza, logično je zapitati se da li je adresant bio nečim ograničen pri izboru i kombiniranju simbola i da li su ga ta ograničenja sputavala da informaciju *per se* prevede bez većih gubitaka u informaciju *per nos*. Riječ je o lingvističkoj dimenziji slobode govora koja se primarno interesira za iskazivost jezičkim sredstvima toga što namjerava iskazati.⁵¹

Ovako postavljeno pitanje upućuje nas na pretresanje slučajeva *semantičke entropije*. Pri tome uzimamo u obzir ključni problem semantičkog determiniranja poruke koji proizlazi iz dvovalentnosti simbola (riječi) od kojih se gradi. Svaki simbol ima sloj *doslovnog (denotativnog)* značenja, kojim se povezuje izravno sa predmetom označavanja, i sloj koji je promjenljiv (*konotira*) ovisno o poziciji (situaciji) u odnosu na druge simbole u poruci. Mogućnost neograničenog broja mogućih kombinacija različitih simbola za posljedicu ima neizvjesnost aktiviranja denotativnog odnosno konotativnog značenjskog sloja u svakoj konkretnoj situaciji. Nalaz da jedan simbol (znak ili riječ) više denotira ili konotira, ovisno o semantičkom kontekstu (odnosa naspram ostalih simbola ulančenih u poruku) može nas zadovoljiti tek ako je podrazumijevana primarna komunikacijska, odnosno jezička kompetencija komunikatora, odnosno očekivanje da je vodio brigu o cjelini poruke, dakle, ne samo o izabranim riječima i drugim simbolima i o poretku među njima već i o ukupnoj situaciji u kojoj se odvija komunikacija (o tome šta se i kako u takvoj situaciji može kazati) kao i o cijelom spektru mogućih načina percepcije poruke. Jednostavno kazano, pretpostavljajući semiotičku (označivačku) kompetenciju komunikatora, pretpostavljamo da je iskaz semantički determiniran, i pored neizbježne dvovalentnosti (višeznačnosti) simbola. Uočavanje neuobičajene upotrebe simbola dovodi u centar pažnje okolnosti pod kojim se to desilo.

Na neuobičajenu upotrebu simbola komunikatori se opredjeljuju iz više razloga - nekada je to njihova društvena pozicija koja ih obavezuje

⁵¹ Kurtić, N. (2006). Kod novinarstva. Sarajevo: Media Plan Institut.

da stvari oko sebe ne imenuju uobičajenim imenima, nekada nepotpun doživljaj referenta, a nekad i posebna intencija kako u vezi sa referentom tako i sa recipijentima (ostvariti posebne komunikacijske i spoznajne efekte). U svim slučajevima neuobičajena upotreba simbola upućuje na postojanje dodatnih značenja u tekstu, koje je moguće dekodirati samo ako se uzmu u obzir okolnosti pod kojim je do toga došlo. Paradigma za tumačenje takvih govornih činova (iskaza) glasi *AKO JE – TADA JE*.⁵² *Ako u poruci imamo neuobičajenu upotrebu znakova – tada ona izvjesno sadrži i neka posebna značenja. Ako iskaz prenosi neka posebna značenja, tada postoje i razlozi za to.*

Na posebnu upotrebu simbola ukazuju implikatori.⁵³ U tom smislu implikatori su metaznakovi – znakovi o znakovima.

Semantički potencijal implikatora zasniva se na postojanju značenjske navike kod recipijenata u vezi sa različitim oblicima prezentacije poruka iz kojih izvode zaključke i o samim referentima.

Analiza implicitnih značenja podrazumijeva prethodnu ocjenu pridržavanja načela semiotizacije u istraživanom korpusu tekstova. Naime, da bi *implikatori* funkcionirali kao element semantičke strukture poruke (da bi ukazivali na nešto što se podrazumijeva u njihovom prisustvu), proces semioze mora biti zasnovan na osnovnim načelima semiotizacije. To su: načelo korespondentnosti, načelo legitimnosti, načelo generičke prikladnosti i načelo koherentnosti.

- *Načelo korespondentnosti* odnosi se na jednoobraznu upotrebu simbola u okviru istog komunikacijskog čina.
- *Načelo legitimnosti* upućuje na organiziranje poruke u okviru jezičkih normi i semantičkih navika konkretne komunikacijske zajednice.
- *Načelo generičke prikladnosti* upućuje na dosljedno pridržavanje pravila (generička svojstva) žanra.
- *Načelo koherentnosti* upućuje na usklađivanje upotrebe simbola u pojedinim elemenatima iskaza sa smislom poruke u cjelini.

⁵² Nojman upotrebu metafora povezuje sa diskurzivnom situacijom u kojoj je nužno prikriti neko uvjerenje, koje ne može biti denotirano na uobičajen način. Metaforama se "priča usmjerava u određenom pravcu a tema predstavlja na određeni način."

⁵³ Ovisno od žanrovske identifikacije; da li je (nadnaslovom) razvrstan u informativne, edukativne ili rekreativne, odnosno u vijest, komentar ili satiru, dijelovi ili iskaz u cjelini će nositi različita značenja. Na isti način semantičku sadržinu dobijaju količina vremena i prostora (obim poruke), ugled komunikatora koji pokriva određeni događaj, mjesto u emisiji (pozicioniranje i hijerarhizacija) koje dobija poruka, isticanje naslovom, opremanje poruke ilustracijama i posebnim najavama.

Provjera (ocjena) okupljenosti osnovnih načela semiotizacije otklanja mogućnost da neki znakovi pri dekodiranju teksta budu protumačeni implikatorima, neovisno o volji komunikatora.

Predmetom analize mogu biti:

- *Strukturni odnosi u tekstovima* u kontekstu sustava označavanja koji čine odnosi između označitelja (znakova) i označenog i uzajamni odnosi tako definiranih znakova, pošto je pravi smisao *nekih znakova* moguće odrediti isključivo usporedbom sa drugim znakovima iz istog sistema označavanja.
- *Morfologija narativa* - način na koji sintagmatske strukture usustavljene po određenim pravilima čine naraciju (narativnu strukturu karakterističnu za određene medije, odnosno određene teme).
- *Narativna struktura teksta* - profili likova, načini na koji se oni ponašaju, poteškoće (zapleti) sa kojim se suočavaju i načini na koje ih rješavaju u relaciji sa obrascima stvarnog života – ili ih odražavaju ili ih promiču.⁵⁴
- *Struktura i formati poruka* - korištenje metafora i struktura argumentacije ili obrazloženja poruka. Pretpostavka je da su sadržaji (poruke) komuniciranja produkt intencionalno odabranih tehnika i sredstava u cilju ostvarivanja poželjnog, odnosno očekivanog efekta. Uključuje: identificiranje vanjskih karakteristika upotrijebljenih jezičnih ili slikovnih izraza, funkcionalno-instrumentalnu analizu sintaktičkih svojstava teksta, razjašnjavanje praktičnih aspekata konkretne upotrebe jezika kao strateškog komunikatorovog opredjeljenja (izbora) između više mogućih praksi.
- *Mitološka osnova narativa* - analiza je usmjerena na vertikalnu koherenciju načina na koji se određeni događaji, teme i predmeti predstavljaju. Nekada se ide veoma duboko, do mitova, odnosno arhetipskih modela stvarnosti koji stoje iza aktualnih naracija. Mitovi su duboke psihološko-vrijednosne strukture (arhetipovi) koje odražavaju samu srž ljudske kulture i određenog tipa društva.⁵⁵
- *Obrasci uparivanja opozicija unutar teksta* (paradigmatska struktura). Pažnja se usmjerava na primjere latentnih suprotnosti, koje su u dubljim slojevima teksta i znaka, ali stvaraju značenja. *Prvo* se u jedinici analize sadržaja identificira i opiše temeljna binarna suprotnost prezentiranih slika. Nakon toga se nastoji *pronaći pravilo* koje važi za

⁵⁴ Liebes i Livingstone (1994) ispituju stupanj korespondiranja stvarnih rodbinskih odnosa i narativnih rodbinskih odnosa predstavljenih u engleskim i američkim sapunicama.

⁵⁵ Društvene funkcije mita u razvoju civilizacije razjasnio je Lévi-Straussa.

obje strane (binarne suprotnosti; A i ne A) – to je ideja vodilja (zajednička nit) koja podupire i tezu i antitezu. Zaključak o zajedničkoj niti se tretira kao hipoteza. *Završni korak* se odnosi na provjeravanje važenja zajedničke niti (teme) za cijeli uzorak istraživanja.

- *Ideološke pretpostavke kodiranja i dekodiranja poruka* i mogući utjecaj na publiku. Polazna je pretpostavka da svaki pojedini oblik jezičnog izraza u tekstu ima svoju ideološko-vrijednosnu pozadinu te da izbor načina na koji je rečeno nešto (jezički reprezentirana stvarnost) nije slučajna. Razlike u izrazu i zastupljenosti odražavaju ideološke razlike. Analizom se 1) rekonstruiraju tačke gledišta na kojima se zasniva konkretni narativ, 2) transparentiraju se odnosi moći u diskurzivnoj zajednici i 3) otkrivaju nedostaci u situaciji.⁵⁶
2. *Sadržaj iskaza* se odnosi kako na tematsku agendu diskursa tako i na žanr u kome je iskazan. Pridavanjem značaja jednim na račun drugih tema (objekata reprezentacije) dizajnira se posebna simbolička stvarnost s intencionalno naglašenim vrijednostima i ciljevima koji presudno utječu na izvanjezičku praksu, odnosno na način na koji će adresati (publika) reagirati na stvarnost.⁵⁷ Izborom žanra reprezentacije nameće se narativna struktura koja podržava preferirane mentalne modele događaja, odnosno mentalne modele stvarnosti. To praktično znači prevrednovanje činjenica prema relevantnosti, redefiniranje uzročno-posljedičnih odnosa i, konačno dekonstrukciju događaja, odnosno stvarnosti. Tematska agenda i žanr prezentacije u funkciji su nametanja mentalnih modela događaja, a preko njih i reprodukcije ideologije (mentalnih modela stvarnosti).

U području tematskog aspekta analiza je prvenstveno zainteresirana za društvena, odnosno politička pitanja koja se u određenom vremenskom periodu tematiziraju u javnom (najčešće masmedijskom) diskursu, kao pitanja (teme, aspekti stvarnosti) od značaja za konkretnu društvenu zajednicu, odnosno pojedine segmente društva (dominantne, vladajuće, moćne, na zalasku ili u usponu, marginalizirane i pauperizirane). U tom smislu govori se o diskursu razvoja, jednakosti, nejednakosti, životnog stila, droge, antisemitskom diskursu, isključivanja ili inkluzije u demokratske procese, migracijskom diskursu, ekološkom

⁵⁶ Jensen je (1987) analizirajući informativni program američke televizije uočio da vijesti načinom referiranja na dnevne događaje promiču određenu ideološku *viziju* američkog ekonomskog sustava.

⁵⁷ Istraživanja pokazuju da birači prosuđujući kandidate na političkim izborima prevashodno obraćaju pažnju na teme i pitanja koja ističu mediji.

diskursu, diskursu pobačaja, nacionalističkom diskursu, diskursu agresije i diskursu odbrane, rodoljubnom i izdajničkom diskursu i sl. Analiza se bavi obrascima (ustaljenošću načina) na koji se u diskursu reprezentira neki konkretan predmet, odnosno tema kao preddefinirana vrsta, odnosno tip. Traga se za odgovorima na pitanja:

- Da li prisustvo, ili čak odsustvo neke teme u javnom diskursu korespondira značaju u stvarnom životu? Pri tome je moguće otkriti sistematično marginaliziranje značajnih predmeta (tema) kao i sistematično hipertrofiranje značaja marginalnih predmeta (tema).
- U slučaju marginaliziranja treba utvrditi razloge da li je to posljedica formalnog ili neformalnog institucionaliziranja javnog diskursa (izravnih pritisaka na komunikacijski sistem) ili efekata djelovanja shematskih slika stvarnosti?⁵⁸
- Da li konkretni diskursi (obuhvaćeni uzorkom) korespondiraju diskursu (načinu reprezentiranja) vrste kojoj predmeti, odnosno teme pripadaju?⁵⁹
- U slučaju kojih se predmeta, odnosno tema diskurs zadržava na nivou uopćenih priča o vrsti?
- Da li je moguće promijeniti (dekonstruirati) konkretni diskurs, zašto bi to bilo dobro i u kom pravcu bi ta promjena išla?

U fokusu interesiranja su ne samo načini na koji su zastupljene i predstavljene određene teme, izvori informacija, pojedine kategorije društvenih aktera i događaja već i *pozadina odabira* (opredjeljivanje za jedne po pravilu je značilo marginaliziranje drugih) i *konsekvence tih odabira* (međusobna suprotstavljenost odabranih elemenata).

3. *Referent, odnosno objekt* referencijalno je ishodište iskaza, ono na što se odnosi sadržaj. Referenti su preddefinirani mentalnim modelom stvarnosti, ali kada već postanu predmetom reprezentacije (iskaza) tada do izražaja (u načinu na koji će biti predstavljeni) dolaze mentalni modeli događaja; shematske slike sa preddefiniranim pozitivnim i negativnim ulogama. Ishod toga je koherencija *u načinu reprezentiranja* određenih objekata, odnosno vrsta objekata u konkretnim diskursima. Polazna premisa je da su izvještaji (diskursi) o konkretnim događajima,

⁵⁸ Desnica je u RS-u itekako živa mada je nema u federalnim medijima, upozorava kolumnista Dragan Bursać na portalu Analiziraj.ba. (<http://analiziraj.ba/author/dbursac/>) (Pristupljeno 25.08.2017.)

⁵⁹ Kako, naprimjer, novine prezentiraju domaće nacionalističke ispade, da li ih oštro osuđuju kao nacionalizam uopće?

pojavama, procesima i trendovima ukalupljeni u grupne *mentalne modele tipova događaja*, odnosno predmeta i žanrovske modele, odnosno kulture vijesti koji dodatno utječu na diskurzivne reprezentacije. Analiza bi trebala otkriti koji su to i čiji modeli u čiju su korist i da li su u funkciji očuvanja *statusa quo*, ili su u funkciji društvenih promjena.⁶⁰

Diskurs događaja, odnosno procesa može biti:

- *određen subjektima i prirodom institucija* (normativnog ustroja) u kome se događaji spoznaju, reprezentiraju i interpretiraju;
 - *intertekstualan* – u vezi sa *općijim shvatanjima konteksta u kojem se konkretni događaji dešavaju* ali i tumače kao tragovi, dokazi, simptomi apstraktnijih koncepata i istina višeg nivoa aktuelnosti;
 - *određen vremenom*, odnosno specifičnom situacijom u kojoj se reprezentacija događaja dešava, pa prema tome i podložan promjenama koje se dešavaju sa promjenom (razvojem) situacije;
 - *zarobljen (ograničen) prethodnim ili uporednim diskursima*;
 - *uramljen u interese i shematske slike* subjekata (grupa) koje stoje iza njega.
4. *Adresant* je subjekt iskaza. To je komunikator. Lična jednačina subjekta iskaza, njegov socijalni, ekonomski, kulturni, politički, obrazovni, ideološki profil (identitet) utječu na mentalne modele stvarnosti i događaja koji u konačnici determiniraju epistemološku i semantičku dimenziju iskaza. Zbog toga diskurse (iskaze) konkretnih adresanata, odnosno vrsta adersanata odlikuje uočljiv stupanj ujednačenosti (koherencije) i moguće ih je predviđati.
 5. *Adresat* je intencionalno ishodište iskazivanja, onaj kome je iskaz upućen (čitatelj, slušatelj, gledatelj), kome se nešto iskazuje i na koga se želi utjecati, nametnuti mu zajedničku simboličku viziju, odnosno integrisati ga u simboličku zajednicu. Iskaz, više ili manje, eksplicitno odražava vrstu faktičkog i željenog odnosa (odnos moći) između adresanta i adresata. Diskurs po definiciji podrazumijeva da se radi o simetričnom odnosu, komunikacijskih partnera (dijalogu) međutim, u stvarnosti je to prava rijetkost. Diskursi reflektuju i uspostavljaju odnos moći. Funkcionalno su spregnuti sa egzistencijalnom potrebom društvenih skupina za ideološkom legitimacijom i pozicioniranjem u strukturi društvene moći. To se postiže nametanjem i legitimiranjem određenog shvatanja stvarnosti u kome je određeni poredak u društvenoj strukturi normalan (očekivan), opravdan, moralan i prihvatljiv.

⁶⁰ Koncem prošlog (dvadesetog) stoljeća veoma plauzabilna tema u istraživanjima medija odnosila se na odnos medija naspram društvenih promjena.

6. *Kontekst* je situacija iskazivanja (diskursa), koja se na preceptivnom nivou kristalizira u mentalni model konteksta – obrazac *prihvatljivog i racionalnog* komunikacijskog ponašanja s obzirom na situaciju adresata i adresanta.

Za svaki od ovih aspekata korpusa konkretnih iskaza, pojedinačno ili u sprezi s drugim, može se pretpostaviti da su u funkciji legitimiziranja ili delegitimiziranja konkretnih ideologija i pripadajućih im sistema vrijednosti, socijalnih sistema, grupnih identiteta, projekcija budućnosti i akcionih programa, struktura društvene moći i mogu biti izabrani kao empirijski predmet analize.

3.2. FORMULIRANJE ISTRAŽIVAČKOG PITANJA

Analiza se zasniva na jednom ili više istraživačkih pitanja kojima se postavlja problem istraživanja. Istraživačka pitanja se mogu odnositi na način na koji se prezentiraju: 1) događaji, 2) teme, problemi, procesi, pojave, trendovi, 3) subjekatske pozicije i 4) institucije.⁶¹

Istraživačko pitanje se formuliра iz perspektive sumnje (pretpostavke) da je konkretni diskurs u funkciji: 1) ideološkog nadzora nad društvom, 2) nametanja i reprodukcije moći, dominacije i parcijalnih interesa, 3) identitetskih samoodređenja i homogeniziranja, 4) ostvarivanja premoći u natjecanju vizija, 5) međusobnog razumijevanja i harmoniziranja različitosti i 6) informiranog izbora između alternativnih mogućnosti.⁶²

3.2.1. DA LI JE DISKURS U FUNKCIJI IDEOLOŠKOG NADZORA NAD DRUŠTVOM?

Ne samo da je moderno, već je i sasvim opravdano određene diskurse (tekstove) definirane subjektima, temom, kanalom, mjestom i vremenom, žanrom i sl. podvrći sumnji da su u funkciji reprodukcije ideologija, odnosno ideološkog nadzora nad diskurzivnom pa i ukupnom praksom govorne zajednice. Pri tome ideologiju razumijemo mnogo šire nego što smo to činili u vrijeme dominacije marksističke paradigme i redukcionističke klasne definicije. Mnogobrojni autori su je različito definirali, ali njenu jezgru čini

⁶¹ Nojman, B. I. (2009). Značenje, materijalnost, moć: Uvod u analizu diskursa. Beograd: Centar za civilno-vojne odnose. Aleksandria Press.

⁶² Ne mislimo da smo spektar mogućih instrumentalno-funkcionalnih sprega diskursa i ciljeva ovime iscrpili.

određenje po kome je to *koherentan i relativno stabilan skup vjerovanja ili vrijednosti, koji služi kao generalni okvir za razumijevanje, reprezentiranje i organiziranje stvarnosti*. Za analizu diskursa, koja se, u osnovi, bavi prepoznavanjem utjecaja ideologije na diskurs, odnosno utjecaja diskursa na reprodukciju ideologije, referentne su prije svega definicije ideologije koju su dali teoretičari diskursa.

Teun van Dijk za ideologiju kaže da je to *temeljna društvena spoznaja koja odražava osnovne ciljeve, interese i vrijednosti skupina*.⁶³ To praktično znači da ideologija, referirajući na stvarnost (svijet u kome živimo), referira i na nas same, na naše ciljeve, interese i vrijednosti u koje smo kao pripadnici grupnih identiteta spoznajno uokvireni. To su *kognitivni programi* kojima se uspostavlja konzistentan i koherentan odnos među informativnim činjenicama u vidu shematskih (tipskih) narativnih slika iz čije perspektive se odnosimo praktično naspram stvarnosti.

Norman Fairclough ideologije definira kao one "reprezentacije aspekata svijeta koje doprinose uspostavljanju i održavanju odnosa moći, dominacije i eksploatacije. Mogu biti sadržane u načinima interakcije (u žanrovima) i inkorporirane u načine na koji se prikazuju pojedini identiteti".⁶⁴ Ideologijama su protkane svakodnevne referencije na svijet, na život, na odnose u društvu. Moguće ih je prepoznati prerusene u konceptualnim metaforama i analogijama u svim diskurzivnim žanrovima, od laičkog lamentiranja nad sudbinom i životnim tegobama do političkog nadmetanja i naučnog nadmudrivanja.

Ruth Wodak i *Michael Meyer* ističu četiri centralne karakteristike ideologije, pod čijim utjecajem su diskursi.⁶⁵ To su: 1) majorizacija moći u odnosu na spoznaju (moć važnija od spoznaje pa i od istine), 2) primat ideoloških kriterija za evaluaciju stvarnosti (ideologija važnija od objektivnosti), 3) usmjerivačka moć ideologije (usmjerava društvenu akciju – prema stvarnosti se odnosimo na osnovu predstava o stvarnosti) i 4) ustrajnost koja se manifestira kao logička koherentnost (identične shematske slike stvarnosti se ponavljaju u više tekstova).

Zajedničko ovim, ali i drugim definicijama artikuliranim u granicama teorije diskursa jeste da u ideologiji prvenstveno vide „obrazac društvenog mišljenja; okvir za definiranje dobrog, odnosno lošeg, pogrešnog, odnosno

⁶³ Dijk, A. T. A. (2006) Ideologija: multidisciplinarni pristup. Zagreb: Golden marketing - Tehnička knjiga.

⁶⁴ Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.

⁶⁵ Wodak, R., Meyer, M. (2009). *Methods for Critical Discourse Analysis*. London: Place of Publication, Publisher / www.miguelangelmartinez.net/.../2008_Wodak_Critical_Discourse_Analysis_Ch_01..../ (Pristupljeno 3.06. 2017).

ispravnog u društvenoj strukturi”.⁶⁶ To je veoma apstraktan obrazac koji primarno referira na vrstu, odnosno tip (model) objekta stvarnosti (pojavu, proces, događaj); naprimjer na: siromaštvo uopće, državne intervencije na tržištu, spolnu neravnopravnost. Zahvaljujući toj apstraktnosti, u stanju je funkcionirati kao okvir za razumijevanje i interpretaciju svih pojedinačnih, konkretnih slučajeva. Tragom ovakvog određenja ideologije opravdano je pretpostaviti da su *ispod površine narativa* prikriveni obrasci njene reprodukcije i promicanja.

Analiza diskursa se fokusira na prepoznavanje u tekstu tih obrazaca koje Foucault⁶⁷ razumijeva kao skup pravila definiran u određenom periodu i za određeno društvo a koja reguliraju granice i oblike izražavanja, 2) granice i oblike održavanja, 3) granice i oblike pamćenja i granice i oblike reaktivacije.⁶⁸ Naziva ih *arhivom*.

Analiza diskursa treba otkriti iz perspektive kojeg je relevantnog arhiva (skupa pravila označavanja) saopćen analizirani iskaz. To uključuje inventurisanje materijalnih uvjeta za poduzete jezičke i nejezičke radnje u području diskursa i razumijevanje institucija (obrazaca jezičkih i nejezičkih radnji).

„Cilj analize diskursa je da prouči uvjete za ono što je rečeno i što je urađeno; kako jedna izjava aktivira ili uključuje u igru seriju socijalnih praksi; i kako iskaz iz svog ugla potvrđuje ili negira ove prakse”.⁶⁹

Otkrivaju se pravilnosti (ustaljenosti) u upotrebi simbola koji odražavaju konkretne socijalne odnose (kako stvarne tako i preferirane i ciljane). Dakle, analiza diskursa jednu govornu (jezičku) radnju može tretirati kao *nezavisnu varijablu* (od koje neki aspekt socijalne stvarnosti ovisi), ali i kao *zavisnu varijablu* (koja je definirana i determinirana socijalnom stvarnošću). U tom smislu usmjerena je na otkrivanje „*diskurzivne formacije*” kao ustaljenog načina prikazivanja nekoga ili nečega. U većini slučajeva to podrazumijeva:

- analizu namjera subjekta diskursa (autora) - šta je želio postići svojim iskazima (za sebe i za svoju referentnu socijalnu ili kulturnu grupu);
- analizu željenih grupa – kome je diskurs upućen, na koga se želi utjecati;
- analizu željenih i mogućih efekata;

⁶⁶ Dijk, A. T. A. (2006) Ideologija: multidisciplinarni pristup. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.

⁶⁷ Foucault, M. (1991). „Answer to a Question“ pp. 53-72 & The Foucault Effect (ed. Graham Burchell, Colin Gordon & Peter Miller). London: Harvester Wheatsheaf.

⁶⁸ Nojman, B. I. (2009). Značenje, materijalnost, moć: Uvod u analizu diskursa. Beograd: Centar za civilno-vojne odnose. Aleksandria Press

⁶⁹ Nojman, B. I. (2009). Značenje, materijalnost, moć: Uvod u analizu diskursa. Beograd: Centar za civilno-vojne odnose. Aleksandria Press

- analizu recepcije (podrške ili osporavanja);
- analizu ostvarenih efekata, prvenstveno sa stajališta utjecaja na dominantne obrasce razumijevanja stvarnosti. Ovim aspektom zahvata se sposobnost diskursa da mijenja, stabilizira ili destabilizira određene tipove socijalnih praksi tako što nameću diskurzivne formacije.

Treba doprijeti do *perceptivnih okvira* (frame) pod čijim utjecajem su bili subjekti diskursa, opažajući, uglavnom veoma selektivno, društvenu stvarnost o kojoj se izjašnjavaju. Ti perceptivni okviri odražavaju shvaćanje stanja normalnosti, prihvatljivosti, poželjnosti, podrživosti.⁷⁰

Ključno je iz teksta, ali i na osnovu drugih izvora, razumjeti poziciju subjekta diskursa. Pretpostavlja se da su subjekti diskursa pod snažnim pritiskom 1) svoje socijalne situacije, 2) institucionalne strukture društva i 3) uporednih (kompetitivnih) diskursa. U tom smislu opravdano je pretpostaviti da su diskurzivne (simboličke) reprezentacije stvarnosti *konstruirane stvarnosti* koje su neizbježno različite od *stvarne stvarnosti*.

Pošto je jezik kao medij reprezentacije ne samo znakovni već i socijalni (relacioni) sistem, analizom jezičko-simboličkih čestica diskursa moguće je razotkriti socijalne relacije koje se kriju iza konkretne verbalno-simboličke konstrukcije stvarnosti. Te relacije su, veoma često, skrivene i o njima treba zaključivati i posredno, uzimajući u obzir cijeli spektar jezičkih funkcija. Tu se vraćamo Jakobsonu koji praktičnu aktualizaciju određenih jezičkih funkcija⁷¹ (referentna, konativna, ekspresivna, metalngualna, "phatic") povezuje s komunikacijskom situacijom, a identificiranje komunikacijske situacije (tipične za konkretnu kulturu) u kojoj se desio komunikacijski čin uzima za nužan uvjet njegovog razumijevanja.⁷²

Nekada se radi o eksplicitnom promicanju, ali u velikom broju slučajeva riječ je o ustrajnoj interpretativnoj konzistentnosti pri reprezentaciji određenih objekata (događaja) koja će rezultirati njihovim ciljanim imidžom, odnosno imidžom samog subjekta diskursa. Ta ustrajnost (inertnost) diskur-

⁷⁰ Nojman, B.I. (2009). Isto.

⁷¹ Izjave mogu biti više ili manje:

- referentne (funkcija im je da tvrde – izvještavaju o svijetu),
- konativne (usmjeravaju recipijenta da se ponaša na određeni način),
- ekspresivne (usmjerene su na izazivanje pozornosti),
- metalingualne (daju dopunske informacije o jeziku ili drugim sustavima u kojem su komunkaicijki događaji kodirani),
- phatic (u funkciji su uspostavljanja kontakta između sugovornika).

⁷² Jakobson, R. (1968). Poetry of grammar and grammar of poetry. *Lingua*, 21.

zivnih reprezentacija (sklonost da se suštinski na isti način, u jednom relativno dužem periodu, priča o istoj temi, objektu, subjekatskoj poziciji), u direktnoj je vezi sa izvanjezičkom stvarnošću, koju diskursi istovremeno reprezentiraju i kreiraju. Osiguravaju koherenciju ne samo stavovima već i akcijama pripadnika jedne društvene skupine. U funkciji su njene unutrašnje homogenizacije i identitetskog samoosvješćivanja. Radi se o shemama označavanja koje su ideološke. Definirane su prirodom referentnih skupina subjekata diskursa (preferiranim sistemom vrijednosti, kulturom, pozicijom u strukturi društvene moći i aspiracijama). Zbog toga analiza diskursa nužno vodi analizi ideologije kojom su impregnirani pojedinačni iskazi i koja čini da budu konzistentni i koherentni i grade općevažće obrasce percepcije i interpretacije stvarnosti. Diskurs izražava i reproducira ideologiju.

Metodološki korektno izvedena analiza pokazat će da se između redova teksta, iza naizgled šarolikog mnoštva činjenica i stiliziranih priča pomaljaju ideološke strukture sa sasvim pragmatičnom funkcijom reprodukcije grupe, grupnog identiteta i grupne pozicije u strukturi društvene moći. Analiza diskursa u stanju je razotkriti ih, koliko god bili prikriiveni umilnim stilizacijama i harmonizacijom sa niskim ili osrednjim ukusima masovne publike. U tom smislu analiza diskursa ima *subverzivni karakter* jer, u konačnici, vodi artikuliranju programa ne samo dekonstrukcije diskursa već i prevladavanja nepravednih odnosa dominacije i uspostavljanju novog poretka u strukturi društvene moći. Naravno, to ne mora uvijek biti zalaganje za suštinsku promjenu odnosa sukoba i majorizacije odnosima saradnje i koegzistencije. U mnogim slučajevima ciljevi su mnogo ograničeniji - 1) na zamjenu uloga ili 2) popravljjanje pozicije pojedinih, do tada marginaliziranih ili čak proganjanih društvenih skupina (homoseksualci, Romi, osobe s invaliditetom, nezaposleni).

Međutim, u svim se slučajevima računa na stratešku instrumentalizaciju diskursa u funkciji osiguranja, odnosno reprodukcije strateških interesa pojedinih društvenih grupa.

Zadatak je analize diskursa da otkrije i identificira te sheme u istraživanom korpusu tekstova, da ih, po mogućnosti klasificira u spektru poznatih, odnosno aktuelnih i relevantnih ideologija, te ih funkcionalno poveže sa referentnom skupinom (interesnom, odnosno kulturnom). Ispunjenje ovog zadatka otežava činjenica da je povezanost ideologije i diskursa samo izuzetno izravna. Veoma rijetko smo u prilici da ideologije iščitavamo kao referencije neposredno iz teksta. To su slučajevi političke propagande i političke socijalizacije u diskursu političkih partija i političkih kampanja. Manipulativni diskurzivni nadzor nad umom i proizvodnja pristanka su, uglavnom prikri-

veni. Ova činjenica ima nekoliko metodoloških konsekvenci po analizu diskursa.

- *Ne treba očekivati neposrednu vezu diskursa sa ideologijom* - ekspliciranu ideologiju u iskazima, odnosno u reprezentacijama objekata događaja, procesa, subjektivnih pozicija i slično. Ta veza je posredovana shematskim slikama stvarnosti (modelima događaja i modela konteksta koji su po pravilu determinirani grupnim znanjima, uvjerenjima i modelima).
- Moguće je, u određenim iskazima *taktičko prikrivanje ideološke pozicije*. Ključ za prepoznavanje takvih slučajeva u prepoznavanju je situacija u kojima bi izražavanje ideološkog stajališta bilo neprikladno i štetno za interese adresanta⁷³.
- Mogući su i *slučajevi nekoherentnosti diskursa* - neujednačenosti, promjena tačke stajališta i načina reprezentiranja određenih objekata. To može nastupiti:
 - kao posljedica utjecaja raznih ideologija na subjekte diskursa kada oni istovremeno participiraju u različitim interesnim skupinama. Dublja analiza ovakvih diskursa podrazumijeva „proširenje okvira“ na shematske obrasce kulturne zajednice, vrijednosti koje dijele različite interesne skupnine kao pripadnice određene kulture, odnosno određenog društva;
 - kao posljedica promjene ideologije – dekonstrukcije grupnog identiteta. Na promjenu ideologije upućuje sistematičnost u novom reprezentiranju objekta koja rezultira iznova koherencijom diskursa kao mehanizmom reprodukcije novih odnosa u strukturi društvene moći. Nove reprezentacije mogu biti u funkciji promjena (zagovarati ih, podržavati, omogućavati i stabilizirati), odnosno mogu biti znak da su se promjene već desile.

Kada se konkretni tekst prepozna kao ideološki (eksplicitno ili implicitno) naredni je korak *da se prepoznaju njegove funkcije*: da li konstruira ili dekonstruira dominantnu ideologiju?, da li legitimizira ili delegitimizira aktuelnu strukturu društvene moći?

Generalno, diskurs može biti u funkciji:

- pristrasnog prezentiranja i širenja znanja koje pogoduje reprodukciji grupnog (ideološkog i interesnog) pogleda (tumačenja) na društvenu stvarnost (modele događaja i modele društvene stvarnosti);
- kristaliziranja, artikuliranja i usvajanja grupnih vrijednosti i identiteta;

⁷³ Nekada se radi samo o brizi za imidž, koji bi bio poljujan kada bi se transparentirali stavovi, odnosno ideološka pozicija.

- vrednovanja društvenih praksi i empirijskih činjenica (legitimiranja ili delegitimiranja prošlih, aktualnih i planiranih događaja);
- oponiranja aktuelnom poretku stvarnosti pa i diskursima koji je reproduciraju: 1) negira aktuelnu društvenu stvarnost i društveni poredak, 2) kritički analizira i delegitimizira temeljne vrijednosti na kojima se taj poredak zasniva i 3) cilja ka dekonstrukciji modela normalnog stanja pa i samog stanja.

3.2.2. DA LI JE DISKURS U FUNKCIJI REPRODUKCIJE STRUKTURE MOĆI?

Logično je, nakon pretpostavke o ideološkoj pozadini diskursa, pretpostaviti njihovu instrumetalno-funkcionalnu spregnutost s nametanjem, reprodukcijom, ili možda dekonstrukcijom strukture moći. Jedan broj teoretičara smatra da je rekonstrukcija moći, koja stoji iza diskursa, najznačajniji rezultat do koga se može doći analizom diskursa. To je zbog toga što se moć uzima za središnju kategoriju pri razumijevanju dinamike modernih društava. Polazno stajalište ove dimenzije analize diskursa je da je *diskurzivna moć drugo lice društvene moći, a da neprincipijelne nejednakosti u diskurzivnoj sferi ne samo odražavaju nego i podupiru društvo nejednakosti*. Diskurzivne razlike se pripisuju razlikama u moći. Društvene nejednakosti je moguće objasniti nejednakostima u diskursu, odnosno razlikama u načinu na koji se pojedine društvene skupine koriste jezikom.⁷⁴ Imati moć znači opisivati stvarnost na svoj način i taj opis nametnuti zajednici kao legitiman i jedino prihvatljiv. Moć se, dakle, sastoji ne toliko u pristupu javnom diskursu (sposobnosti reprezentacije i diseminacije iskaza) koliko u nametanju konceptualnog okvira (shematskih slika) za razumijevanje stvarnosti. Zbog toga analiza diskursa ima smisla ukoliko je fokusirana na odnose moći u području *framinga*.⁷⁵

Nejednakosti u diskursu istovremeno su i posljedica i faktor nejednake distribucije društvene moći. Jednostavno kazano u diskursu se otjelovljuje moć.⁷⁶ Analiza diskursa bavi se lingvističkim manifestacijama te moći, odnosno između društvene moći i jezika.

⁷⁴ Wodak, R., Meyer, M. (2009). *Methods for Critical Discourse Analysis*. London: Place of Publication, Publisher / www.miguelangelmartinez.net/.../2008_Wodak_Critical_Discourse_Analysis_Ch_01.../(Pristupljeno 3.06. 2017).

⁷⁵ Analiza diskursa kao refleksije i reprodukcije materijalne, političke i društvene moći jednim je dijelom uvijek usmjerena i na traganje za iskazima, i reprezentacijama koje se opiru toj moći odnosno ka uspostavljanju novih diskursa.

⁷⁶ Foucault, M. (1980). Truth and power. In C. Gordon (ed.), *Power/Knowledge: Selected interviews and other writings, 1972–1977*. New York: Harvester.

Ključno je za analizu odnosa moći i diskursa kako analitičari diskursa konceptualiziraju moć. U literaturi je moguće pronaći mnoge različite konceptualizacije, ali većina imaju za najmanji zajednički sadržilac Weberovo stajalište po kome je moć sposobnost pojedinca, odnosno društvene strukture da nametnu svoju volju drugom bez obzira na otpor koji pri tome pruža.⁷⁷

*"Moć predstavlja izgled da se u okviru jednog društvenog odnosa sprovede sopstvena volja uprkos otporu drugih, bez obzira na čemu se zasnivaju izgledi."*⁷⁸

Analiza diskursa pretpostavlja da se jednim dijelom ti izgledi zasnivaju i na diskurzivnim strategijama, odnosno vještinama, kao specifičnim resursima kojima raspolažu pojedini društveni akteri. U tom smislu analitičari su zainteresirani za način na koji se diskursom stvara i održava socijalna dominacija (zloupotreba moći) jedne grupe nad drugima i kako joj se potčinjene grupe mogu diskurzivno oduprijeti.

U tekstovima se nalaze ideološke strukture različitih društvenih grupa koje su u borbi za dominaciju. Analiza diskursa pruža efikasne alate za njihovo razotkrivanje ma koliko god bili apstraktni, tek u formi diskurzivnih obrazaca čije je ponavljanje, mada djelotvorno, veoma teško uočiti. Kritička analiza ide korak dalje od njihovog konstatiranja, ona ih uokviruje u više ili manje transparentne strukture dominacije, diskriminacije i reprodukcije socijalne nejednakosti.⁷⁹

Diskurzivni obrasci su strukture sa jednim jednim ciljem - da osiguraju reprodukciju određenog *tipa strukture društvene moći*. U tom smislu i treba razumjeti diskurs, ne samo kao način reprezentacije svijeta već i kao oblik društvene akcije njegovog konstruiranja ili dekonstruiranja, nerazdvojno spregnutog s društvenom moći. Ovo shvatanje je metodološko polazište analize diskursa. Iskazi (tekstovi) su produkti nadziranog diskurzivnog dizajna a sam nadzor se odvija nametanjem načina diskurzivne reprezentacije, diskurzivnim obrascima, odnosno shematskim slikama koje iznutra strukturiraju i stabiliziraju prvo reprezentacije a potom i samu društvenu stvarnost. Mada na prvi pogled izgleda da analiza diskursa ide od posljedica ka uzrocima, od površinskih diskurzivnih struktura do odnosa moći koji ih omogućavaju i

⁷⁷ Brilljantna knjiga *Konflikt vizija* Tomasa Solvela nas, međutim, upućuje i na drugačiju konceptualizaciju moći, u okvirima tzv. neograničene vizije.

⁷⁸ Weber, M. (1947). *The Theory of Social and Economic Organization* (introduction and translation by Talcot Parsons), New York, Oxford University Press.

⁷⁹ Wodak, R., Meyer, M. (2009). *Methods for Critical Discourse Analysis*. London: Place of Publication, Publisher / www.miguelangelmartinez.net/.../2008_Wodak_Critical_Discourse_Analysis_Ch_01..../ (Pristupljeno 3.06. 2017).

produciraju u istraživačkoj empiriji uvijek postoji jedna količina predznanja o socijalnom kontekstu diskursa koja kanališu glavni tok analize. Ta predznanja proizlaze iz neizbježne intertekstualnosti diskursa.

Analiza diskursa fokusirana na rekonstrukciju (a možda u konačnici i na dekonstrukciju) strukture diskurzivne i društvene moći traga za odgovorima:

- Na koji način konkretni diskurs (stabilizirana reprezentacija stvarnosti) pomaže adresantu „A“ da navede ili primora adresata „B“ da učini (interpretira, razumije, prihvati, podrži) nešto što inače ne bi učinio? Koje diskurzivne strategije i tehnike koristi?
- U kojem institucionalnom kontekstu je moguć takav utjecaj diskursa, odnosno takvo ispoljavanje diskurzivne moći i u kojoj mjeri je i taj kontekst diskurzivan (konstruiran diskursom)?
- Kako izgleda i kako funkcionira sistem koji proizvodi reprezentacije stvarnosti i subjekatske pozicije adresata „B“ u interesu adresanta „A“ tako da „B“ prihvata ulogu koja mu je dodijeljena u diskursom namenutom poretku normalnosti?⁸⁰
- *U funkciji čije je volje* određeno reprezentiranje stvarnosti kao poželjnih, očekivanih, normalnih ili neodrživih paradigmi i ko ima takvu moć da je nametne? Konkretni iskazi se posmatraju iz perspektive nastojanja konkretnih društvenih subjekata (definiranih ideologijom i interesima) da se svijet prikaže na određeni način (kao jedino moguće ili kao neodrživo).

Michel Foucault smatra da se moć u diskursu ostvaruje s namjerom, ali da to nije namjera pojedinca. Tekst uzima kao oblik društvene akcije.⁸¹

Moguće je i da diskurs ne bude utemeljen na odnosu moći. Spektar odnosa sadrži i odnose pregovaranja, učenja, sporazumijevanja, stvaranja, saradnje, empatisanja, emocionalnog vezivanja i svi ti odnosi imaju svoje diskurse i shematske slike sa primordijalnim strukturama. Praktično to znači da analiza diskursa ne smije biti zarobljena u obrasce moći te da mora biti otvorena i za identificiranje drugačijih diskursa, odnosno da odnos moći ne treba tražiti u diskursima u kojima ga objektivno nema.

Sama činjenica da se diskursi ne zasnivaju na moći ne znači i da sama društvena struktura nije zasnovana na moći. Postoji mnogo načina i mimo diskursa kojima se uspostavlja i održava moć u društvu. Međutim, svi oni utječu na diskurzivnu moć i treba ih uzeti u razmatranje pri analizi diskursa. To znači da nije dovoljno samo analizirati sadržaj i načine na koji je verbalizirana nečija moć, odnosno ideologija. Nije dovoljno samo prepoznati da

⁸⁰ Lukes, S. (1974). Power: A Radical View. London: Macmillan.

adresant „A“ iskazom nameće (pokušava ili uspijeva) svoju reprezentaciju stvarnosti (volju) adresatu „B“. Potrebno je otkriti porijeklo te volje i moći kao i okolnosti pristajanja „B“ na vanjsko definiranje i identificiranje.

3.2.3. DA LI JE DISKURS U FUNKCIJI IDENTITETSKIH (SAMO)ODREĐENJA?

Diskursima pojedinci (kao pripadnici kolektiviteta) izgrađuju društveni svijet za sebe. Međutim, promičući svoje vizije, ideologije, vrijednosti, kulture, interese, ciljeve i društvene strukture koje ih omogućavaju, diskursima se prije svega konstituišu i učvršćuju identiteti. Iz te perspektive u tekstovima možemo pronaći ne samo ono što autor izričito ili prikriveno misli i u šta vjeruje i ono u šta on želi uvjeriti druge već i dominantno (mainstream) mišljenje vremena (dominirajućih grupa) u kome je tekst dizajniran i komuniciran. U njima su sadržani, više ili manje stilizirani, odnosno eksplicitni samoprezentirajući iskazi društvenih grupa o tome tko su, za šta se zalažu, koje su njihove vrijednosti i kako se trebaju odnositi s drugim skupinama (ko su im prirodni saveznici a ko povijesni neprijatelji i suparnici) „osobito s našim neprijateljima ili suparnicima, t.j. s onima koji se suprotstavljaju onome za šta se zalažemo, prijetu našim interesima i sprečavaju nam jednak pristup društvenim resursima i ljudskim pravima (boravak, državljanstvo, zaposlenje, stanovanje, status i ugled itd.).⁸²

Da bismo ih rekonstruirali metodom analize diskursa, moramo se zaroviti u dubinski sloj sadržaja, u sam način na koji je predstavljanje stvarnosti funkcionalno spregnuto s identitetskim samodefiniranjem i samolegitimiranjem i potrebom za distinkcijom Nas u odnosu na Njih. To su misaone sheme koje se zasnivaju na primordijalnim skupnim vrijednostima na osnovu kojih se uvijek iznova dekonstruira i interpretira vlastita stvarnost.

Generalno, u području identiteta diskursi mogu imati četiri funkcije:

- *formativnu* (u funkciji su izgradnje identiteta),
- *konzervativnu, odnosno legitimizirajuću* funkciju (očuvanje i reprodukcija identiteta) ustrajavanjem na određenom narativu identiteta,
- *transformativnu* (postupnog redizajna - dekonstrukcije identiteta),

⁸¹ Wodak, R., Meyer, M. (2009). *Methods for Critical Discourse Analysis*. London: Place of Publication, Publisher / www.miguelangelmartinez.net/.../2008_Wodak_Critical_Discourse_Analysis_Ch_01.../(Pristupljeno 3.06. 2017).

⁸² Dijk, A. T. A. (2006) *Ideologija: multidisciplinarni pristup*. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.

- *subverzivnu* (delegitimizacija i ukidanje identiteta).⁸³

U tom smislu analiza diskursa za predmet istraživanja uzima 1) reprezentaciju identiteta, 2) konstrukciju identiteta i 3) dekonstrukciju identiteta diskursom. U drugom i trećem slučaju radi se o nametanju identiteta. Naime na *predstavu o sebi* značajan utjecaj imaju i načini „kako nas drugi (pripadnici drugih skupina) vide, određuju i prema nama se ponašaju“.⁸⁴ Ta činjenica opravdava istraživačku pretpostavku da su neke reprezentacije *Drugog* u analiziranim diskursima, odnosno *Njih*, motivirane namjerom utjecaja na njihovo javstvo. Taj Drugi može biti vlastita grupa za koju se misli da nije dovoljno identitetski samoosviješćena, a mogu biti i grupe koje se žele asimilirati. Efekt identifikacije (osjećaj pripadanja grupi) postiže se kada se uspije izazvati simbolička interpretacija vlastite stvarnosti iz perspektive *grupne tačke stajališta*. Dakle, poistovjećivanje sa grupom, pa i interesom i ideologijom, u suštini se ne zasniva toliko na kolektivnim aktivnostima i važnim predmetima, koliko na njihovoj simboličkoj naravi, unutargrupnom tumačenju značenja i smisla – riječju diskurzivnoj reprezentaciji.

3.2.4. DA LI JE DISKURS U FUNKCIJI MANIPULIRANJA SNOVIMA, FANTAZIJAMA I MOTIVATORIMA?

U bliskoj vezi s pretpostavkom o funkcionalnoj spregnutosti diskursa s identitetskim (samo)definiranjem je sumnja da su privlačne retoričke vizije (fantasy teme) koje okupiraju i motiviraju pojedince i grupe (definirane različitim kriterijima) vješto ukomponirane u narativ s namjerom da se ostvari izvanjezički cilj (grupna homogenizacija, nametanje moći, ostvarivanje parcijalnih interesa i sl).

Pod fantasy temama misli se na *pseudo-parabole* sa idealiziranom projekcijom u priželjkivano stanje.⁸⁵ U prvom planu su prijatne, često arhetipske verbalne i vizuelne slike sreće, profesionalnog ili ličnog ispunjenja koje su vrijedne fantaziranja. Logički apeli su u pozadini, često čak i neprimjetni. „Mašta popraćena emocionalnim uzbuđenjem, snovi utjelovljeni u fantazijama vode sudionike prema akciji i nastojanju da ih ostvare...“⁸⁶

Polaznu premisu za analizu fantasy tema možemo formulirati ovako:

⁸³ Wodak, R., Meyer, M. (2009). *Methods for Critical Discourse Analysis*. London: Place of Publication, Publisher / www.miguelangelmartinez.net/.../2008_Wodak_Critical_Discourse_Analysis_Ch_01.../(Pristupljeno 3.06. 2017).

⁸⁴ Dijk, A. T. A. (2006) *Ideologija: multidisciplinarni pristup*. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.

⁸⁵ Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death*. New York: Penguin.

⁸⁶ Bormann, E. (1985). *The Force of Fantasy: Restoring the American Dream*. Carbondale, Illinois: Southern Illinois University Press.

Društvena stvarnost je zasnovana na retoričkoj viziji koja je izgrađena od materijala popularnih priča (naracija). Ta vizija jeste simbolički svijet koji funkcionira kao entuzijastični izvor motivacije za određeni tip moralnog, političkog, socijalnog, kupovnog, ekološkog ponašanja za sve one koji ga dijele. Razvija se u diskurzivnoj praksi determiniranoj društvenim odnosima i motivima.

Princip po kome u diskursu funkcioniraju simbolizirane fantazije razjasnio je Ernest G. Bormann: "Mi nužno ne nagovaramo razumom. Mi često samo sugerišemo da su naši nagovori (ono što zagovaramo) u vezi s fantazijama (sanjarijama) onih koje nagovaramo."⁸⁷

Bormann kaže: „Ako analitičar može rasvijetliti kako su ljudi koji su sudjelovali u zajedničkoj retoričkoj viziji međusobno povezani, kako su pozicionirani u društvenoj hijerarhiji, kako su djelovali da bi postigli ciljeve sadržane u svojim snovima (fantazijama) i kako su izazvane dramatične akcije i ličnosti unutar manifestiranog sadržaja njihove retorike, njegovi uvidi će dati koristan doprinos razumijevanju društvenog pokreta i njegovih pristalica."⁸⁸ Naravno, podrazumijeva se da prije svega treba da prepoznamo i rekonstruiramo (opišemo) zajedničku retoričku viziju i da je vremenski, prostorno i subjekatski odredimo.

Robert Bales je u knjizi „Ličnost i međuljudski odnosi“ konstatirao da je grupno ponašanje obilježeno (determinirano) više narativom, odnosno temama priča unutar grupe, nego stvarnim događanjima.⁸⁹ Teme koje su zaoкупljale pažnju grupe Bales je nazvao *fantasy* teme. Utvrdio je da razgovori (grupna fantaziranja) o određenim temama imaju snažan utjecaj na homogenizaciju i efikasnost grupe, odnosno da su u funkciji izgradnje grupne kulture i razrješenja unutargrupnih emocionalnih napetosti, odnosno grupne vizije koju Borman naziva *retorička vizija*.⁹⁰ To je vizija svijeta stvorena pričama u nizu.

Iz priča se usvajaju uvjerenja o tome kako svijet uopće funkcionira. Mnogštvo priča, odnosno mnoštvo *fantasy* tema sinergijski tvore složenu mrežu „kompozitnih drama“, koja čini simboličku željenu stvarnost velikih skupina

⁸⁷ Bormann, E., Bormann, N. (1972). *Speech Communication, A Basic Approach*. New York: Harper and Row.

⁸⁸ Bormann, E. (1972). "Fantasy and Rhetorical Vision: the Rhetorical Criticism of Social Reality." *Quarterly Journal of Speech* 58.

⁸⁹ Bales, R. (1970). *Personality and Interpersonal Behavior*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

⁹⁰ Bormann, E. (1972). "Fantasy and Rhetorical Vision: the Rhetorical Criticism of Social Reality." *Quarterly Journal of Speech* 58.

ljudi.⁹¹ Analizom slika kojima je preokupirana (izložena) neka skupina (socijalna, politička, profesionalna, kulturna, odnosno supkulturna) moguće je rekonstruirati njene grupne vrijednosti baš kao što je iz fantazijske strukture (onoga o čemu sanjare glavni junaci) dominantnih narativa velikih društvenih grupa moguće zaključivati o vrijednostima i ideologiji društva. Ovo je ključno polazište za analizu fantasy tema.⁹²

Oko pojedinih, naročito privlačnih fantasy tema, odnosno retoričkih vizija okupljaju se *retoričke zajednice*.

Pripadnici retoričke zajednice svoje fantazije (retoričke vizije) doživljavaju kao dio svog grupnog identiteta, ono što Nas čini različitim (jedinstvenim) i boljim od Njih. U velikom broju slučajeva ovako zasnovane retoričke zajednice korespondiraju supkulturnim, političkim, socijalno-aktivističkim orijentacijama koje se zasnivaju na ideološkim, odnosno političkim, filozofskim ili moralnim opredjeljenjima, odnosno vrijednostima, kao što su posvećenost pravdi, društvenoj jednakosti, istini, karitativnom radu, odnosno filantropiji ili, možda, hedonizmu.

Uspostavljanju retoričke zajednice prethodi proces *simboličke konvergenije* u kome "ljudska bića spajaju svoje personalne fantazije, snove i značenja u zajednički sustav simbola"⁹³, koji funkcionira kao ključ za ujednačeno (unutragrupno) dekodiranje društvene stvarnosti.

Medij komuniciranja (diseminacije) retoričkih vizija jeste *narativ* (priča). Ključno je postići da priča uhvati pozornost pojedinaca te da se proširi na publiku. Naravno, može se desiti i da se odmah ugasi. Da bi publika reagirala na priču, mora postojati neki razlog. Taj razlog se može kretati u rasponu od nekog ličnog, intimnog iskustva, odnosno asocijacije (vizije) do grupnog iskustva skupine koji korespondiraju fabuli priče.

Sa stajališta analize diskursa značajan je zaključak do koga je došao Bales - da skupina, baš kao i pojedinac reagira na *fantasy temu* zbog vlastite temeljne potrebe u tematskom području, te da fantazije koje su privukle pažnju skupina i na koje su skupine reagirale govore nešto i o samim skupinama.⁹⁴ Naravno, ovaj zaključak vrijedi i u suprotnom smjeru - iz priča koje nisu uspjele privući pozornost publike, koje nisu pokrenule lanac širenja priče, može se zaključiti-

⁹¹ Bormann, E. (1972). "Fantasy and Rhetorical Vision: the Rhetorical Criticism of Social Reality." *Quarterly Journal of Speech* 58.

⁹² Prvi rad, koji je zasnovan na metodologiji analize fantasy tema je objavio Bormann 1972. godine. To je rad "Fantazija i retorička vizija: Retorička kritika društvene zbilje"

⁹³ Bormann, E. (1985). *The Force of Fantasy: Restoring the American Dream*. Carbondale, Illinois: Southern Illinois University Press.

⁹⁴ Bales, R. (1970). *Personality and Interpersonal Behavior*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

vati o publici. Bormann, naglašava umijeće kreiranja same priče (dizajniranje poruke) kao faktor koji utječe na odgovor publike.⁹⁵ U svakom slučaju, publika ne mora prihvatiti priču potpuno. Pojedinci ne oponašaju likove apsolutno niti publika očekuje da će u svom okruženju naići na situaciju koja je potpuno identična opisanoj u priči (prikazana fantasy temama). Međutim, ostaje da priče daju ključeve za tumačenje stvarnosti.

Fantasy teme i likovi u pričama zasnovanim na fantasy temama funkcioniraju kao *legitimni modeli odnosa prema stvarnosti*. Njihova se legitimnost zasniva na konačnim legitimizacijama težnji, odnosno retoričkih vizija oko kojih je okupljena retorička zajednica. To nam daje za pravo da iz fantasy tema popularnih medijskih sadržaja (diskursa i narativa) zaključujemo ne toliko o autorima (subjektima diskursa) koliko o publici, o vrijednostima i uvjerenjima, motivima koje dijeli. Retoričke zajednice prepoznaju u svojoj stvarnosti probleme (zaplete) slične prikazanim u pričama i usvajaju obrasce ponašanja glavnih junaka kao paradigmatične. *Proces simboličke konvergencije* je, prema tome, proces ujednačavanja tumačenja smisla pojedinim fantasy temama, koji u konačnici rezultira konstituiranjem retoričke zajednice zasnovane na dijeljenju istih fantazija (modela kako bi stvari trebale u nekom tematskom području društvene stvarnosti biti postavljene i funkcionirati) o određenim pitanjima (temama). „Stvorili smo *simboličku zajednicu* u kojoj možemo razgovarati jedni s drugima, razmjenjivati značenja koristeći se posebnim kodnim riječima ili čak samo kratkim aluzijama raširenim unutar te zajednice.”⁹⁶ Preciznije kazano, uključili smo se u simboličko i praktično oblikovanje društvene stvarnosti.

Zajednička retorička vizija funkcionira kao zajedničko simboličko tlo, jedna vrsta kodnog ključa koji, kada se usvoji (u procesu simboličke konvergencije), čini razumljivim konotacije, pa čak i tajne aluzije.⁹⁷

3.2.5. DA LI DISKURS OMOGUĆAVA MEĐUSOBNO RAZUMIJEVANJE I HARMONIZIRANJE RAZLIČITOSTI?

Ključni preduvjet da bi diskurs bio u funkciji međusobnog razumijevanja i harmoniziranja različitosti jeste da iskaz funkcionira kao diskurzivna (komu-

⁹⁵ Bormann, E. (1985). *The Force of Fantasy: Restoring the American Dream*. Carbondale, Illinois: Southern Illinois University Press.

⁹⁶ Golden, L. J., Berquist, F. G., Coleman, E. W. (1983). "Rhetoric as a Way of Knowing: Ernest Bormann and Fantasy Theme Analysis." *The Rhetoric of Western Thought*. Dubuque, Iowa: Kendall-Hunt.

⁹⁷ Bormann, E. (1985). *The Force of Fantasy: Restoring the American Dream*. Carbondale, Illinois: Southern Illinois University Press.

nikacijska) supstancija. To znači da mora imati svojstva: (a) distinktivnosti, (b) razumljivosti i (c) prihvaćenosti. U tom smislu analiza diskursa se usmjerava na propitivanje ova tri svojstva u jedinicama analize. Polazna pretpostavka može biti da se u dominantnom diskursu kriju uzroci stalnih nesporazuma i nemogućnosti postizanja konsenzusa u jednoj zajednici, odnosno da bi, kao preduvjet poželjnih promjena u stvarnosti trebalo potaknuti promjene diskursa.

- *Distinktivnost* je svojstvo iskaza kao cjeline ili pojedinih njegovih dijelova da se nametne pažnji adresata (recipijenta) kao različit podražaj, kao nešto što nosi određeno značenje u odnosu na ostale smislene i besmislene podražaje. Odnosi se kako na plan izraza (distinktivnost komunikacijskog od nekomunikacijskog sadržaja) tako i na plan značenja (distinktivnost jednog iskaza u odnosu na ostale; konkurentne iskaze). Mjera distinktivnosti jednog iskaza uvjetovana je (1) sposobnošću adresanta (komunikatora) da organizira smislen simbolički niz (iskaz) u skladu sa jezičkim konvencijama komunikacijske zajednice, kao dio jezičnog znanja recipijenta te da ga učini naglašeno uočljivim u diskurzivnom okruženju i (2) sposobnošću recipijenta (adresata) da uoči i prepozna određeni skup znakova kao smislen artikuliran iskaz koji nosi neko značenje. Različitim, uglavnom površinskim, prezentacijskim diskurzivnim strukturama, uključujući širok spektar metasignala, postiže se veća ili manja istaknutost, odnosno distinktivnost, pojedinih iskaza. Pri čitanju ovih signala treba imati u vidu da ne samo naglašavanje, već i marginalizacija odražava diskurzivne namjere, odnosno odnos naspram stvarnosti.
- *Razumljivost* je svojstvo iskaza u cjelini ili pojedinih njegovih dijelova da referira na referent. Iskaz je razumljiv kada omogućava recipijentu da u konkretnoj komunikacijskoj situaciji upotrijebljenim simbolima (jedinicama izraza) pridruži jedinice značenja i namjere (intencije) onako kako ih je u postupku simbolizacije ugradio komunikator. Primarno je ovisna o *pertinentnosti simbola* na kojima je zasnovan i konzistentnosti u primjeni jezičkih pravila konkretne komunikacijske zajednice. U stvarnosti, mnogo je prepreka koje podrivaju razumljivost iskaza:
 - Može se desiti da adresant i adresat raspolažu različitim (svako svojim) jezičkim znanjem, određenim brojem leksičkih jedinica poznatog značenja, skupom sintagmi i fraza (leksikonom i gramatikom) a ovisno o profesiji i sa nekoliko specijalnih (sociolektnih) kodova te sa skupom sociokomunikacijskih normi.

- ° Adresat ima veću ili manju slobodu da iskaze u cjelini ili pojedine njegove propozicije, ovisno o njihovoj denotativnosti, odnosno konotativnosti, interpretira na svoj način. U nekim vrstama komunikacije (estetskim) ta sloboda je tako velika da podstiče dekonstrukciju cijelog iskaza a pojam razumljivost dobija potpuno suprotno značenje od referencijalnog. Adresat, koliko god o njemu znali, uvijek je u određenoj mjeri nepoznati činilac komunikacije i postoji velika vjerovatnoća semiotičkih i semantičkih razilaženja. Tome doprinosi i činjenica da je recepcija iskaza pod značajnim utjecajem svjesnosti (predstave) adresata o postojanju perlokucijske nakane adresanta. Naime, recipijenti su generalno svjesni da je *ilokucijska priroda iskaza* (obraćanje nekom) zasnovana na *perlokucijskoj nakani*⁹⁸ (da se samim govornim činom nešto postigne). Čitanje prave nakane koje je pod utjecajem slike o pošiljatelju i njegovim intencijama često potiskuje u drugi plan čitanje samog teksta (iskaza). Ta zadržka prema pošiljatelju i poruci može biti više ili manje osnovana, ali u svakom slučaju ona regulira iskaz pa i cijelu komunikaciju.

Distinktivnost i razumljivost se mogu povećavati metainformacijama koje se ugrađuju u iskaz samo iz tog razloga, a ne i radi povećanja referencijalnosti. Analizom diskursa treba identificirati te elemente iskaza.

- *Prihvatljivost* je svojstvo iskaza, ili bar stvoren utisak, da je istinit, ispravan i iskren.
 - ° *Istinitost* se odnosi na referencijalnu komponentu, to jest na zasnovanost u iskazu prezentirane reprezentacije stvarnosti na provjerljivim i provjerenim činjenicama.⁹⁹

⁹⁸ Pod ilokucijskom prirodom iskaza mislimo na svojstvo diskursa (komunikacije) da je uvijek adresiran na nekog (adresata, recipijenta) i da već samim tim trpi određena prilagođavanja, podešavanja njihovim pretpostavljenim očekivanjima. Pod perlokucijskom nakanom adresanta mislimo na njegove namjere, odnosno ciljane efekte koje želi postići diskursom (slanjem poruke) kao i na prilagođavanje diskursa namjeri da te efekte postigne.

⁹⁹ Mrežni mediji, inače deregulirani, postavili su na dnevni red problem lažnih vijesti. Vijesti poput onih kako stanovnici Njemačke napuštaju zemlju u strahu od izbjeglica, da švedska vlada podržava ISIL, da je EU usvojila regulativu kojom se određuje nacionalnost Snješka Bijelića i sl. postale su dio evropske i svjetske medijske stvarnosti. Sve je više slučajeva dokazanog uticaja takvih vijesti (izmišljotina) na realne političke i društvene procese. Analize su pokazale da su upravo lažne vijesti koje su se širile preko ove društvene platforme odigrale ključnu ulogu u prošlim američkim predsjedničkim izborima. Prema jednoj takvoj analizi, koju je izradio Craig Silverman s BuzzFeeda, samo je na Facebooku od

- ° *Ispravnost* iskaza se ispoljava mjerom podržavanja ili odstupanja od sustava glavnih vrijednosti konkretne govorne zajednice.
- ° *Iskrenost* se odnosi na vrijednosti koje doprinose uspostavljanju povjerenja između komunikatora i recipijenta. Riječ je prvenstveno o svim aspektima vjerodostojnosti (provjerljivosti, dokazanosti iskaza i ugleda izvora iskaza).

Analizom treba identificirati instrumentalno-funkcionalne spregnutosti pojedinih elemenata iskaza s ostavljanjem utiska istinitosti, ispravnosti i iskrenosti.

3.2.6. DA LI JE DISKURS STRUKTURALNO PODREĐEN PRAGMATIČNIM INTENCIJAMA I SITUACIJI SUBJEKATA DISKURSA?

Ovo pitanje se zasniva na pretpostavci da je izbor vrste iskaza, odnosno naglašavanje jedne ili dvije jezičke funkcije u iskazu, u smislu u kojem ih je razvrstao Jakobson, u funkciji intencije (komunikacijskih i društvenih ciljeva) govornika (komunikatora).

Na funkcionalnom nivou analize iskaze klasificiramo u dvije grupe: 1) grupu aserativnih iskaza i 2) grupu intencionalnih iskaza.

- *Grupu aserativnih iskaza* čine iskazi čija je funkcija da reprezentiraju stanje referenata. Džon Sirl¹⁰⁰ ih je nazvao *aserativi*. To su izrazito referencijalni iskazi. Načelno ukazuju na objektivno stanje predmeta. Bar postoji očekivanje da to bude tako, naročito ako se izriču u žanru medijske vijesti, ili zvaničnih priopćenja. Naprimjer: "BH telekom je lider na domaćem tržištu komunikacijskih usluga." Intencija komunikatora uglavnom nije eksplicitna. Ako je i ugrađena u iskaz ne dovodi u pitanje formalne uvjete vjerodostojnosti i istinitosti i ostvaruje se intencionalnom selekcijom činjenica pa čak i predmeta o čijem stanju izvještavaju.

Aserativni iskazi u stanju su upućivati na bilo koji aspekt egzistencije (pojedinačne i grupne) čovjeka. Pošto sadrže veliku količinu faktografskih elemenata, ostavljaju utisak vjerodostojnosti. Habermas¹⁰¹ je ovu vrstu iskaza nazvao *konstativi*, naglašavajući da im je funkcija da ko-

augusta 2016. do izbora 8. novembra 20 najpopularnijih lažnih vijesti ukupno imalo 8,71 miliona podjela dok su one prave vijesti imale 7,37 miliona tzv. sharova ili podjela, što je 1,34 miliona manje od lažnih. Vidjeti <http://najilkurtic.ba/view-more/content/215>. (pristupljeno) 10.09.2017.)

¹⁰⁰ Searle, J. (1979). *Expression and Meaning*, Cambridge.

¹⁰¹ Habermas, J. (2002). *Postmetafizičko mišljenje*, Beograd: Beogradski krug..

nstatiraju činjenično stanje. Spoznajna aktivnost (znanje) govornika je glavni izvor ove vrste iskaza. Tu spadaju opisi, objašnjenja, naracija. Naročito su izloženi zahtjevu za važenjem istine.

Analiza aserativnih iskaza *ostavlja mogućnost da diskursi ne moraju biti nužno manipulativni niti ideologizirani*, odnosno da mogu biti u funkciji objektivnog i istinitog reprezentiranja stvarnosti i nepristrasnog stvaranja uvjeta za slobodan izbor između mnoštva prezentiranih mogućnosti.

- Drugu grupu čine *intencionalni iskazi; podsticaji ili nagovori* na određeni tip reagiranja na referent. Ovi iskazi su bogati vrijednosno-intepretativnim elementima. Habermas¹⁰² ih je razvrstao u regulative i ekspresive.
 - *Regulativima* učesnici u komunikaciji reguliraju svoj odnos (racionalno – interesni) prema socijalnom ili fizičkom okruženju, iskazuju zadovoljstvo ili nezadovoljstvo (stavove) stanjem stvari i svojim položajem unutar toga, saopćavaju svoje namjere u vezi s tim i realiziraju akciju.
 - *Ekspresivima* učesnici u komunikaciji iskazuju svoje emocionalne reakcije na stvarnost. Naročito su izloženi zahtjevu za iskrenošću. *Iskrenost* se manifestira kao podudaranje između onoga što se misli i osjeća i onoga što je iskazano.

Pri funkcionalnoj analizi iskaza nužno je uzeti u obzir *situaciju* u kojoj su izrečeni. Tek je iz konteksta izricanja iskaza moguće razaznati vrste intencionalnosti (intenciju autora, intenciju teksta i intenciju intepretatora). Pri tome ne treba izgubiti iz vida da iskazi imaju, uglavnom složenu intencionalnu strukturu. Jedan isti iskaz istovremeno nešto tvrdi o referentu (referira na njega), regulira odnose učesnika u diskursu prema istom predmetu, na taj način definira i uzajamne odnose između učesnika u diskursu i utječe na stanje samog referenta.

3.2.7. DA LI DISKURS DOPRINOSI INFORMIRANOM IZBORU IZMEĐU ALTERNATIVNIH MOGUĆNOSTI?

Javni diskurs u demokratskim društvima treba biti u funkciji slobodnog izražavanja stavova, utemeljenih na potpunim, relevantnim, objektivnim i istinitim informacijama, u funkciji kreiranja demokratskog javnog mišljenja i

¹⁰² Habermas, J. (2002). Postmetafizičko mišljenje. Beograd: Beogradski krug.

kreiranja demokratskog društvenog konsenzusa o društveno relevantnim pitanjima. U tom smislu, svako manipuliranje s faktografskim jezgrom i s interpretativnim omotačem informacije upućuje na potencijalnu intencionalnu spregnutost s nedemokratskim političkim vizijama i projektima.

Teorija informacija upućuje na binarnu strukturu informacije, čiji su prenosioci, u većoj ili manjoj mjeri iskazi, odnosno tekstovi. U središnjem dijelu bi trebalo biti *informativno-faktografsko jezgro* (zasnovano na podacima, odnosno činjenicama) koje mora zadovoljiti istinosne zahtjeve (istinitost, objektivnost, potpunost, relevantnost, preciznost i reprezentativnost). Okolo faktografskog jezgra je interpretativni omotač koji činjenice iz faktografskog jezgra povezuje u smisaono-značenjsku strukturu, odnosno elemente novosti povezuje sa redundantnim elementima. Manipulacijom omjerom učešća ova dva elementa u strukturi iskaza kreiraju se a) faktografski, odnosno b) interpretativni iskazi.¹⁰³

Faktografski iskazi, zasnivaju se na podacima. U sebi sadrže elemente novosti (novog) i elemente redundantnog. *Elemente novosti* čine: nove empirijske i relacije činjenice, novi aspekti zbivanja koji su se manifestirali (više ili manje transparentno) kao uzročnici novog stanja procesa ili zbivanja. Elemente *redundantnog* čine svi elementi i aspekti iskaza koji su od ranije poznati, a na koje treba podsjetiti adresata da bi mogao razumjeti dimenzije i sadržinu novosti. To su činjenice koje se odnose na ranije otkrivene aspekte događaja (teme), kontekst, uzroke, relacije, dimenzije. Čine redundantni sloj iskaza.

U procesu organiziranja iskaza između novog i redundantnog uspostavlja se funkcionalno-značenjska relacija tako što se svaka nova činjenica povezuje s prethodnim znanjima, bilo da su to znanja istog ili znanja višeg stupnja apstraktnosti.

Interpretativni iskazi su mediji vrijednosih interpretacija događaja. Vrijednosne interpretacije se vrše pridavanjem određenog (ciljanog) smisla konkretnim događajima (novom) čime se svrstavaju u dobre ili loše, pozitivne ili negativne, pogodujuće ili prijeteće, prilike ili opasnosti, odnosno dokaze-ilustracije poželjnih-projektovanih mentalnih modela (često stereotipa). Novo (nepoznato), manifestirano na nultom i prvom stupnju apstraktnosti kao manje ili više dramatična promjena tumači se poznatim, već viđenim, sličnim, uporednim artikuliranim na nivou općeg, očekivanog - informacije višeg stupnja apstraktnosti.¹⁰⁴ Bilo da je to relacija sa kontekstom (cjelinom zbivanja), sa vladajućom paradigmom stvarnosti ili sa sistemom vrijednosti interpretacija podrazumijeva izvođenje zaključaka. Ti zaključci se iskazuju kao semantičke

¹⁰³ Kurtić.N. (2006). Kod novinarstva (2006). Sarajevo: Media Plan Institut.

¹⁰⁴ Kurtić, N. (2006). Kod novinarstva (2006). Sarajevo: Media Plan Institut.

jedinice diskurzivnog (usmjerene na racionalno-logičku strukturu recipijenta), moralnog (procjene iz perspektive društveno prihvatljivog ili neprihvatljivog) ili afektivnog i estetskog (aktiviraju emocionalno-voljnu dimenziju). *Nagovor* na smisao i značenje se pseudologički podržava strukturom informacije (faktografskim elemenatima) i selekcijom činjenica, tako da faktografska komponenta zahvata novost (temu) krajnje selektivno. Aspekti događaja koji objektivno otkrivaju smisao samog zbivanja, odnosno koji ukazuju na moguću drugačiju interpretaciju (vrednovanje) amputiraju se. Komunikator to postiže tako što manipulira:

- *faktografskom osnovom* (izborom, odbacivanjem, pridavanjem većeg ili manjeg značaja pojedinim empirijskim a potom i informativnim činjenicama) kako bi se smišljeno načinio ciljani miks premisa na osnovu koga je moguć samo željeni (sa stanovišta organizatora komunikacije) zaključak o smislu događaja po mjeri afektivno-voljnog opredjeljenja komunikatora;
- *kontekstima* (cjelinom sa čijeg stajališta vrše ocjenu smisla pojedinačnih činjenica i događaja u cjelini) i
- *simbolima* (nosiocima denotativnih i konotativnih značenja).

Analizom diskursa potrebno je 1) uočiti i raskrinkati sve slučajeve manipulacije kako faktografskom tako i interpretativnom strukturom iskaza i 2) otkriti eventualno pristrasnu konzistentnost pri tim manipulacijama određenu adresantima, adresatima, temama.

Problem manipularanja faktografsko-informativnom strukturom diskursa (poruke) već je uglavnom dobro istražen i uočene su i opisane glavne tehnike kojima se adresanti koriste. Ta uopćavanja, uz dodatne operacionalizacije, mogu poslužiti analitičarima kao kodni instrument kojim će testirati jedinice analize obuhvaćene uzorkom.¹⁰⁵

3.3. FORMULIRANJE POLAZNE PRETPOSTAVKE

Generalnu hipotezu na kojoj se zasniva analiza diskursa možemo formulirati ovako: Ako diskurs konstruira, izražava i reproducira ideologiju kao skupnu samointerpretaciju društvene strukture moći tada bi analizom manifestnih aspekata diskursa (ko je, šta, kome, pod kojim okolnostima i na koji način rekao?) trebalo biti moguće otkriti materijalne i simboličke interese i ukupnu socijalnu, kulturnu, ekonomsku, političku situaciju aktera diskursa (kako adresanata tako i adresata).

¹⁰⁵ Vidjeti; Breton, F. (2000). *Izmanipulisana re*. Beograd: Clio.

Operacionalizacija ovako formulirane generalne pretpostavke podrazumijeva nekoliko premisa, koje, mada od presudnog značaja, u konkretnim diskursima često ostaju u pozadini, nevidljive:

- Analizu diskursa potrebno je fokusirati primarno na rekonstrukciju *mentalnog modela objekta* diskursa (referenta kao vrste) jer je u njemu sadržan *način na koji referentna grupa adresanta interpretira pojedine aspekte stvarnosti* (tip, odnosno vrstu). Analiza će pokazati da u obimnom tekstualnom materijalu, u velikom broju pojedinačnih reprezentacija nekog objekta, ili vrste objekta postoji ujednačen pristup vrednovanju i naglašavanju relevantnosti istih atributa, pozitivnoj ili negativnoj kontekstualizaciji. Jednostavno kazano, svaki konkretni iskaz je u funkciji uspostavljanja (nametanja) interpretativne konzistentnosti (shematskog okvira za interpretaciju svih budućih događaja te vrste), koja se raznim diskurzivnim strategijama dekontekstualizira i pretvara u ideološku strukturu.
- Svako predstavljanje objekta (predmeta) diskursa (o čemu se govori) istovremeno je i *samopredstavljanje subjekta diskursa* (onoga koji o tom predmetu, na taj način, u tim okolnostima govori).
- Samopredstavljanje subjekata diskursa manje je eksplicitno u profesionalnim diskursima, koji podliježu očekivanjima objektivnosti i istinitosti, kao naprimjer u slučaju novinarskog ili ekspertnog diskursa. Međutim, pažljiva analiza diskursa uglavnom otkriva i u njima slijeđenje interpretativne sheme konkretnih društvenih skupina (naručilaca, vlasnika, oglašivača, sponzora, vladara...). Praktično to znači da su diskursi funkcionalno spregnuti u sistem reprodukcije, odnosno dekonstrukcije (u slučaju disidentskih diskursa) ideologija (mentalnih modela stvarnosti).
- *Analiza diskursa treba imati veoma skeptičan odnos prema eksplicitnim aspektima (denotativnim referencijama) masmedijskog diskursa.* Našavši se pred sadržajima masovnih medija, odnosno uzorkom sadržaja koje će analizirati, analitičar ne smije smetnuti s uma tzv. dubinske strukture diskursa koje se tiču promicanja ili podrivanja određenih mentalnih modela stvarnosti i pripadajućih im odnosa u strukturi društvene moći. Iz te perspektive treba čitati: 1) aktuelizirana pitanja i teme, naročito uočenu ustrajnost i visoku frekvenciju, 2) naglašavanje (isticanje u prvi plan) stajališta pojedinih društvenih subjekata (institucija), 3) pristrasno selektivno opisivanje stvarnosti, 4) norme i vrijednosti koje se u sadržajima sustavno promiču i zagovaraju i mnoge druge sadržajne i formalne elemente.

Za konkretni tekst, odnosno korpus tekstova u koherentnoj relaciji po osnovu *teme, subjekta diskursa, subjekata u diskursu*, vremenske i prostorne određenosti i sl. pretpostavlja se da su u funkciji, izražavanja, objašnjavanja, odbrane i legitimiranja ideologije konkretnih društvenih skupina. Međutim, da bi se mogla razumjeti ta ideološka pozadina diskursa (izgovorenog ili napisanog teksta), treba uzeti u obzir ne samo njegovu sadržinu, ono što je ostalo zapisano, već i okolnosti pod kojim se komunikacija odigrala.

Tekst kao konačan ishod diskursa (komunikacije) samo jednim dijelom je rezultat razumijevanja objekta izvještavanja (reprezentacije), ličnog i društvenog znanja, ličnih i općih (društveno podržanih) modela događaja, drugim, ne zanemarljivim dijelom, ishod je i ličnog shvatanja konteksta komunikacije; prihvatljivog i razumnog obima istine, kritičnosti, konkretnosti i apstraktnosti, isticanja i prikrivanja – riječju *modela konteksta*. Subjektivno *razumijevanje konteksta komunikacije* koje determinira diskurzivne prakse, po Van Dijk u obuhvata:

- subjektivnu i objektivnu percepciju uvjeta govornih činova (znanje o onome što ja i moj sugovornik znamo, želimo ili činimo),
- definiciju pristojnosti (društveni status ili moć),
- percepciju institucionalnih okolnosti,
- pridavanje značaja pripadnosti skupini,
- zajedničko znanje,
- mišljenje jednog o drugom,
- ciljeve i namjere komunikacijskog događaja.

Uočavamo da je koncept *modela konteksta* Van Dijka skoro istovjetan konceptu *govorne kompetencije* Hyumesa na kome je ovaj zasnovao svoj SPEAKING model komuniciranja. Zajedničko im je da *komunikacijski sadržaj, način na koji se referira na konkretan referent, vide kao rezultat pragmatičnog prilagođavanja komunikacijskoj situaciji*. U ravni analize to znači da je analizirani diskurs referencija ne samo na referenta (predmet) već i na situaciju u kojoj se odvijala semioza (referiranje) pa i na odnos subjekta diskursa naspram te situacije.

- Subjekti diskursa, kao pripadnici konkretnih društvenih skupina (od grupa do društvenih zajednica i kultura) dijele zajedničke interpretativne okvire (vizije, društvena znanja i kriterije istinitosti) na osnovu kojih relativno ujednačeno tumače društvenu stvarnost i diskurzivno se odnose prema njoj; 1) pridaju smisao društvenim činjenicama o kojima izvještavaju, odnosno koje proizvode i 2) dizajnirajući u simboličkoj (diskurzivnoj ravni) pogodujuće društvene stvarnosti; stabiliziraju (legitimiraju) ili destabiliziraju (dele-

gitimiziraju) grupne identitete i pripadajuće im odnose i oblike moći i dominacije.

- Analiza diskursa nas vodi odgovoru na pitanje o *načinu* na koji se različitim komunikacijskim praksama društvenih subjekata sistematično i intencionalno reproduciraju ili kritički delegitimiraju pojedine društvene činjenice, kao što su neoliberalizam, šovinizam, rasizam, seksizam i sl. Veoma bitno je pri tome proširenje tradicionalnog shvaćanja ideologije, naročito izvan hegelovsko-marksističkog koncepta generalnih (dovršenih i savršenih) klasnih sistema ideja na parcijalne konzistentne (paradigmatične) interpretacije stvarnosti različitih socijalnih entiteta (skupina).
- U konačnici, u manifestnoj ravni, iskazi se predstavljaju kao personalizirana stajališta koja odražavaju personalne modele stvarnosti. Međutim, ti personalni mentalni modeli su pod snažnim utjecajem društvenog, općeprihvaćenog (unutar grupe, odnosno kulturne zajednice) znanja (definicija, koncepata, stavova, kriterija vrednovanja i sl.). Zbog toga su lični mentalni modeli neizbježno polivalentni, istovremeno su jedinstveni – personalizirano autentični, ali i zajednički, ako ne integrirani u dominantnu grupu, a ono sigurno izvedeni iz temeljnih kulturnih vrijednosti referentnog društva.
Kao lično mišljenje adresanta iskaz je moguće analizirati sa stajališta: 1) eksplicitnosti iskaza 2) stila (načina) izraza, 3) konzistentnosti (harmoniziranosti) s mainstream, odnosno okolnim mišljenjima 4) informacijske utemeljenosti, 5) funkcije iskazivanja, 6) subverzivnosti. Međutim, u svim tim slučajevima treba uzeti u obzir da su lične (autorske) tačke gledišta, koliko god izgledale autentične, uokvirene kulturnim i ideološkim strukturama grupe.
- Pojedinci, koliko god se predstavljali kao snažne autorske ličnosti, stvarnost percipiraju i razumijevaju pa prema tome i opisuju i komentiraju pod utjecajem grupnih obrazaca interpretacije stvarnosti kao pripadnici društvenih skupina. Zbog toga su pojedinačni iskazi uvijek, jednim dijelom, oblik izražavanja ideoloških (grupnih) uvjerenja (ideja, znanja, sudova, stavova pa čak i emocija) o tipovima objektivnih i subjektivnih (mentalnih) činjenica (društvenih fenomena). To su uvjerenja uopće, ugrađena u shematske slike (mentalne modele stvarnosti: grupne modele događaja i modele konteksta). U temelju identitetskih samoprezentacija veoma je pristrasno zagovaranje i glorificiranje partikularnih interesa. U toj funkciji se pojedini apsekati (elemenata) vlastitog identiteta simbolički stiliziraju i primiču shematskim slikama

idelanih tipova. To u praksi znači idealiziranje atributa pripadnosti, djelatnosti, ciljeva, vrijednosti, simbola, prakse, tradicije...

- Analiza treba identificirati društvene skupine, odnosno institucije čije interese (uvjerenja i vrijednosti) konkretni diskursi promiču.

Posebnu osjetljivost pri analizi diskursa treba pokazati prema slučajevima „disonantnih“ mišljenja koja iskaču iz očekivanih šabloniziranih grupnih interpretacija. Kada se identificiraju treba odgovoriti na pitanja: ko tako misli?, da li je to autonomni nesocijalizirani pojedinac, uvrijeđeni disident ili inovativni mislilac?, šta je u pozadini takvog mišljenja - snažan utjecaj epizodnog znanja (ličnog iskustva) ili specifična životna situacija?, koji je stvarni subverzivni potencijal tih mišljenja (u granicama je očuvanja društvenog i kulturnog statusa quo ili cilja na radikalne promjene)?, kakva je informacijska podržanost tih mišljenja?, kome su upućene poruke?

U pozadini disonantnih (pluralnih) diskursa može biti polivalentna priroda ličnih modela stvarnosti koji su posljedica višestrukih grupnih identiteta, ali može biti i promjena odnosa u strukturi moći u području nadzora nad javnim diskursom koju po pravilu prati interveniranje u shematske slike (mentalne modele događaja i konteksta) na osnovu kojih ljudi (kao pojedinci ali i kao pripadnici društvenih skupina) prvenstveno razumiju sami sebe a potom i sve ostalo.

- Analizu treba proširiti na okolnosti u kojima je došlo do nekonzistentnosti.

Mogu biti najmanje tri uzorka:

1. *Adresant je veoma snažna individua*, koja uspijeva zadržati kritički odnos naspram stvarnosti i naspram grupnih ideologija. Mada su bitno determinirani grupnim interpretativnim okvirima, diskursi su uvijek jednim dijelom i autorski i izražavaju personaliziran (lični) doživljaj (prosudbu) konkretnih događaja (predmeta diskursa), koji u većoj ili manjoj mjeri može suštinski odstupati od grupnih modela stvarnosti. Pri analizi treba uzeti u obzir da pojedini subjekti diskursa (komentatori, analitičari, intelektualci, lideri javnog mišljenja) mogu sebi dozvoliti, a od njih se to i očekuje u određenim žanrovima, ekskurse izvan granica grupnih modela stvarnosti, odnosno događaja pa čak i od modela konteksta. Njihove diskurzivne reprezentacije stvarnosti nisu jednostavna, niti prosta preslika grupnih uvjerenja i ideologija. One su pod znatnim utjecajem personaliziranog iskustva socijalizacije, osobnih znanja i osobnih modela stvarnosti.

2. *Adresant je pod utjecajem* novih trendova, političkih i ideoloških programa i vrijednosti, i u fazi je identitetskog redefiniranja.
 3. *Adresanti su zahvaćeni višestrukim*, ponekad protivrječnim identitetima; pripadaju različitim društvenim grupama. U tim slučajevima subjekt diskursa, očigledno slijedi shematsku sliku društvene grupe čijem pripadanju pridaje najveći značaj, a nesnošljivost kognitivno psihološke disonancije razrješava proširenjem interpretativnog okvira na tačku gledišta referentne kulture što u diskursu rezultira insistiranjem na općim vrijednostima, ponekad čak i arhetipskim obrascima, kao što su: istina, pravda, poštenje, znanje, ljubav, sreća, uspjeh, humanizam, mir, sloboda...
- Analiza disidentskih diskursa; reprezentacija koje odstupaju od uobičajenih shematskih slika treba otkriti centralna obilježja čijim se diskurzivnim naglašavanjem kreira indentitet grupe. To mogu biti: rod, etnicitet, dob, regionalna i geografska pripadnost, profesija, vrijednosti i norme, dugoročni (strateški) ciljevi, raspoloživi resursi, tip odnosa s drugima. Shematske slike se zasnivaju na 1) društvenom znanju; informacijama koje su izdržale grupne (ideološke) kriterije istinitosti uključujući i metode provjere pouzdanosti i 2) predrasudama, odnosno stereotipima; grupnim uvjerenjima o vrsti objekata spoznaje zasnovanim na neutemeljenim uopćavanjima.

Kao što smo već kazali, teorija diskursa (naročito njena kritička varijanta) polazi od generalne pretpostavke o korespondenciji dominantnih diskursa sa svjetonazorima, ideologijama, vrijednostima, pozicijom u strukturi društvene moći dominantnih društvenih grupa.

Međutim, ovu pretpostavku bi po našem mišljenju trebalo formulirati na općijem nivou koji bi uključio i istraživanje alternativnih (subverzivnih) diskursa. To su diskursi dominiranih grupa, koje se ne mire s neravnopravnom pozicijom u društvu i s potčinjenošću i koje se pokušavaju okupiti i organizirati u cilju promjene stanja, prvo u diskurzivnom a potom i u stvarnom svijetu. Ta promjena ne mora nužno ciljati ka zamjeni uloga (preuzimanje trona diktatora). U demokratskom političkom okruženju ona cilja ka mogućnosti nesmetane reprezentacije kako u diskurzivnom tako i u stvarnom svijetu.

Tada bi generalna pretpostavka glasila: Diskursi su u samom središtu dinamičnog i više ili manje dramatičnog nadmetanja za društvenu nadmoć, odnosno procesa razvojnog uravnoteženja društvene strukture koje se može odvijati po različitim scenarijima; u rasponu od weberovskog nametanja volje drugima do pluralno liberalne participacije i glasnosti širokog spektra društvenih subjekata, uključujući i tradicionalno marginalizirane.

Iz perspektive ovako konceptualizirane pretpostavke moguće je postaviti više istraživačkih pitanja, kao naprimjer:

- Da li je konkretni diskurs u funkciji održanja statusa quo, ili je u funkciji promjene u strukturi društvene moći?
- Koja je ideologija u pozadini analiziranog diskursa?
- Na koji način se promiče određena ideologija kroz površinske diskurzivne strukture?
- Na kojim dubinskim diskurzivnim strukturama se zasnivaju dominantni a na kojim alternativni (subverzivni) diskursi?
- U kakvoj je vezi analizirani diskurs sa diskurzivnom moći adresata i adresanata.
- U kakvoj je vezi diskurzivna sa društvenom moći?

3.4. IZBOR ISTRAŽIVAČKIH POSTUPAKA

Na raspolaganju nam je više, već etabliranih, metodoloških postupaka, u tematskom području pojedinih istraživačkih pitanja.

3.4.1. METODA KRITIČKE ANALIZE DISKURSA

U području traganja za odgovorom na istraživačka pitanja o funkcionalnoj podređenosti konkretnih diskursa reprodukciji ideologija i odnosa moći razvijena je metoda kritičke analize diskursa.

Kritička analiza diskursa (CDA) je vrsta analize diskursa u čijem su središtu pitanja jezičkog (govornog) ispoljavanja, nametanja i reprodukcije društvene moći, strategija i tehnika diskurzivnog potčinjavanja, dominacije i nejednakosti uz jasno (eksplicitno) zauzimanje kritičkog odnosa analitičara naspram socijalnih nejednakosti, prvo u području komuniciranja a potom i u društvu uopće.¹⁰⁶ Fokus je na otkrivanju diskurzivnog opravdanja dominacije i nejednakosti u prezentiranoj stvarnosti. Diskurs je pod generalnom sumnjom, da je kontroliran u ime i u interesu moćnih, dominantnih društvenih skupina, koje na taj način kontroliraju mentalne modele događaja koji posreduju između ideologije kao oblika društvenog znaja i pojedinačnih perceptivnih i praktičnih iskustava stvarnosti.

¹⁰⁶ Dijk, A. T. Critical Discourse Analysis, http://elearn.uni-sofia.bg/pluginfile.php/165449/mod_resource/content/1/3%20Critical%20discourse%20analysis.pdf (Pristupljeno 22.6. 2017.)

Ruth Wodak i Michael Meyer sumiraju glavne odlike metode kritičke analize diskursa:

- bavi se konkretnom upotrebom jezika, konkretnim upotrebama jezika (tekstovima), a ne jezikom uopće,
- predmet analize su semantičke jedinice veće od riječi, odnosno rečenice. To su: diskurs, razgovor, govorni čin, komunikativni događaj.
- proširuje područje interesovanja izvan gramatičkih aspekata lingvistike, na pitanja jezičkog djelovanja i interakcije,
- uključuje i neverbalne (semiotičke, multimodalne, vizualne) aspekte interakcije i komunikacije: geste, slike, film, internet, multimediju,
- fokusira se na dinamične (socio)kognitivne ili interakcijske aspekte i strategije
- proučava funkcije (socijalne, kulturne, situativne i kognitivne) konteksta upotrebe jezika,
- uzima u obzir raznolikost (bogat spektar) oblika upotrebe jezika: koherentnost, anafore, teme, mikrostrukture, govorne činove, interakcije, znakove pristojnosti, argumentaciju, retoriku, mentalne modele, kao i mnoge druge aspekte teksta i diskursa.¹⁰⁷

Za razliku od ostalih analitičara diskursa, kritički analitičari u teorijski okvir unose svoj socio-politički stav: svoje kritičko stajalište, perspektivu, načela i ciljeve eksplicitno usmjerene na dekonstrukciju društvenih odnosa dominacije i nejednakosti i solidarisanje s onim društvenim skupinama koje najviše trpe od dominacije i nejednakosti. U tom smislu „kritika diskursa podrazumijeva političku kritiku onih koji su odgovorni za njegovu perverziju u reprodukciju dominacije i nejednakosti. Takva kritika ne bi trebala biti ad hoc, personalizirana ili slučajna, već opća, strukturna i usredotočena na grupe i odnose među grupama.“¹⁰⁸

Filozofsko-teorijsku podlogu za opravdanost sumnje da iza ideja koje dominiraju u javnoj sferi stoje parcijalni interesi dominirajućih društvenih grupa stvorio je svojevremeno Karl Marx konstatirajući da su „misli vladajuće klase u svakoj epohi vladajuće misli“¹⁰⁹. Habermas ide korak dalje, baveći se aspektom eksternalizacije misli zaključuje da je „jezik medij dominacije i društvena sila. On služi da ozakoni organiziranu moć. Utoliko što je legi-

¹⁰⁷ Wodak, R., Meyer, M. (2009). *Methods for Critical Discourse Analysis*. London: Place of Publication, Publisher / www.miguelangelmartinez.net/.../2008_Wodak_Critical_Discourse_Analysis_Ch_01.../(Pristupljeno 3.06. 2017).

¹⁰⁸ Dijk, A. T. Critical Discourse Analysis, http://elearn.uni-sofia.bg/pluginfile.php/165449/mod_resource/content/1/3%20Critical%20discourse%20analysis.pdf (Pristupljeno 22.6. 2017.)

¹⁰⁹ Marks, K., Engels, F. (1953). Rani Radov. Zagreb: Kultura.

timacija odnosa moći... jezik je i ideološki”.¹¹⁰ Sljedbenici kritičke analize za metodološko polazište uzimaju teorijska i empirijska istraživanja Michela Foucaulta. On je analizom tekstova nastalih u Njemačkoj tokom nacističkog režima između 1932. i 1938. godine, pokazao kako su diskursi bili pod utjecajem nacional-socijalista, što je na kraju rezultiralo potpunom dominacijom nacističkog diskursa, u svim sferama života. Uočio je da na isti način na koji gramatika determinira strukturu rečenice, određena diskurzivna pravila determiniraju načine na koji se prikazuju konkretni objekti odnosno odnosi u društvu. Ta pravila su određena kontekstima. Pod kontekstom misli na vanjezičke faktore kao što su kultura, društvo, ideologije, politički koncepti i političke strukture.

Prefiks “kritička” naglašava društvenu funkciju analize, pregnantno izraženu u shvatanjima Jürgena Habermasa, Max Horkheimera i drugih sljedbenika kritičke teorije, odnosno frankfurtske škole, da socijalna teorija, pa i socijalna istraživanja trebaju biti usmjerena ne samo na *razumijevanje i objašnjavanje društva* već na njegovu promjenu, prvenstveno u pravcu oslobađanja od različitih oblika dominacije, među kojima posebno mjesto zauzima *diskurzivna dominacija*.

Diskurzivna dominacija ima dvije dimenzije; *produksijsku i konzumentsku*. *Produksijska dimenzija* se odnosi na formuliranje, verbalno-simboličku estetizaciju i narativizaciju *mentalnih modela događaja koji izražavaju, legitimiziraju i reproduciraju* odnose društvene dominacije utemeljene na određenoj raspodjeli društvene moći.

Analiza ove dimenzije diskursa dovodi u izravnu vezu diskurzivnu i društvenu moć sa vještinama suptilnog nametanja ideoloških struktura, reprezentiranih mentalnim modelima događaja, vješto verbaliziranih različitim govornim oblicima. Iz te perspektive određujemo i *predmet kritičke analize diskursa u užem smislu*. To je odnos između diskurzivnih struktura i spoznaje, reprezentirane mentalnim modelima događaja. Površinske (mikro) diskurzivne strukture koje pronalazimo u tekstu (diskursu), analiziramo sa stajališta njihove potencijalne i stvarne relevantnosti za reprodukciju dubinskih (makro) diskurzivnih struktura; ideologiziranih mentalnih modela događaja (stvarnosti) koji legitimiziraju određeni tip dominacije i društvenih odnosa.

Konzumentska dimenzija se odnosi na različite aspekte uočljivosti, privlačnosti, prihvatljivosti, razumljivosti, dekodiranja i utjecaja produciranih diskursa na mišljenje i akcije recipijenta. Analiza ove dimenzije omogućava procjenu stvarnog utjecaja konkretnih tekstova (diskursa) na faktičko stanje

¹¹⁰ Habermas, J. (1988). *On the Logic of the Social Sciences*. Massachusetts: MIT Press Cambridge.

u strukturi društvene moći, odnosno na događaje i procese na koje su se diskursi referirali.

Produkcijaska i konzumentska dimenzija diskurzivne reprodukcije društvene moći u uzajamnom su prožimanju i tako se prema njima treba i odnositi pri istraživanju konkretnih diskursa. To znači da će se „istraga“ diskurzivnih oblika dominacije i neravnopravnosti s podjednakom pažnjom usmjeriti na 1) prepoznavanje diskurzivnih strategija moćnih komunikatora koje „kroz naizgled legitimne načine predstavljanja (naracije) naturaliziraju društveni poredak nejednakosti“¹¹¹, kao i na prepoznavanje 2) strategija i tehnika povećavanja izvjesnosti da će ti prikazi biti konzumirani i usvojeni kao obrasci interpretacije stvarnosti na koju referiraju. U oba slučaja u centru pažnje je zloupotreba diskurzivne moći u funkciji nametanja društvene moći i odnosa društvene dominacije.

Mnogobrojne kritičke analize diskursa pokazuju da se diskurzivna moć u tekstovima može manifestirati eksplicitno, dakle direktnim promicanjem ideoloških mentalnih modela stvarnosti i normativnim reguliranjem pristupa kako ulaznim (emisionim) tako i izlaznim tačkama kanala diskursa (komuniciranja). Međutim, veoma često ideologija i moć kao dva ključna koncepta kritičke analize diskursa suptilno su zamaskirana i potreban je ozbiljan intelektualni analitički napor da bi se razotkrili i raskrinkali u, naizgled svakodnevnoj upotrebi jezika.

Koncept konteksta je od ključne (definirajuće) važnosti za CDA, jer eksplicitno uključuje socijalno-psihološke, političke i ideološke komponente, a time i interdisciplinarne postulate i interdisciplinarne procedure.¹¹² To se pregnantno odražava u glavnim načelima kritičke analize diskursa, koja su formulirali Fairclough i Wodak¹¹³;

1. CDA se bavi socijalnim problemima;
2. Odnosi moći su diskurzivni (nalaze svoj izraz u diskursima);
3. Diskursi odražavaju društvo i kulturu;
4. Diskursi su ideološki;
5. Diskursi su istorični;
6. Veza između diskursa i društva je posredovana mentalnim modelima;

¹¹¹ Fairclough, N. (1985). Critical and Descriptive Goals in Discourse Analysis. *Journal of Pragmatics*, (9).

¹¹² Wodak, R., Meyer, M. (2009). *Methods for Critical Discourse Analysis*. London: Place of Publication, Publisher / www.miguelangelmartinez.net/.../2008_Wodak_Critical_Discourse_Analysis_Ch_01.../(Pristupljeno 3.06. 2017).

¹¹³ Fairclough, N. L., Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. In Dijk, A. T. (Ed.), *Discourse Studies. A multidisciplinary introduction*. Vol. 2. Discourse as social interaction. (pp. 258-284). London: Sage.

7. Analiza diskursa je interpretativna i objašnjavajuća;
8. Diskurs je oblik društvenog djelovanja.¹¹⁴

Tragom ovih načela definirani su glavni zahtjevi koji se postavljaju pred kritičku analizu diskursa. To su:

- fokusiranost na socijalne probleme i politička pitanja,
- multidisciplinarnost koja proizlazi iz kompleksnosti društvenih problema,
- primarna orijentiranost na objašnjavanje socijalne interakcije i društvene strukture koja stoji iza analiziranog diskursa - umjesto opisa diskurzivnih struktura,
- fokusiranost na način na koji diskurzivna struktura referira, legitimira, izaziva, reproducira odnos moći i dominacije u društvu.¹¹⁵

Kritička analiza diskursa ima širok spektar područja na kojima se primjenjuje. Na prvom mjestu je područje političkog diskursa, ali ništa manje nisu značajna i utjecajna istraživanja na područjima: rodnih nejednakosti, medijskog diskursa, etnocentrizma, antisemitizma, nacionalizma, rasizma i profesionalnih diskursa. Politički diskurs ima najdirektniju ulogu u uspostavljanju, reprodukciji i legitimizaciji moći i dominacije u društvu. Analiza je usmjerena na otkrivanje "okvira" koji čine ideje i uvjerenja unutar kojih se interpretiraju političke činjenice i organiziraju političke misli, politika i diskursi. Dosadašnja istraživanja potvrđuju da takvi okviri postoje i igraju ključnu ulogu u nametanju i reprodukciji dominacije i socijalne nejednakosti u društvu.

Na mnogo načina feminističke studije su paradigmatični primjeri analize diskursa, odnosno načina diskurzivne pa i društvene dominacije muškog u odnosu na ženski rod i rodne nejednakosti uopće. Studije uloge diskursa u uspostavljanju i reprodukciji etničkih i "rasnih" nejednakosti su razotkrile utjecaj negativnih prikaza egzotičnih razlika i naglašavanja moralne i biološke inferiornosti pripadnika određenih etnosa i rasa ("drugih") na nastajanje i ustrajnost dominantnih obrazaca njihovog negativnog predstavljanja u masovnim medijima i popularnoj kulturi. Diskurzivne strukture, strategije i akcije funkcionalno su spregnute sa ostvarivanjem premoći dominantnih (bijelih, zapadnjaka, muških, anglosaksonaca) grupa. To se postiže manipulacijom interpretativnim okvirima recipijenta koji formiraju i potvrđuju polazne društvene reprezentacije u interesu vladajućih ideologija. Istraživanja

¹¹⁴ Fairclough, N. L., & Wodak, R. (1997); Isto.

¹¹⁵ Dijk, A. T. Critical Discourse Analysis, http://elearn.uni-sofia.bg/pluginfile.php/165449/mod_resource/content/1/3%20Critical%20discourse%20analysis.pdf (Pristupljeno 22.6. 2017.)

institucionalnih i profesionalnih diskursa (razgovor u sudnici, birokratski diskurs, medicinski diskurs, obrazovni i naučni diskurs, korporativni diskurs) pokazala su da su snaga i dominacija u specifičnim društvenim područjima (politika, mediji, pravo, obrazovanje, znanost, itd) povezani sa profesionalnim elitama i institucijama, odnosno sa pravilima i rutinama koje čine pozadinu svakodnevne diskurzivne reprodukcije moći u takvim oblastima i institucijama. Žrtve ili mete takve moći su obično javnost ili građani, "mase", klijenti, subjekti, publika, studenti i druge grupe koje su zavisne od institucionalne i organizacijske moći.¹¹⁶

U svim slučajevima fokus je na prepoznavanju i kritici diskurzivnih aspekata moći, dominacije i socijalne nejednakosti koja se ogleda u strateškoj intencionalnoj upotrebi jezika.

3.4.2. ANALIZA IDENTITESKIH (SAMO)ODREĐENJA

Analiza diskursa konkretne narative tumači (čita) sa stajališta njihove funkcionalne spregnutosti s izgradnjom kolektivnog) identiteta, odnosno oblikovanja i reprodukcije društvenih skupina. Ta spregnutost je često prikrivena i računa na kumulativni efekt ustrajnog indoktrinirajućeg diskurzivnog djelovanja i moguće ga je indicirati samo produbljenom analizom. Ključno je, pri tome, u diskurzivnim iskazima uočiti koherenciju reprezentacija; suštinsko ponavljanje istovjetnih slika, stavova, uvjerenja, ocjena vezanih za određene vrste predmeta. Kada se uoči i razjasni shematska priroda koherencije (samo)reprezentacija opravdano je formulirati hipotezu da je dominantni diskurs u funkciji identitetskog samoodređenja, odnosno samosepariranja u odnosu na Druge. Ovako formulirana hipoteza ima značajne konsekvence. Proširuje spektar pitanja na koja analizom treba odgovoriti na pitanja: 1) ko stoji (konceptualizira, planira, koordinira, upravlja, nadzire, evaluira) u slučaju konkretnih diskursa iza njihove strateške upotrebe? i 2) koja je uloga u tome pojedinih institucija i njihovih kanala diskursa?

Odgovor na prvo pitanje vodi identificiranju intelektualaca, eksperata, nezavisnih analitičara, lidera javnog mišljenja, zvaničnih predstavnika referentnih skupina, koji na osnovu „povlaštenog“ pristupa javnom diskursu ostvaruju značajan, ako ne i presudan utjecaj na samoprezentaciju referentnih skupina koje reprezentiraju promičući konkretne interpretacije, odnosno

¹¹⁶ Dijk, A. T. Critical Discourse Analysis, http://elearn.uni-sofia.bg/pluginfile.php/165449/mod_resource/content/1/3%20Critical%20discourse%20analysis.pdf (Pristupljeno 22.6. 2017.)

shematske slike stvarnosti. Pri analizi opravdano je očekivati da će pripadnici skupina zasnovanih na općim (nepromjenljivim) svojstvima kao što su: rod, rasa, porijeklo, etnicitet, dob, religija, seksualna orijentacija imati ne samo svoje teme već i načine (shematske slike) na koji ih interpretiraju. Na sličan način diskurs određuju promjenljivi atributi kao što su: profesija, članstvo u interesnim organizacijama, društveni aktivizam, stratifikacijska pozicija i sl. U svim slučajevima konkretni diskurs tumačimo kao stajalište interesne grupe determinirano njenim ciljevima; da reproducira ili da popravi svoju poziciju u strukturi društvene moći.

Analiza diskursa bi nas trebala odvesti *od stavova* koji su u bilo kojoj strukturalnoj varijanti (spoznajna, evaluacijsko vrijednosna, emocionalna) uglavnom eksplicitno formulirani u iskazima do *shematskih slika* (obrazaca) i kategorija „koje su funkcija simboličkih ili materijalnih interesa skupine“¹¹⁷. Riječ je o načinu na koji skupine i njihovi pripadnici generalno gledaju na vrste (tipove) empirijskih činjenica i na njihove očekivane uzajamne odnose.

Lingvističke i semantičke strukture teksta označavaju (više ili manje eksplicitno) društvena stanja i društvene strukture u koje su „višestruko ukotvljene“. Pošto je to tako, moguće ih je analizom diskursa rekonstruirati i objasniti (razotkriti) ne samo kao identitetske samopredodžbe (način na koji subjekti diskursa ili subjekti u diskursu vidi stanje stvari) već i kao objektivne društvene odnose i strukture koje te samopredodžbe determiniraju.

Pošto analiza diskursa, po pravilu, obuhvata veći broj iskaza o vrsti predmeta u vremenskom, odnosno prostornom kontinuitetu ili diskontinuitetu, pažnja se fokusira na traganje za objedinjujućim dubinskim strukturama, za onim što je zajedničko – opće – i što povezuje cijeli spektar različitih formulacija. To su grupni, odnosno kulturni okviri uvjerenja, čijom reprodukcijom se osigurava reprodukcija interesnih grupa i kultura kojima su impregnirana lična stajališta subjekata diskursa i subjekata u diskursu.

Ma koliko bila netransparentna, ta uvjerenja djeluju i analitičari diskursa ih moraju uzimati u obzir kao kontekst diskurzivnih interakcija. Iza mnoštva različitih formulacija percepcija i stavova kriju se stabilne društvene predodžbe organizirane u shematske obrasce, do kojih analizom sadržaja treba prodrijeti i koje treba kritički interpretirati, prvenstveno sa stajališta identitetskih samopredstavljanja, okupljanja, preporučivanja i sukobljavanja. Iz sadržine i načina na koji subjekti diskursa govore o pojedinim aspektima svoje i društvene stvarnosti, analizom diskursa otkrivamo grupne vizije, svjetonazore, ideologije i druge oblike društvenog mišljenja koji ih identitetski

¹¹⁷ Dijk, A. T. (2006). *Ideologija: multidisciplinarni pristup*. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.

definiraju, i diferenciraju (čine jedinstvenim) u odnosu na druge. U tom smislu te identitetske autorefleksije jesu ideologije. Osiguravaju da pripadnici iste društvene skupine zauzimaju istu interpretativnu perspektivu i da imaju slične stavove o relevantnim aktuelnim pitanjima; o tome šta je dobro za grupu i šta treba podržati i očuvati, kao i šta je pogrešno i šta treba promijeniti.

Diskursi, dakle, ne samo da konstatiraju društvene odnose, oni ih i konstruiraju (nameću modele društveno podrživih i očekivanih) i legitimiziraju. Radi toga se analizom tekst /govor, iskaz, komunikacija, narativni obrazac tretiraju iz perspektive potrebe (dominantnih ili marginaliziranih) društvenih skupina da se ideološki povežu (vrijednosno homogeniziraju) i akciono orijentiraju naspram vlastite društvene stvarnosti. U tom smislu tekst se analitički razlaže na različite aspekte (leksičke, semantičke, sintaktičke, retoričke) za koje se pretpostavlja da su u funkciji artikuliranja, usvajanja, širenja i promicanja, legitimizacije ili delegitimizacije grupnih identiteta. Značaj ovog aspekta diskursa proizlazi iz činjenice da presudan utjecaj na dnevne reprezentacije stvarnosti ima veoma ograničen broj intelektualaca (diskurs elite). Najčešće su citirani kao nosioci stavova-komentara aktuelnih društvenih zbivanja. Njih organizatori pozivaju na javne tribine, uvodničari su na sesijama nevladinih organizacija, nezaobilazni su govornici na različitim naučnim skupovima. Učesnici su u dijaloškim emisijama na radiju i televiziji. Komentiraju dnevne aktuelnosti u informativnim programima i sadržajima offline i online medija.

Nezaobilazno je istražiti pozadinu i prirodu tog povlaštenog položaja. Da li je i u kojoj mjeri pristrasan. U čijem interesu se ta pristrasnost ostvaruje? Na temelju kojih kriterija se regrutuju pojedinci u skupinu diskurzivne elite? Koju cijenu moraju „platiti“ pojedinci da bi ušli u tu skupinu, odnosno da bi se u njoj zadržali? Koliko su oni zaista nezavisni od odnosa u strukturi društvene moći (grupa koje nastoje učvrstiti i reproducirati svoju poziciju, odnosno grupa koje se nastoje repozicionirati)?¹¹⁸

Odgovor na drugo pitanje vodi ka istraživanju strukture institucionalnih kanala javnog diskursa (sustava javnog komuniciranja) i načina na koji oni, više ili manje pristrasno, ostvaruju funkciju gatekeepinga (nadzora nad ulazima u sustav). U konkretnim tekstovima, ma koliko se prezentirali kao originalni autorski iskazi pojedinaca, u manje-više prikrivenoj formi saopćavaju se i zagovaraju uvjerenja (temeljne vrijednosti i dugoročni interesi) glavnih institucija konkretnog društva; stranaka, crkava, vladajuće koalicije, političke opozicije, sindikata, nevladinog sektora, univerziteta, profitnih

¹¹⁸ <http://analiziraj.ba/2016/08/19/kako-se-postaje-ostaje-analiticar-u-bih/> (Pristupljeno 14. 08. 2017.)

organizacija, javnih emitera i komercijalnih medija. Naročita je uloga masovnih medija, koji su svojom društvenom funkcijom (informiranja i kreiranja javnog mišljenja) najisturenija društvena institucija za nametanje ideoloških obrazaca interpretacije dnevne stvarnosti, ali i nametanja kriterija (elemenata) identitetskog samodefiniranja.

Utjecaj masovnih medija kreće se od izvornog, autentičnog medijskog (zasnovanog na humanim i slobodarskim idealima novinarske profesije) interpretiranja (pridavanja smisla i značenja) dnevnim zbivanjima i procesima do selekcije iz mnoštva informacija, stajališta i mišljenja, posredovanih, manje-više organizirano, institucionalnim kanalima javnog diskursa i njihovog „povlaštenog“ objavljivanja. U oba slučaja utjecaj na javno mišljenje neupitan je a veći je u slučajevima kada recipijenti (građani) nemaju pristup alternativnim izvorima informacija i interpretacija, a naročito ukoliko nemaju ličnog iskustva (prostorno i vremenski su udaljeni od objekta reprezentacije), odnosno ako njihovo lično iskustvo nije u neskladu sa medijskom reprezentacijom. U tom smislu u konkretnom diskursu (iskazima) traga se za aspektima:

- razvoja i diseminacije društvenih predodžbi (reprezentacija), uvjerenja, znanja, stavova (mentalnih modela događaja i mentalnih modela konteksta) uzajamno koherentnih po osnovu zajedničkih (grupnih) shematskih slika;
- poticanja, ohrabrivanja, nagovaranja na grupnu identifikaciju;
- odbrane, racionalizacije, glorifikacije i petrifikacije (legitimiziranja) grupnih vrijednosti, ciljeva i pozicije u strukturi društvene moći;
- diferencijacije (razgraničenja) s drugim grupama (Njima) uglavnom praćene demonizacijom, stigmatizacijom, diskvalifikacijom, socijalnim isključivanjem (delegitimiziranjem);
- instruiranja pripadnika grupe u području nejezičkog djelovanja.

Analitičari diskursa trebaju otkriti koji je to zadatak, u ime koje strukture moći i na koji način se realizira (koje su prakse označavanja).

Algoritam (tok) analize diskursa subjekatske pozicije paradigmatičan je za analizu diskursa uopće i odvija se u nekoliko koraka:

- *Prepoznavanje iskaza u kojima se reprezentiraju subjekatske pozicije.* Ti su diskursi često prikriveni formatom vijesti (prikazom pojedinačnog slučaja) i moguće ih je uočiti tek kada se posmatra više iskaza koje povezuje ista subjekatska pozicija kao objekt izvještavanja (reprezentacije). Dakle, u ovoj fazi iz ukupnog sadržaja komunikacije (određenog medija, kanala, autora) izdvajamo (uzorkujemo) slučajeve (vijesti – priče) u kojima su akteri (izvršioци ili objekti radnje) pojedinci

- obilježeni subjekatskom pozicijom – pozicijom u društvenoj strukturi;
- *Identificiranje atributiva* (uključujući osobine, situacije, reakcije) koji se najčešće (u kontinuitetu) pripisuju u svim pojedinačnim slučajevima konkretnim subjekatskim pozicijama;
 - *Rekonstruiranje tipične slike o društvenim grupama* određenim subjekatskim pozicijama (pripadnicima ove ili one profesionalne, regionalne, etničke, socijalne, supkulturne, ekonomske, psihografske grupe) u diskursu i upoređivanje s poznatim stereotipima (pozitivnim i negativnim). Na ovom nivou analiza diskursa se pretvara u analizu *stereotipa*. Podrazumijeva iscrpan uvid u aktuelne stereotipe i njihovo kritičko interpretiranje (jasnu klasifikaciju na pozitivne i negativne i razumijevanje njihovih funkcija).¹¹⁹ Kritički interpretirati uočeno stereotipiziranje znači:
 - Identificirati kriterije stereotipne reprezentacije: 1) urođena obilježja – boja kože, spol, etničko porijeklo, geografsko porijeklo, fizičke osobine, 2) kulturna i supkulturna obilježja, 3) socijalna i ekonomska obilježja, 4) psihografska obilježja;
 - Identificirati diskurzivno klasificiranje grupe kao 1) Mi grupe (integrirane, podržavane, konsonantne, pozicionirane u glavne struje društvenih tokova) ili 2) Oni grupe (koju treba marginalizirati, stigmatizirati, demonizirati, omalovažiti, dehumanizirati, ismijati, isključiti);
 - Objasniti smisao dijagnostičanog stereotipiziranja – kome ide u korist takvo reprezentiranje konkretnih socijalnih pozicija, ko su stvarni (u sjeni), a ko nominalni subjekti diskursa, kakva je uloga masovnih medija?;
 - Ukazati na posljedice stereotipiziranja subjekatskih pozicija; kako negativnog tako i pozitivnog.
 - Ponuditi alternativni diskurs koji se može kretati između tri glavne mogućnosti:
 - Negativne stereotipe zasnovane na sistematičnom (upornom i konzistentnom) pripisivanju negativnih osobina određenim subjekatskim pozicijama, postupno razgrađivati i zamjenjivati

¹¹⁹ U modernom ambijentu stereotipi su neizbježni, pa čak i nužni. Neuman to ovako obrazlaže: „nama su potrebni naši stereotipi kako bismo u našoj okolini jednostavno manevrisali, kako bismo mogli da odvojimo ovo od onoga, kako bismo uspostavili red u svetu koji inače preti da postane kaotičan. Ali ono odlučujuće nije da li se mi držimo stereotipa ili da li imamo predrasude, nego kakve stereotipe i predrasude mi imamo i na koji način oni dele stanovništvo na unutrašnje i spoljne grupe.“ (Nojman, B. I. (2009). Značenje, materijalnost, moć: Uvod u analizu diskursa. Beograd: Centar za civilno-vojne odnose. Aleksandria Press)

alternativnim (pozitivnim) stereotipima zasnovanim na pozitivnim osobinama i uzimanju u obzir situacijskih faktora – životnih okolnosti pojedinih društvenih grupa;

- ° Proskribovana, stigmatizirajuća imena grupa dominantno obilježenih subjekatskom pozicijom promijeniti (denominirati) neutralnim, manje dinstiktivnim u odnosu na ostale pripadnike zajednice, odnosno društva;
- ° Dehomogenizirati reprezentaciju subjekatske pozicije, naglašavati slučajeve koji dovode u pitanje stereotype.

3.4.3. ANALIZA FANTASY TEMA

Metoda se zasniva na pretpostvaci da se u žarištu motivirajućih simboličkih stilizacija (objekata i situacija) ukrštaju glavne vrijednosti, motivi, ciljevi sa kojim se subjekti diskursa (adresanti i adresati) identificiraju, kojima teže i o kojima fantaziraju (sanjare). Pretpostavlja se da je odgovor (publike) na prezentirane priče (fantazije) ključ za razumijevanje njenih uvjerenja. Pošto se taj odgovor (sadržina i vrsta) pokušava ciljano izazvati, pretpostavlja se da su slike na kojima se zasnivaju poruke svjesno tako konstruirane da korespondiraju pretpostavljenim fantazijama (dovoljno motivirajućim) ciljanih recipijenta (targeta) i da to sve funkcionira, ako je moguće refleksno, bez puno promišljanja. Prezentiranoj slici (fantaziji) pridaje se određeni opći smisao, odnosno značenje, kao nešto što određuje grupu definiranu različitim situacijskim faktorima (demografskim, socijalnim, ekonomskim, kulturnim, političkim i sl.).

Analiza fantasy tema bi nam trebala otkriti *proces simboličke konvergencije u toku*. Tekstovima pristupamo kao diskurzivnim činovima u funkciji nastajanja, odnosno održavanja retoričkih zajednica zasnovanih na konvergenciji retoričkih vizija.

Postupak (algoritam) analize fantasy tema nije strogo definiran. Postoji mišljenje da to čak i nije moguće učiniti te da se prethodna iskustva mogu koristiti samo kao veoma opći model (generalne smjernice), a da svako novo istraživanje zahtijeva razvijanje originalne metodologije) što podrazumijeva visok stupanj kreativnosti. Virginia Kidd kaže: “Morate učiti kako analizirati svaku poruku.”¹²⁰ U tom smislu treba razumjeti i pet koraka koje mi predstavljamo.

¹²⁰ Kidd, V. Fantasy Theme, / http://www.csus.edu/indiv/k/kiddv/FTA_reading.html/ (pristupljeno 17.08. 2016.)

Prvi korak se odnosi na identificiranje elemenata fantazije u diskursu, odnosno iskazima. To prvenstveno znači uočavanje fantasy tema - pseudoparabola – dramatično prezentiranih slika koje asociraju na način na koji pripadnici grupe vide (idealiziraju) svoj svijet, kako ga vrijednosno i emocionalno boje. Te slike su dramatizacije načina na koji pojedinci tumače stvarnost u kojima prikazi konkretnih situacija i slučajeva služe kao ilustracija općeg stava, odnosno odnosa prema konkretnom tematskom području. Pošto smisao pričanja fantasy tema nije u detaljnom izvještavanju o konkretnom događaju (temi), već u nametanju interpretativnih obrazaca, analiza diskursa se fokusira na uočavanje narativnih slika koje se ponavljaju iz slučaja u slučaj i koje, upravo zbog tog ponavljanja (kao lajtmotiva), bivaju prihvaćene od narativne zajednice kao opća prigodna mudrost često pretočena u narodnu mudrost (poslovice, izreke) koja je u stanju osloboditi se konkretnih narativa ali i dalje funkcionirati kao izvor informacija za brzu orijentaciju (pridavanje ujednačenog smisla i značenja) u kompleksnoj stvarnosti. Iz te perspektive, koliko god nam se činilo da se u stvarnosti stalno dešava nešto novo, pa i da su narativi (medijski izvještaji, filmovi, umjetička djela) različiti, analizom ćemo otkriti da je u diskursu u optičaju jedan ograničen broj tipova zapleta i raspleta. Bormann ih naziva fantasy tipovima.

Analiza diskursa bi trebala: identificirati slučajeve fantasy tema, klasificirati ih u poznate, ili možda u novonastajuće fantasy tipove i objasniti njihovu vertikalnu koherenciju (arhetipsku relaciju).¹²¹

Drugi korak analize vodi identificiranju glavnih likova fantasy tema. Likovima (junacima) su uobičajeno pripisane određene tipične osobine, karakteristične za uloge koje igraju u narativu. To podrazumijeva: a) identificiranje i profiliranje središnjeg (glavnog) lika, b) identificiranje i profiliranje glavnog protivnika i c) identificiranje i profiliranje ostalih likova,

Glavni (središnji) lik ima osobine i hvale vrijedan cilj, za kojim publika žudi.

Treći korak odnosi se na skiciranje osnovnog scenarija priče (drame). Drama se odvija u prostoru težnje, odnosno nastojanja da se fantazijski cilj glavnog junaka realizira. Dramski efekt se postiže uvođenjem u priču negati-

¹²¹ Bormann navodi primjer kako je istraga komunizma u vladi SAD-a koju je pedesetih godina vodio senator Joseph McCarthy predstavljena u demokratskoj štampi kao "lov na vještice" zahvaljujući funkcioniranju, ustaljenosti izvorne referencije na suđenje vješticama u Salemu. Radi se o arhetipskoj fantaziji koja, zbog prihvaćenosti u komunikacijskoj zajednici, omogućuje pojednostavljene i ujednačene interpretacije svih sličnih događaja, bez potrebe da se ti opći utisci posebno racionalno argumentiraju. Na isti način je ustaljena i fantazija "drugi Vijetnam" kao referencija na dugogodišnju i bezizglednu umiješanost u neki ratni sukob.

vaca, koji zaprečavaju put ostvarenja fantazijskog cilja. *Scenarij ili linija fabule* objašnjava kako se središnji lik suočava sa preprekama u svom nastojanju da postignu cilj. Način na koji glavni lik rješava svoje probleme je tipičan i „nameće“ se publici kao model kako probleme treba rješavati.

Četvrti korak odnosi se na identificiranje uloga u diskursu. Sam diskurs se tumači kao nečije nastojanje da se publika podstakne na emocionalno vezivanje i identificiranje sa vrijednostima i ciljem središnjeg lika (učestvovanje u priči) iz čije perspektive će djelovati u stvarnom svijetu svakodnevnih izbora između mnoštva mogućnosti.

Podrazumijeva se da se identificira ko je nagovarač (adresant), na koga je nagovor adresiran i da rezultira objektivnom procjenom izglednosti stvarnog utjecaja nagovora.

Treba opisati motivaciju (razloge) za takvo predstavljanje teme i za namećanje takve retoričke vizije. To podrazumijeva objašnjenje ideje (zamisli) o tome kako bi tako predstavljena tema mogla doprinijeti poželjnom utjecaju na retoričku zajednicu. Neke fantasy teme dizajnirane su da bi se podigla svjesnost o nekom društvenom problemu ili pitanju, neke bi trebale pokrenuti grupu (zajednicu) na akciju, a neke održati postojeći entuzijazam. Bormann u tom smislu razlikuje četiri faze u genezi retoričke vizije pa i zajednice; nastanak, rast, zrelost i pad.¹²² Analiza bi trebala odgovoriti i na pitanje u kojoj se životnoj fazi nalazi retorička vizija (zajednica) kojoj je upućen analizirani narativ.

Peti korak odnosi se na razmatranje efekata naracije; prvo na pronalaženje dokaza da je došlo do simboličke konvergencije, to jest do približavanja, ako ne i do ujednačavanja interpretacije konkretne fantasy teme (reprezentirane naracijom) većeg broja ljudi i nastanka retoričke zajednice. Bormann predlaže da se kao dokaz za simboličku konvergenciju uzme postojanje sličnosti u načinu na koji se jedna te ista tema priča od strane različitih autora (subjekata) i u različitim situacijama (kontekstima).

Nakon dokazivanja simboličke konvergencije traga se za odgovorom na pitanje zašto su neke skupine ostale izvan procesa (izvan retoričke zajednice)? Da li su priče bile dovoljno podsticajne za određene grupe recipijenta sa stajališta njihovih temeljnih potreba, vrijednosti i shematskih slika?

Nužno je predmet posmatranja proširiti sa privlačnosti i magične snage verbaliziranih slika na činjenične linkove sa stvarnošću.¹²³ Slike koliko god

¹²² Bormann, E. (1985). *The Force of Fantasy: Restoring the American Dream*. Carbondale, Illinois: Southern Illinois University Press, 1985.

¹²³ Kidd, V. Fantasy Theme, / http://www.csus.edu/indiv/k/kiddv/FTA_reading.html/ (pristupljeno 17.08. 2016.)

bile lijepe i privlačne nemaju magičnu nagovaračku moć ukoliko nisu povezane sa stvarnošću (empirijskim činjenicama) i preovlađujućim načinom na koji im se u referentnoj grupi pridaju smisao i značenje. Međutim, retoričke vizije su kompleksni fenomeni. Isti pojedinac može sudjelovati u retoričkim vizijama različitih grupa kao što može imati više retoričkih vizija, ne uvijek harmoniziranih.¹²⁴ Retoričke vizije se razlikuju i sa stajališta dugotrajnosti – neke mogu trajati veoma kratko, biti pomodne a neke biti veoma trajne i otporne na dnevnu dinamiku stvarnosti.

Centralni element u retoričkoj viziji za kojim se traga analizom fantazijskog diskursa jeste *osnovna vrijednost* koja služi kao krajnji legitimizer, ono što principijelno opravdava odluke glavnog lika i podupire poistovjećivanje publike s njim. To je u nekim slučajevima romantična ljubav, a u nekim ljubav prema domovini ili prema narodu, kod religioznih osoba to je potpuna predanost vrhunskom biću – Bogu, za studente to može biti vizija boljeg života nakon predanog studiranja. Nekada je taj legitimizer eksplicitno naglašen od strane naratora ili glavnog lika, a nekada je prikriven u dubljim slojevima narativne strukture. Podrazumijeva se da ga analitičar mora otkriti.

Bormann predlaže da se u ovoj fazi metoda analize diskursa (narativa) kombinira s metodom intervjuja da bi se razjasnilo pitanje subjektivnog doživljaja pripadnika retoričke zajednice utjecaja konkretnog narativa na njih. U okviru intervjuja, odnosno ankete, postavila bi se sljedeća pitanja: Koliko su poruke (komunikacija) doprinijele stvaranju osjećaja zajedništva? Jesu li pomogle generiranju snažne grupne i pojedinačne slike o sebi? Da li retorika (naracija) podupire ili ometa zajednicu pri adaptaciji svom fizičkom okruženju? Kako retorička (simbolička) stvarnost pruža norme za ponašanje zajednice u odnosu na razinu nasilja, eksploatacije, dominacije i nepravde? Da li priče sadrže poruke o univerzalnim principima funkcioniranja svijeta i smislu života koje opravdavaju (čine smislenim) zajednicu i pojedinačnu egzistenciju? Koliko je narativ (analizirani diskurs) pomagao život s ljudima koji dijele različite retoričke vizije?

Dva pitanja treba obavezno razmotriti: 1) realističnost priče (narativa) i 2) realističnost dramskog zapleta. U prvom slučaju radi se o vezi sa stvarnošću koja se ostvaruje uključivanjem relevantnih činjenica – referiranjem na aspekte stvarnosti koji su dobro poznati publici i koje publika jednostavno ne može zanemariti, odnosno zaboraviti. To su činjenice koje se moraju objasniti da bi se očuvao link sa stvarnošću da se ne bi dovela u pitanje vjerodostojnost reprezentacije teme. U drugom slučaju razmatra se pitanje usklađenosti po-

¹²⁴ Bormann, E. (1972). "Fantasy and Rhetorical Vision: the Rhetorical Criticism of Social Reality." *Quarterly Journal of Speech* 58.

stupaka (načina reagiranja u određenim životnim situacijama) likova u priči (proizvedenoj stvarnosti) sa očekivanim stvarnim reagiranjem, sa dominantnim vjerovanjem publike da će ljudi reagirati na taj način. Ukratko, može li se vjerovati u tako postavljenu priču, može li se pričom uspostavljeni uzročno-posljedični poredak nametnuti kao model odnosa u stvarnom svijetu. Međutim, pri tome nisu bitni toliko istinosni pa ni logički aspekti priče koliko su bitne vrijednosti na kojima se temelji fabula i njihova motivirajuća snaga.

3.4.4. AIDA METODOLOGIJA (ACTION-IMPLICATIVE DISCOURSE ANALYSIS)

U području istraživanja stvarnog kapaciteta diskursa da omogućava međusobno razumijevanje i harmoniziranje različitosti razvijena je AIDA metodologija (Action-implicative discourse analysis). Metodologiju je razvila Karen Tracy.

Konceptualno polazište za analizu je pretpostavka da je komunikacija prvenstveno u funkciji rješavanja, odnosno izbjegavanja problema, te da ljudi svoje komunikacijsko ponašanje prilagođavaju (podređuju) izbjegavanju problematične (konfliktne) situacije.¹²⁵ Prvenstveno se misli na izbjegavanje problema u interakciji s drugim ljudima. Polazište za analizu je model adekvatne (optimalne) komunikacije u konkretnim okolnostima (tema, učesnici, tip interakcije).

Postupak uključuje tri koraka:

1. Opis komunikacijskog problema (koji je eskalirao);
2. Opis komunikacije (interakcije) unutar situacije u kojoj se pojavio problem s fokusom na komunikacijske tehnike koje su korištene, s njihovim utjecajem na nastajanje, odnosno izbjegavanje problema;
3. Konstrukcija idealnog modela komunikacijskog ponašanja u konkretnoj situaciji iz perspektive sudionika.

Generalna pretpostavka je da problemi (zastoji, nesporazumi) nastaju kao rezultat protivrječnih pozicija i ciljeva sudionika komunikacije. U tom smislu na značaju, pri analizi diskursa (razumijevanju pojedinih komunikacijskih činova – iskaza) dobija, razumijevanje društvenog konteksta u kome se odvija komunikacijska interakcija.

Otklanjanje komunikacijskih zastoja podrazumijeva strateško djelovanje (samodiscipliniranje) u pravcu usaglašavanja (konstruiranja) izmirujuće

¹²⁵ Tracy, K. (1995). Action-implicative discourse analysis. *Journal of Language and Social Psychology*, 14.

komunikacije, koja je prihvatljiva za obje strane i ne dovodi u pitanje identitetska samodefiniranja. Normativne konsekvence su u pronalaženju razumnih, moralnih i efikasnih komunikacijskih ponašanja i postupaka kojim će se prevenirati komunikacijski neuspjesi.

3.4.5. SPEAKING ANALIZE

Dobar okvir za analizu strukturalne usklađenosti diskursa s pragmatičnim intencijama i situacijom subjekata diskursa može biti **SPEAKING** model za razumijevanje (istraživanje) govornih činova i govornih događaja koji je razvio Davide Hymes.¹²⁶

SPEAKING je akronim od riječi kojima su imenovani ključni faktori koji determiniraju svaku komunikaciju.

- **(S) Setting** – Treba uzeti u obzir da su govorni činovi (šta je rečeno i način na koji je to rečeno) jednim dijelom u funkciji prilagođavanja govornika tipskoj situaciji (uključujući vrijeme i mjesto, fizičke aspekte situacije i sl.), odnosno očekivanjima od njega da na taj način diskurzivno djeluje u situaciji tog tipa;¹²⁷
- **(P) Participant** – Govorni činovi su u funkciji identitetskog samopredstavljanja – odražavaju ključne elemente *identiteta* sudionika govornog događaja (komunikatora, recipijenta, pa čak i posmatrača-publike) – dob i spol, socijalni status veze jedno s drugim;
- **(E) Ends** – Govorni činovi su funkcionalno podređeni ciljevima sudionika govornog događaja (generalno su to ciljevi komunikatora, ali se u realizaciji diskursa mogu naglasiti ciljevi recipijenta (diskurzivno podilaženje publici-recipijentima);
- **(A) Act** – Pojedini govorni činovi su prilagođeni govornom događaju u cjelini i mogu se razumjeti samo ako se uzme u obzir šira priča (koju najčešće treba prepoznati), odnosno konačan efekt koji se želi ostvariti nizom diskursa (određenih subjektom, temom odnosno objektom, recipijentom, žanrom, vremenom, mjestom i sl.). Analitičar mora imati

¹²⁶ Hymes, D. H. (1972) „Models of the interaction of language and social life“, in J. J. Gumperz and D. Hymes (eds) *Directions in sociolinguistics: The ethnography of communication*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

¹²⁷ Neuobičajeno nacionalistički intonirane izjave Mladena Ivanića, do tada percipiranog kao veoma umjerenog srpskog člana Predsjedništva BiH, vezane za obilježavanje 9. januara kao dana Republike Srpske, treba dijelom shvatiti i kao prilagođavanje pretpostavljenom očekivanju glasačkog tijela u ovom entitetu; situaciji intencionalno kreiranoj od strane političkog rivala Milorada Dodika.

u vidu da konkretan iskaz uglavnom upućuje na širu priču, da ima svoje mjesto u „itd“ kolažu;

- **(K) Key** – Ton i način na koji je nešto rečeno ili napisano izrazi su diskurzivne kompetencije (sposobnosti da se u konkretnoj prilici u čijoj definiciji učestvuju i namjere nešto kaže baš na takav način);
- **(I) Instrumentality** – Prirodu govorne zajednice razotkrivaju (odražavaju) više ili manje posredno jezični kôd, dijalekt, raznolikost kanala – govora ili pisanja;
- **(N) Norm** – Govorni čin je oblikovan i iskazan u okviru standardnih društveno-kulturnih pravila interakcije i interpretacije u referentnoj govornoj zajednici;
- **(G) Genre** – Izbor žanra, odnosno vrste komunikacijskog događaja (predavanje, pjesma, pismo) dio je prilagođavanja diskursa kulturi komuniciranja govorne zajednice.

Analizirajući konkretni iskaz iz perspektive SPEAKING modela, otkrivamo informacije o socijalnom kontekstu u kojem se iskaz desio kao nešto što je bilo očekivano u funkciji održanja govorne zajednice. To nam omogućava da čitamo stvarnost iz teksta. Otkrivamo pravu prirodu institucija, radnji i sutacija kojima je tekst funkcionalno podređen.¹²⁸ To je moguće pošto su diskursi i sami institucionalizirani; potčinjavaju se određenom formaliziranom skupu pravila (obrazaca) koja su ili unaprijed poznata analitičaru ili ih ovaj tek treba identificirati.¹²⁹

3.4.6. ANALIZA INFORMACIJSKE VRIJEDNOSTI ISKAZA

Analiza informacijske vrijednosti iskaza zasniva se na prepoznavanju elemenata u iskazu koji omogućavaju otklanjanje (razrješenje) aktueliziranih neizvjesnosti. Analizom je potrebno dijagnosticirati količinu i prirodu novosti u iskazu, koja po definiciji čini informacijsku vrijednost konkretnih iskaza, i povezati je s podrivačkim potencijalom diskursa, odnosno s namjerama održanja statusa quo, prvo interpretativnog a potom i empirijskog. Naravno, treba uzeti u obzir i da insuficijencija faktografskih elemenata u iskazu može biti uzrokovana objektivnim i subjektivnim razlozima. Objektivni razlozi se odnose na netransparentnost dubljih uzročno-posljedičnih aspekata događaja i pro-

¹²⁸ Shapiro, Michael (1981) *Language and Political Understanding: The Politics of Discursive Practices*, New Haven, CN: Yale University Press.

¹²⁹ Pod institucijom se misli prvenstveno na obrasce reguliranja (formaliziranje) socijalnih interakcija u nekom području društvene stvarnosti pa i u području diskurzivnog djelovanja.

cesa u početnim fazama. Subjektivni razlozi se odnose na sve one faktore koji vještački ograničavaju transparentiranje uzročno-posljedičnog i kontekstualnog kompleksa događaja, odnosno na prikupljanje i prezentiranje činjenica.

Glavno istraživačko pitanje kojim se vodimo jeste pitanje istinitosti, odnosno funkcionalne spregnutosti manipulacije istinosnim elementima sa nečijim parcijalnim interesima, odnosno vizijama.

Istina se utemeljuje u tročlanom odnosu: iskaz (znak) – ideja – stvarnost, u kome podjednak značaj imaju sposobnost da ideja korespondira sa stvarnošću kao i sposobnost da iskaz korespondira sa idejom.¹³⁰

Iz ove perspektive problem istinitosti iskaza nam se nameće 1) kao problem korespondiranja ideje (informacije per se) sa stvarnošću a potom 2) kao problem *izbora znakova* (riječi i drugih simbola) koji u granicama rječnika komunikacijske zajednice uspijevaju *adekvatno* izraziti ideju (informaciju per se). Zbog toga pri analizi konkretnih iskaza uvijek treba imati u vidu i potencijalni utjecaj problema označavanja, koji se pojavljuje na nivou transformacije mentalnih predodžbi u simboličke strukture. To znači da pri analizi treba uzeti sva potencijalna ograničenja kojima je komunikator mogao biti (u određenom socio-lingvističkom kontekstu) izložen pri izboru jezičkih sredstava za označavanje kako stvarnosti tako i svojih predodžbi o njoj.¹³¹ To su:

- Strukturiranost simboličkih sistema (jezika),
- Intencionalnost komuniciranja (upotrebe jezika),
- Semiotički i semantički kontekst,
- Obaveze prema socijalnim ulogama,
- Jezična kompetencija komunikatora,
- Tabui,
- Obaveze prema održanju diskursa.

- Strukturiranost simboličkih sistema (jezika)

Svaki jezik je struktura. Njegovi korisnici, kako komunikatori tako i recipijenti obavezani su pravilima koja ga čine simboličkim sistemom. U leksičkoj diemnziji (rječnik) komunikator je prinuđen da se samoograničava na konvencionalne (ustaljene) veze između izraza i sadržaja. To je cijena koju komunikator mora platiti. Zakon kôda je uvijek u rukama recipijenata kojima se komunikator obraća. Psihoanalitičar Jacques Lacan kaže da je «jezik kojim govorimo jezik Drugoga». Drugi je očigledno komunikacijska zajednica (množina) i njen jezik je nužno sustavan (pravila determiniraju svaku konkretnu realizaciju – govorni čin). Jezik mase (*masse parlante*) prethodi pojedinačnom

¹³⁰ Macan, I. (1996). Wittgensteinova teorija značenja. Zagreb: HFD.

¹³¹ Škijan, D. (1988). Sloboda i jezik. Zagreb: Sol 7/88.

govornom činu i lingvistički ga determinira.¹³² Odstupanje od uobičajene upotrebe jezika ("licentia poetica") signifikantno je i privlači pažnju analitičara. Ima metakomunikacijsku funkciju i vrijednost i traži objašnjenje, naročito ukoliko prekoračuje granice toleriranog odstupanja.

- Intencionalnost upotrebe jezika

U svakoj komunikaciji komunikator nastoji izazvati neku vrstu reakcije (utjecaja). Ciljanj se reakciji recipijenta podređuje poruka 1) na planu sadržaja i 2) na planu izraza (upotrebe jezičkih sredstava). Izbor i kombiniranje jezičkih jedinica u svakom govornom činu (iskazu) determinirano je, pa i ograničeno ciljem koji komunikator nastoji ostvariti komunikacijom.

Govorni čin može imati: djelatni, ritualni, solidarni i kritički cilj.

- *Djelatni govorni* čin ima za cilj da recipijenta uvjeri u racionalnost radnji koje su preduzete prema njemu, ali i koje bi on trebao preduzeti prema nekom (nečem) drugom.
- *Ritualni govorni* čin ima za cilj da etablira određeni tip djelovanja u društvu kao i njegovu prihvatljivost.
- *Solidarni govorni* čin ima za cilj da kod recipijenta pobudi solidariziranje (poistovjećivanje) sa određenim idejama, stavovima, planovima i stanjima.
- *Kritički govorni* čin problematizira određene referente i pruža argumente u prilog odbacivanja određenih ideja, stanja, programa, radnji pa čak i njihovih nosilaca.

Analiza diskursa se bavi: 1) identificiranjem vrste dominantnog govornog cilja u diskursu, odnosno 2) metakomunikacijskih funkcija uočenih upotreba disfunkcionalnih (sa stajališta dominantnog) govornih činova.

- Semiotički i semantički kontekst

Komunikator je pri izboru i kreiranju simboličkih struktura (riječi, rečenica, pasusa, tekstova) obavezan simboličkim strukturama (semantičkim kontekstom) koje su prethodile, odnosno koje supostoje. Svaki znak dobija svoje značenje tek u odnosu sa drugim znakovima. Šlajermaher kaže da se "*značenje svake riječi, u datom odjeljku mora određivati shodno njenom sapostojanju s riječima koje je okružuju*".¹³³ Nositelji značenja u poruci, prema tome, nisu samo riječi, nego je to i njihova situacija, način na koji su upotrijebljene u odnosu na cjelinu verbalno-simboličke strukture. To i jest prostor koji omogućava igru sim-

¹³² Sosir, F. (1975). Problemi opće lingvistike. Beograd: Nolit.

¹³³ Shlajermaher, Fr. D. E. (1959). Hermeneutik, Hajdelberg.

bolima, aktivirajući u njima nekada samo denotativni, a nekada konotativni značenjski sloj, ovisno o situaciji komunikatora.

Semantički kontekst ograničava proizvoljnost upotrebe znakova (semioze) ali, istovremeno je i veoma efikasno sredstvo semantičke determinacije diskursa. Analiza diskursa mora uzeti u obzir elemente teksta (*metainformacije*) kojima komunikator navodi recipijenta u značenjski horizont; granice kako semantičkog tako i socijalno-povijesnog konteksta poželjnog (sugerisanog) razumijevanja ne samo poruke već i samog događaja na koji se odnosi. Dok socijalno-povijesni kontekst referenta čini sve ono što se desilo prije njega i što se dešava uporedo i u vezi s njim, *semantički kontekst* čini cjelina komunikacije u kojoj se pojavljuje poruka ili dio čije je značenje dovedeno u pitanje u činu recepcije. Njihovo razumijevanje treba rezultirati informacijom o smislu ukupne komunikacije u koji se, po principu odnosa dijela i cjeline, semantička entropija treba uklopiti kao potpuno izvjestan (logičan) momenat sredenog značenjskog niza.

- Obaveze prema socijalnim ulogama

Konkretni diskursi (pojedinačni i ukupni govorni činovi) određeni su socijalnim (društvenim ulogama) učesnika u komunikaciji, odnosno njihovim aspiracijama za vertikalnom ili horizontalnom migracijom. Jezikom (cjelokupnom svojom simboličkom djelatnošću) pojedinac se projicira u ciljane društvene stratumе, odnosno društvene uloge. Iz ove perspektive, razumijevanje diskursa, podrazumijeva razumijevanje obrazaca komunikacijskog ponašanja tipičnih za konkretne socijalne uloge. Pažnju privlači svako odstupanje.

- Jezična kompetencija komunikatora

Ljudi se razlikuju po simboličkoj (jezičnoj) kompetenciji, koja se ogleda prvenstveno u obimu tezaurusa (bogatstvu pojmova i riječi kojima se pojmovi označavaju). Stanje jezične (simbolične) kompetencije pojedinaca (bez obzira da li u konkretnom govornom činu igrali ulogu komunikatora ili recipijenta) determinirano je mnoštvom psiho-socijalnih faktora, odnosno ukupnim kulturnim iskustvom. Zbog toga, kvantitativne analize rječnika pojedinih diskursa, savremenosti i polisemičnosti simbola (riječi), stupnja determiniranosti pojmova i slično referiraju na izvanjezičke socio-lingvističke aspekte diskursa, odnosno na sociologiju komunikacijske zajednice.

- Tabui

Skoro da i nema komunikacijske zajednice u kojoj određena jezička sredstva nisu trajno ili povremeno tabuizirana. To znači da su neki znakovi, bez

obzira na sasvim legalnu egzistenciju predmeta na koje ukazuju, neizrecivi u javnoj komunikaciji. Tabui su najčešće u uskoj vezi s moralom tako da se javljaju kao etička ograničenja označavanju. Međutim, nije rijetka sprega tabuizacije s politikom i ideologijom. To znači da je definicija opsega dozvoljenih interpretanata u konkretnoj komunikacijskoj zajednici pod dominantnim utjecajem političkih i ideoloških faktora. Taj utjecaj se manifestira u disproportiji opsega dozvoljenih interpretanata sa opsegom referenata. Tabuiziranje značkov je u neposrednoj sprezi s tabuiziranjem referenta. Iza tabuiziranja interpretanata prikriva se politički i ideološki motivirano prikriveno tabuiziranje referenata.

To je polazni postulat analize tabua u diskursima, koja nam omogućava zaključivanje o 1) otvorenosti konkretnih komunikacijskih (socijalnih i kulturnih) zajednica kao i o 2) promjenama (političkim, kulturnim, ideološkim) u okviru kojih se dešava trajna ili privremena tabuizacija, odnosno detabuizacija pojedinih simbola i tema.¹³⁴

- Obaveze prema održanju diskursa

Analitičar diskursa mora uzeti u obzir da je svaki govorni čin rezultat namjere komunikatora da prenese informaciju do koje je na neki način došao (informacija per se) nekom značajnom Drugom. Dakle, govorni čin (kao forma razmjene informacija) nezamisliv je bez Drugog. Da bi osigurao prisustvo Drugog, komunikator će se samoograničavati u svim aspektima govornog čina (kako u izboru referenata tako i u izboru interpretanata). Iz te perspektive svaki diskurs uz dimenziju izrečenog sadrži i dimenziju neizrečenog, odnosno neizrecivog. Pojava neizrecivog u diskursu upućuje na redefiniranje značajnog Drugog, a to može imati za posljedicu veoma dramatične promjene u društvenoj strukturi.

Analiza diskursa se ne zadovoljava prostim identificiranjem jednog ili više slučajeva manipulacije informacijama, logičan je slijed postupka da se prepoznaju subjekti kojima je u interesu takva manipulacija, kao i akteri koji su njim pogođeni.

U području istraživanja korespondentnosti, odnosno razlika između: 1) objektivnog značenja teksta, 2) značenja koje je u tekst imao namjeru ugraditi subjekt diskursa i 3) značenja koja je, u različitim kontekstima, recipijent u

¹³⁴ Tako su neki jezički izrazi koji su bili tabuizirani u javnom diskursu u "komunističkom periodu" detabuizirani u periodu agresivnog nacionalizma da bi nakon Dejtona bili ponovo tabuizirani pod prijetnjom zakona.

stanju prepoznati u tekstu¹³⁵ razvijen je poseban postupak analize poznat kao Oevermannov postupak¹³⁶.

Polazna premise je da se ove tri semantičke perspektive teksta (diskursa) poklapaju samo u idelanoj, a skoro nikada u stvarnoj situaciji, što za posljedicu ima entropiju na konativnom nivou komuniciranja, koja se manifestira u odstupanjima komunikacijskih efekata od intencija koje je u tekst ugradio adresant.

Postupak se zasniva na tri načela:

1. *Načelo iscrpnosti*, obavezuje na uzimanje u obzir cijelog spektra mogućih značenja i tumačenja teksta;
2. *Načelo kompletnosti*, obavezuje na neselektivno uzimanje u obzir svih jedinica značenja i
3. *Načelo sekvencijalnosti*, obavezuje na postupnost istraživanja, korak po korak, sekvenca po sekvenca, od početka do kraja teksta uz otklanjanje alternativnih značenja i otkrivanje značenja koje prenosi tekst bez obzira na namjere subjekta diskursa.

Samu jezgru ove metode čini detaljna analiza koja se sastoji od 1) utvrđivanja najvjerovatnijeg objektivnog značenja iz perspektive pretpostavljenih učesnika u komunikaciji i 2) uopćavanje o strukturi (klasifikacija teksta u određenu shematsku sliku). U oba slučaja u izvještaju o istraživanju 1) prezentiraju se parafraze značenja iz perspektive općih shematskih slika rasprostranjenih kod masovne publike, 2) rekonstriraju se namjeravana značenja (ona koja su željeli prenijeti subjekti diskursa) i 3) zaključuje o objektivnom značenju, onome što tekst zaista poručuje i što može izazvati.

U tom smislu istraživački postupak treba tako dizajnirati da nam omogućava pouzdane uvide u 1) sve slučajeve u kojima je adresant *eskplicitno iskazao* ono i samo ono što je želio reći (neku svoju evidenciju stvarnosti, odnosno svoju refleksiju o nekom aspektu stvarnosti bez obzira da li je ona objektivna ili subjektivna) kao i u 2) sve iskaze za koje sumnjamo da konotiraju na dodatna značenja, da impliciraju, odnosno da manipuliraju s kognitivnim modelima događaja i stvarnosti adresata. U oba slučaja postavljamo pitanje *funkcije* takvog označavanja.

¹³⁵ Oevermann, U., Allert, T., Konau, E., & Krambeck, J. (1979). Die Methodologie einer "objektiven Hermeneutik" und ihre allgemeine forschungslologische Bedeutung in den Sozialwissenschaften [The methodology of an "objective hermeneutics" and its general role in terms of a research logic in the social sciences]. In H.-G. Soeffner (ed.), *Interpretative Verfahren in den Sozial- und Textwissenschaften*. Stuttgart: Metzler.

¹³⁶ Uzima se da su namjere adresanta (subjekta diskursa) ključne. Diskurs je u konačnici ishod višekratnog razvojnog procesa u kome adresant prilagođava svoj komunikacijski nastup rezultatima kontinuirane procjene efikasnosti.

Pitamo se šta je adresant (subjekt) diskursa *želio* (imao namjeru) postići konkretnom upotrebom jezičkih oblika? Pod kojim kontekstualnim okolnostima je odabrao takvu strategiju označavanja? Da li je u konkretnoj situaciji imao drugačiji izbor? Koji su kontekstualni faktori (kontekst ili model konteksta) bili presudni?

Drugi set pitanja odnosi se na *stvarne efekte konkretnih iskaza*; doprinosu održanju zatečene distribucija društvene moći (definirane rasno, regionalno, spolno, klasno, etnički, profesionalno i sl.), nametanju i reprodukciji ideologija, identitetskih samoodređenja i homogenizacije, otklanjanju, odnosno izazivanju društvenih konflikata i nesporazuma, povećanja ili otklanjanja društvene distance i sl.

Metoda se temelji na pretpostavci da je diskurs uokviren obrascima javnog diskursa, rasprostranjenim dominantnim shematskim slikama (grupnim interpretativnim okvirima) pod čijim utjecajima su kako subjekti diskursa tako i recipijenti. Baš zahvaljujući standardiziranim shematskim slikama sama analiza poprima obilježja objektivnosti i intersubjektivnosti. Naravno, sam koncept objektivnosti značajno se razlikuje od objektivnosti kvantitativne analize a do zaključka o konačnom (objektivnom) značenju nekog sadržaja (teksta) dolazi se raspravom unutar istraživačkog tima uzimajući u obzir spektar mogućih značenja sa transparentiranim tačkama gledišta. Ovaj postupak je pogodan za analizu transkripta različitih vrsta razgovora koji su rezultirali nesporazumom, odnosno neuspjehom.

3.5. KONCEPTUALIZACIJA ANALITIČKIH KATEGORIJA

Ključna faza postupka kvalitativne analize sadržaja je *izbor, odnosno konceptualizacija, analitičkih kategorija* za kojima će se tragati u jedinicama analize uključenim u uzorak. Kategorije se odnose na *mentalne modele događaja*, odnosno predmeta i *modele konteksta* kojima se pojedine činjenice, ili skupine činjenica kvalificiraju i razvrstavaju u funkcionalne / disfunkcionalne, očekivane / neočekivane, uzroke / posljedice, prihvatljive / neprihvatljive, moralne / nemoralne, korisne / štetne, poželjne / nepoželjne, naše / njihove, relevantne / ne-relevantne, glorificiraju se / stigmatiziraju, humaniziraju / dehumaniziraju.

Imenuju se općim pojmom koji odražava preovlađujuće, ovjereno, ustaljeno shvatanje, u osnovi shematsko, konkretnog objekta stvarnosti. U tekstu možemo prepoznati *podilaženje adresatima* (publici) tako što se autorske interpretacije stvarnosti utrpavaju u „narodno znanje” – popularne stavove „koji su posljedak neutemeljenih uopćavanja; tipične reakcije usredštenog uma na

nerazumljivo (sa strahopoštovanjem) te strano i drugačije (s potcjenjivanjem i isključivošću).¹³⁷ U tom slučaju definicije kategorija će odgovarati načinu na koji ih definira publika (uopće, ili njeni pojedini dijelovi). Međutim, u tekstovima možemo pronaći i mentalne modele događaja (predmeta diskursa) koji se u određenoj mjeri razlikuju od onih koji preovlađuju kod publike. To su slučajevi kada se diskursom nastoji postići promjena (više ili manje fundamentalna), prvo u percepciji određenih aspekata stvarnosti a potom i u praktičnom odnosu naspram njih. Takav slučaj imamo u novije vrijeme u načinu prikazivanja narodnooslobodilačke borbe u toku Drugog svjetskog rata i pozicioniranju ključnih aktera (partizana, četnika, ustaša).

Ta promjena može biti površinska i dubinska. *Površinska* je ako sugerira promjenu ugla percepcije, uzimanje u obzir činjenica koje su ranije iz nekih razloga izostavljane, promjenu kriterija relevantnosti i sl. U našem primjeru to se postiže reaktueliziranjem nekih epizoda u kojima se partizani pojavljuju kao počinioци zločina nad civilima ili ratnim zarobljenicima, odnosno u kojima se četnici i njihovi čelnici prikazuju kao srpski patrioti, odnosno ustaše i njihove porodice kao nedužne žrtve komunističkih zločina. Proširenje sadržine i opsega pojma antifašistička, odnosno narodnooslobodilačka borba može se zaustaviti na sugeriranju kompleksnijeg, manje isključivog i jednodimenzionalnog (pobjedničkog) shvatanja ovog predmeta diskursa, ali može voditi i temeljitijoj reviziji i pomirljivijem stavu prema fašizmu (kao ideologiji). U tom slučaju radi se o dubinskoj promjeni. *Dubinske promjene* iziskuju promjenu mentalnog modela stvarnosti (ideologije, političke orijentacije, svjetonazora – ustaljenih općih obrazaca mišljenja i ponašanja zajedničkih sekundarnim skupinama). Podrazumijeva kognitivni, nekada i moralni diskontinuitet kome se opire ljudska priroda. „Ljudski su izbori od percepcije do najviših razina mišljenja, gdje možemo govoriti o odlukama, prilično određeni načelom uštede energije: lakše se prihvaća nego odbija; prije se percipira ono što se očekuje; zanemaruje se ili potcjenjuje ono što bi zahtijevalo reorganizaciju iskustva.”¹³⁸

Slično kao i kod kvantitativne analize kategorije se izvode iz istraživačkog pitanja, odnosno iz generalne pretpostavke o funkcionalnoj spregnutosti diskursa s diskurzivnim, odnosno empirijskim namjerama (ciljevima) subjekata diskursa. Polazište su odgovarajuće teorije o problemu istraživanja (teorije moći i distribucije moći, teorije društvene strukture, teorije identiteta, teorije imidža, teorije politike, teorije percepcije i razumijevanja stvarnosti, teorije komuniciranja i semiotičkih ključeva s akcentom na njihovu povezanost sa

¹³⁷ Ivas, I. (1988). Ideologija u govoru. Zagreb: HFD.

¹³⁸ Ivas, I. (1988). Isto.

društvenim saznanjima i društvenim praksama). To znači da konceptualizaciji analitičkih kategorija prethode sveobuhvatni pregledi prethodnih teorijskih i empirijskih istraživanja istog problema, uz neizbježan skeptični odnos prema uopćavanjima. Takav odnos nas, nakon što razumijemo spoznajne i empirijske konsekvence konkretne tvrdnje, navodi na pitanja: da li je to baš tako? i da li naš slučaj (odabrani korpus jedinice analize) korespondira s tom tvrdnjom?

Iz perspektive usvojenih (relevantnih i referentnih recentnih) teorija preuzimaju se ili definiraju kategorije (koncepti) koje će funkcionirati kao indikatori *pretpostavljenih relacija između različitih upotreba jezičkih oblika i konceptima označenih društvenih efekata*. Tako ćemo, naprimjer, kategoriju “*diskurzivna moć*”, pošto ju je on veoma iscrpno istražio i operacionalizirao, povezujući je sa društvenom moći, preuzeti od Teun A. van Dijka.¹³⁹ Međutim, mi možemo posumnjati u pretpostavku da je diskurzivna moć jednodimenzionalno povezana sa društvenom moći, možemo potražiti i druge izvore. To podrazumijeva proširenje definicije diskurzivne moći i uzimanje u obzir drugih teorija, odnosno drugih izvora i funkcija diskurzivne moći.

Izbor kategorija koje ćemo tražiti u jedinicama analize možemo načiniti na dva načina - induktivnim, odnosno deduktivnim putem.¹⁴⁰

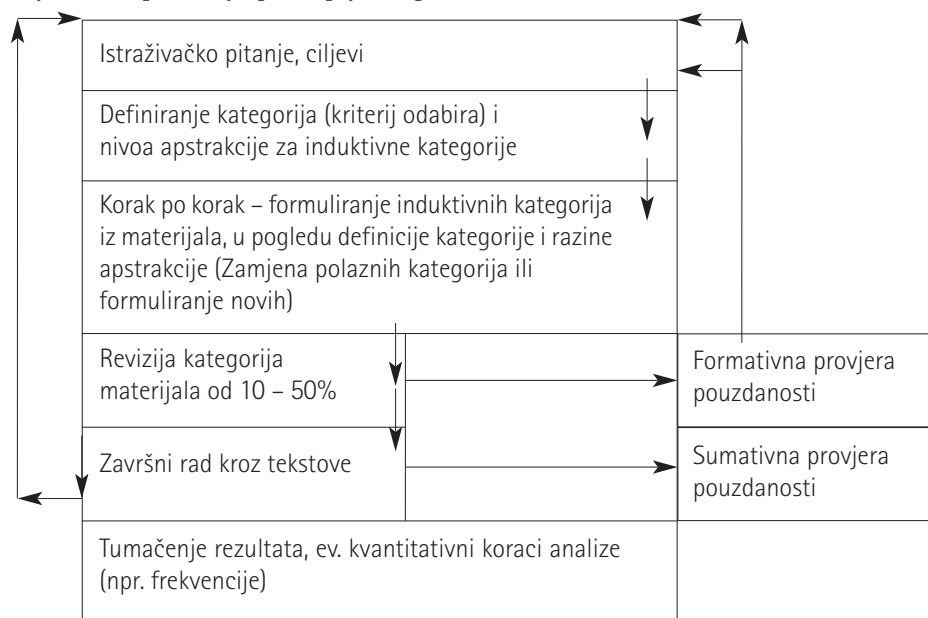
Po *induktivnom metodi* prikazanom na slici br. 1 kategorije ćemo odabrati tako što ćemo ići od jedinice analize do jedinice analize dijela istraživačkog uzorka i vođeni našom generalnom hipotezom uočavati kategorije (konzi-stentnosti u načinu prikazivanja pojedinačnih predmeta diskursa) povezane s pretpostavljenim odgovorom na istraživačko pitanje.

Na početku se analitičke kategorije samo provizorno definiraju odgovorom na pitanje (*kako je prikazan?*) da bi s odmicanjem analitičkog toka i uvećanjem broja analiziranih jedinica (vođeni logikom „još jedan slučaj istovjetnog prikazivanja, odnosno *još jedan način prikazivanja istog predmeta*”) dobili relativno stabilan i pouzdan analitički okvir koji se podvrgava formativnoj provjeri na 10 do 50 odsto ukupnog uzorka. Nakon toga slijedi faza sumativne provjere pouzdanosti; dizajniranje programa za kodiranje (kodne liste), pa-

¹³⁹ Teun A. van Dijka diskurzivnu moć uočava na makro i mikro nivou diskursa. Na makro nivou je prepoznaje u različitim strategijama i oblicima kontrole diskursa u funkciji kontrole mišljenja i postupaka drugih. Tu spadaju privilegiran ili uzurpiran pristup komunikacijskoj infrastrukturi, odnosno procesu naracije, tematizacije, gatekeepinga, framinga i sl. Na mikro nivou uvodi u analizu širok spektar površinskih (jezičkih) struktura oslanjajući se na njihov metasemantički potencijal da uz to što denotiraju i konotiraju na referente, istovremeno samim tim što su upotrijebljeni na takav način, referiraju i na socijalnu situaciju aktera diskursa.

¹⁴⁰ Mayring, P. (2000). Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken (7th edition, first edition 1983). Weinheim: Deutscher Studien Verlag. / <http://utsc.utoronto.ca/~kmacd/IDSC10/Readings/text%20analysis/CA.pdf> (Pristupljeno 22.05. 2016.)

žljivo čitanje jedinica analize iz perspektive utvrđenih analitičkih kategorija, evidentiranje cijelog registra prepoznatih slučajeva *paradigmatičnog prikazivanja* tema, objekata, aktera, odnosa među akterima i sl. u jedinicama analize – uz obavezno izdvajanja citata koji će imati funkciju empirijske građe, evidentiranje svih identifikacionih i situacionih podataka, grupiranje istovrsnih slučajeva (formuliranje na višem nivou apstraktnosti) i po potrebi uvođenje *novih kategorija* (koje proizlaze iz uvida u cijeli uzorak), ponovno čitanje svih jedinica analize iz perspektive revidiranih polaznih kategorija, eventualno utvrđivanje frekvencije ili nekog drugog oblika kvantifikacije pojedinih analitičkih kategorija i interpretacija prikupljene građe



Sl. 1. Koraci modela razvoja induktivnih kategorija (MAYRING 2000)

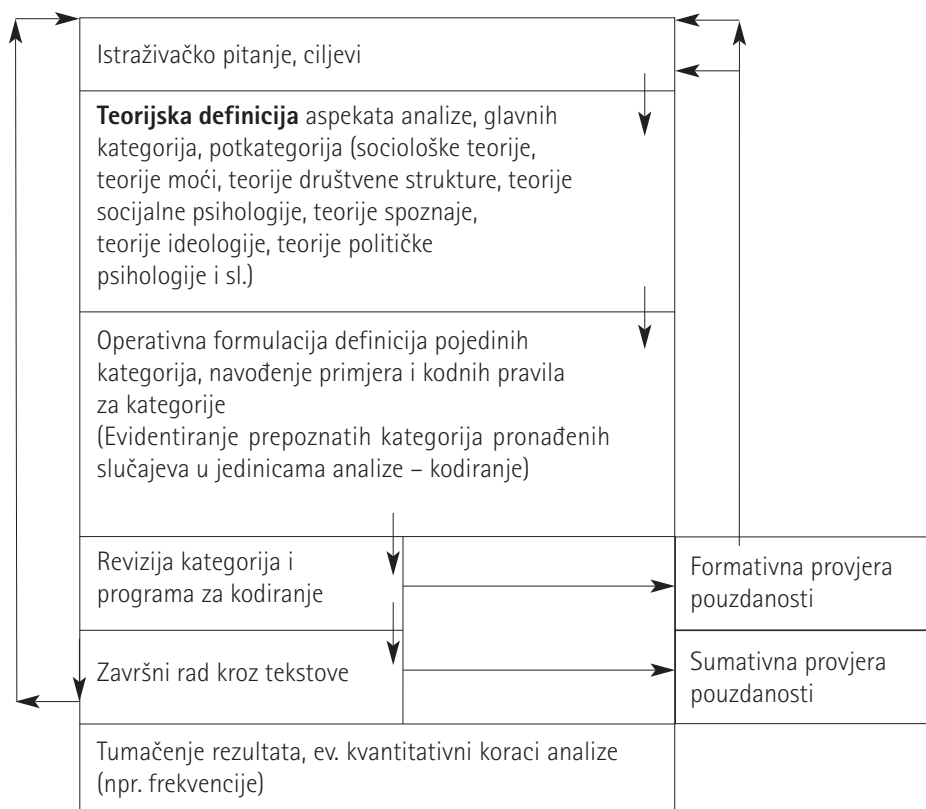
Glavna ideja postupka jeste izvesti i definirati analitičke kategorije iz istra-
živanog korpusa.¹⁴¹

U okviru deduktivnog metoda (slika broj 2) polazne analitičke kategorije iz-
vode se iz teorijskog okvira unutar kojeg je formulirano (postavljeno) istraži-
vačko pitanje. Ovisno o polaznoj pretpostavci o instrumentalno-funkcionalnoj
spregnutosti diskursa sa namjeravanim utjecajem subjekata diskursa, uvidom
u recentne referentne rezultate empirijskih i teorijskih istraživanja koncep-

¹⁴¹ Mayring, P. (2000). Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken (7th edition, first edition 1983). Weinheim: Deutscher Studien Verlag. / <http://utsc.utoronto.ca/~kma-cd/IDSC10/Readings/text%20analysis/CA.pdf> (Pristupljeno 22.05. 2016.)

tualizirat će se pojmovi kao što su: diskurzivna moć, jednakost, vlast, pravda, sloboda, identiteti, društvene promjene, očuvanje društvenog statusa quo, socijalna distanca, socijalna inkluzija, gender ravnopravnost, društvena dominacija, diskriminacija, skretanje pažnje javnosti i sl. Pretpostavka je da će njihovo prisustvo, ili čak odsustvo, upućivati na spregu konkretnih diskursa s ideologijama, neravnomjernom raspodjelom društvene moći i drugih društvenih resursa, s procesima identitetskih konsolidacija i društvenih pozicioniranja.

Kao i u slučaju induktivnog pristupa u toku analitičkog postupka vrši se *formativna provjera* koja podrazumijeva reviziju kategorija i programa za kodiranje. Može se, naprimjer, desiti da je naša polazna pretpostavka pogrešna i da tekst treba interpretirati iz potpuno drugog ugla. Svaka promjena kategorijalnog aparata podrazumijeva vraćanje postupka analize na sami početak (na početnu jedinicu analize). Nakon formativne provjere pouzdanosti slijedi analiza cijelog uzorka pri kojoj se vrši sumativna provjera adekvatnosti i iscrpnosti analitičkog okvira.



Sl. 2. Koraci modela razvoja deduktivnih kategorija (MAYRING 2000)

U oba pristupa (induktivnom i deduktivnom) pri konceptualizaciji analitičkog okvira veoma značajna su dosadašnja kako empirijska tako i teorijska istraživanja unutar teorije diskursa pa i kategorije (skupa s operativnim definicijama) koje idu uz njih. Ta istraživanja nas upućuju na glavne tzv. *grand teorije* (sociološke, politološke i komunikološke) koje se odnose na društvenu moć, društvenu strukturu i kontekstualnu determiniranost javnih diskursa kao *okvire iz kojih treba izvoditi operativne definicije diskurzivnih koncepata za kojim će se tragati u tekstovima* (jedinicama analize diskursa).

Kategorijalni aparat mora obuhvatiti proces diskursa u cjelini, to znači kako pretprodukciju tako i produkcijsku fazu. Naročito je bitno ne zanemariti pretprodukciju. Teoretičari i istraživači diskursa došli su do zaključka da se glavnina diskurzivne moći upravo ostvaruje u pretprodukcijskoj fazi u kojoj se smišlja šta će se kome i na koji način reći da bi se ostvario ciljani efekt. Ciljani efekt može biti podjednako nametanje, reprodukcija ili podrivanje pa čak i subverzija strukture društvene moći i ideologije na kojoj se temelji kao i identitetsko samodefiniranje, stabiliziranje ili dekonstrukcija grupnih (socijalnih, kulturnih, političkih, regionalnih) identiteta.

Pretprodukcijaska faza ima tri dimenzije: semantičko-kognitivnu, pragmatičnu i oblikovnu.

Semantičko-kognitivna dimenzija misaone pretprodukcije odnosi se na konstrukciju *mentalnog modela događaja* – dizajniranje održivo vjerodostojne mentalne predodžbe o predmetu reprezentacije, o onome o čemu se misli govoriti. Ispod ili iza eksplicitnih referencija, naizgled bezazlenih i trivijalnih, po pravilu se kriju mentalni modeli stvarnosti, odnosno ideološke strukture, koje promiču svjetonazore, kulture, subkulture, životne stilove i sisteme vrijednosti.

U ovoj fazi misaone pretprodukcije veliki utjecaj ima lični tezaurs (cjelokupni korpus informacija, iskustava, uvjerenja, stavova) koji je pod utjecajem društveno podržanih interpretacija (modela) stvarnosti.

U formuliranju sadržaja iskaza (onoga što će se reći) kombiniraju se elementi internih modela događaja (empirijskih činjenica i odnosa među njima) koji određuju šta je uopće moguće vidjeti iz okvira grupnih (ideoloških) shematskih slika stvarnosti i elementi modela konteksta (subjektivne interpretacije društvene situacije) koji definiraju šta je i kako društveno (grupno) prihvatljivo i primjereno reći. Rezultati ove faze misaone pretprodukcije jesu diskurzivne makro strukture; *obraci* interpretacije (prikazivanja) pojedinih vrsta objekata diskursa. Ti obrasci, odnosno mentalni modeli događaja (predmeta), uvode se u popis analitičkih kategorija.

Pragmatična dimenzija pretprodukcije diskursa odnosi se na izbor žanrova (vrste) govornih činova, odnosno verbalno-simboličke interakcije, stilističkih i retoričkih oblika iskaza koji su prikladni društvenoj, odnosno komunikacijskoj situaciji, preciznije kazano prepoznatom modelu diskurzivnog konteksta i ciljevima koji se žele postići. Žanrovi imaju svoju semantiku i diskurzivnu snagu i zbog toga ih je nužno uključiti u analitički okvir.

Oblikovna dimenzija misaone pretprodukcije odnosi se na izbor pertinentnih leksičkih i sintaktičkih struktura (riječi, rečenica, narativnih strategija, retoričkih figura). Oblikovna dimenzija pretprodukcije rezultira funkcionalnim odabirom mikro diskurzivnih struktura čije prisustvo u tekstovima ima, samo po sebi, označavajuću snagu.

Uzimanje u obzir procesa misaone pretprodukcije diskursa obavezuje nas na zauzimanje jedne *skeptične (nepovjerljive) pozicije naspram referencijalnosti tekstova*. To znači da pri konceptualizaciji analitičkog okvira cijeli istraživački postupak treba učiniti senzibilnim na: 1) upotrijebljene narativne strategije *uokvirivanja*, 2) *konstrukciju i nametanje modela konteksta* (pristrasno naglašavanje situacijskih faktora koji navode na aktiviranje poželjnih kognitivnih modela događaja, odnosno stvarnosti) i 3) konativnu funkciju upotrijebljenih jezičkih oblika (površinskih diskurzivnih struktura).

U funkciji narativnih strategija uokvirivanja su: izbor ugla iz kojeg će se ispričati priča, izbor teme, raspodjela uloga, profiliranje glavnih likova, dramatizacija zapleta, naglašavanje motiva, ciljeva, vrijednosti, posljedica, efekata, vremenska i prostorna kontekstualizacija i sl.

Analitički instrument treba učiniti osjetljivim na sve sumnjive manipulacije faktografskom strukturom (sveobuhvatnošću, relevantnošću, preciznošću činjenica), jednostrana argumentiranja, redukcije izvora informacija, intencionalne kontekstualizacije, implikacije, retoričke figure, dekontekstualizacije, misaone prečace (sterotipi), preuranjena i neutemeljena uopćavanja koja su skupa ili pojedinačno u funkciji utrpavanja prezentiranih činjenica u općeprihvaćene i podržane (ideološke) kognitivne strukture (modele) koje se odnose na tipove događaja. U fazi dizajniranja analitičkog okvira to se postiže uvođenjem kategorija kao što su: manipuliranje faktografskom strukturom, implikacije, misaoni prečaci, dekontekstualizacija, neutemeljena uopćavanja, uokvirivanja, spinovi i sl.

Velika vjerovatnoća je da ćemo u analiziranom uzorku prepoznati već uhodane tehnike uokvirivanja, koje su inventurisane u mnogobrojnim empirijskim i teorijskim istraživanjima psihologije masa, komunikologije, političkog marketinga, socijalne psihologije, kulturologije, teorije diskursa i

slično. Radi toga je opravdano ih kao *očekivanja* ugraditi u plan kodiranja (kodni list). Međutim, treba ostati i otvoren za moguće inovacije (nove tehnike ili inovativne kombinacije već poznatih). Ipak, ne treba smetnuti s uma da je *spektar strateških ciljeva kontrole mentalnih modela događaja krajnje ograničen* i da se u suštini svodi na nametanje i odbranu svojih mentalnih modela stvarnosti (ideologija); prikazujući ih kao jedino opravdane, prihvatljive, privlačne, pravedne i moralne, održive, vrijedne fantaziranja i sl. Ukupna diskurzivna dinamika odvija se oko odbrane, reprodukcije ili zamjene tih modela. U tom smislu diskursi mogu biti legitimizacijski ili delegitimizacijski. To su dvije skoro neizbježne kategorije pri analizi diskursa.

Legitimizacijski diskursi: glorificiraju, idealiziraju, opravdavaju, promoviraju, podupiru (Nas), nameću konkretne grupne kognitivne modele stvarnosti (ideologije sa cjelokupnim pripadajućim vrijednosnim priborom), koristeći se pri tome veoma bogatim spektrom diskurzivnih alata (od podešavanja strukture narativa do podešavanja strukture rečenice).

Delegitimizacijski diskursi podrivaju, demoniziraju, dehumaniziraju, demistificiraju, marginaliziraju, razotkrivaju (Njih), deracionalizirajući njihove modele stvarnosti, odnosno narative i modele događaja na kojima se temelje.

Legitimizacijski i delegitimizacijski diskurs veoma često idu u paru. Legitimiziranje Nas je uglavnom popraćeno delegitimiziranjem Nih, i obratno.

Pokazatelji konstrukcije (kontrole) modela konteksta – situacije u kojoj se diskurs odvija su sve pojave intencionalnog (neuobičajenog, neočekivanog, moguće pristrasnog) odabira sudionika, mjesta, vremena, žanra, tema komunikacijskog događaja. Posebnu pažnju treba obratiti na aspekte situacije koji su pravno, moralno ili politički nelegitimni ili na neki drugi način neprihvatljivi, odnosno nekorektni. U tom smislu indikativni su komunikacijski događaji u kojima ne učestvuju žene, pripadnici etničkih skupina koji bi po načelu reprezentativnosti i vjerovatnoće trebali biti prisutni, odsustvo novinara, političkih lidera od kojih se očekuje da budu prisutni, predstavnici žrtava. Polazno je stajalište da se radi o komunikativnoj diskriminaciji ili drugim oblicima marginalizacije i isključivanja stajališta (mišljenja, perspektiva) koja bi mogla podrivati dominantno gledište. Isključivanje iz diskursa (bilo kao komunikatora ili kao recipijenta) određenih društvenih skupina znači njihovo protjerivanje iz natjecanja za društvenu moć.¹⁴² Ovaj ćemo aspekt pokriti kategorijama: redukcija izvora, polivalentnost izvora, unisonost diskursa i sl.

¹⁴² Dijk, A. T. (1995). „Aims of Critical Discourse Analysis“, Japanese Discourse. <http://discourses.org/OldArticles/Principles%20of%20critical%20discourse%20analysis.pdf> (Pristupljeno 02.03. 2017.)

Istraživanje postojanja kontrole diskurzivne akcije (onoga šta i kako čine učesnici u diskursu) obuhvata konkretne upotrebe jezičkih struktura (kao vrsta) u konkretnim diskurzivnim događajima pod sumnjom da su intencionalno odabrane da bi konotirali na kognitivne modele događaja, odnosno stvarnosti u kojima se ostvaruju ideologije, vizije, politički projekti, vrijednosti i drugi oblici društvene svijesti, kao generalne diskurzivne strukture koje dominiraju na makronivou društvene, odnosno komunikacijske zajednice. Sa stajališta odabira analitičkih kategorija to znači iscrpan popis i operativno definiranje širokog spektra uobičajenih površinskih struktura diskursa (na koje su ukazale dosadašnje mnogobrojne analize diskursa) koje imaju funkciju markera, s navođenjem nekoliko primjera izvađenih iz istraživačkog uzorka.

Tu spadaju: vrste riječi, riječi karakteristične za vrste, odnosno funkcije iskaza, ton iskaza, poredak riječi, upotreba obojenih riječi, upotreba glagola u aktivu odnosno pasivu, leksički stil, retoričke figure, odstupanja od sintaksičkih pravila, upotreba zamjenica: ja, mi, vi, oni, leksička konzistentnost, način argumentacije (vrsta i oblik, strategije), insinuiranje, impliciranje, upotreba grupnih simbola, bipolarno profiliranje aktera događaja prezentiranih u diskursu, informacijska podržanost iznesenih stavova, naglašavanje aspekta društvene podržanosti iznesenih stavova, naglašavanje aspekta kredibilnosti izvora podataka na kojima se zasniva argumentacija, referiranje (pozivanje) na znanost.

Analiza se zasniva na pretpostavci da ovi i mnogi drugi *jezički markeri* prate oblike interakcije povezane s kontrolom mišljenja i djelovanja tako što publici (recipijentima – adresantima) nameću interpretativne sheme stvarnosti koje im empirijske činjenice i konkretne ishode društvene dinamike predstavljaju kao 1) jedino moguće, očekivane, racionalne, moralane, u njihovom interesu, ili 2) kao nepodnošljive, neprihvatljive, nepravedne, nedostojne, nemoralne, štetne i sl.

Kategorijalni analitički aparat usmjeren na produkcijsku fazu diskursa treba odraziti funkcionalnu spregnutost *izvedbe diskursa* sa pretprodukcijskom fazom. To znači prepoznati konkretne načine na koji se pojačava utisak koji se želi postići – uvjerljivost, sugestivnost, dramatičnost, pacifikacija, panika, homogenizacija, izazivanje određenog tipa reagiranja i sl. Posebnu semantičku vrijednost dobijaju lični dignitet i ugled neposrednog prenosioca poruke, mjesto i vrijeme saopćavanja poruke, pozicioniranje poruke u ukupnoj emisiji medija, upotreba metasignala u funkciji naglašavanja značaja poruke i sl.

Kada se analizira diskurzivna moć, bitno je utvrditi i kako se ona ostvaruje – snagom argumenata i znanja ili argumentima društvene moći. Sama kontrola može biti praćena snažnijim ili slabijim otporom, ali i proizvedenim

prihvatanjem kao nečeg što je legitimno i “prirodno”, odnosno kao nešto nužno u određenoj situaciji.¹⁴³ Treba obratiti pažnju na iskaze kojima dominirajući komunikatori (subjekti diskursa) 1) partikularne interese svoje grupe prikazuju kao opće interese, pa prema tome i kao interese dominirane grupe, 2) čine kompromis odnosno simboličke ustupke dominiranim (Gramši ih naziva *subalternima*) i 3) politički institucionaliziraju (zaklanjaju se iza opće prihvaćenosti građanskih demokratskih struktura – prvenstveno države i zakona na kojima država i demokratske strukture počivaju) diskurzivnu univerzalizaciju parcijalnih interesa i ograničene i u osnovi marginalne simboličke, odnosno materijalne ustupke dominiranim, kao cijenu prihvatanja pozicije dominiranih.

3.6. DIZAJNIRANJE ISTRAŽIVAČKOG INSTRUMENTA

Istraživački instrument za kvalitativnu analizu diskursa jeste *kodni list* odnosno *program za kodiranje*. Istraživački instrument treba dizajnirati tako da uspije odraziti diskurs kao kompleksnu stratešku (planiranu, ciljanu i upravljaju) jezičku aktivnost, uzimajući podjednako u obzir pretprodukcijску i produkcijску fazu.

U tehničkom smislu kodni list, odnosno program za kodiranje čini matrica kao na slici 3.

Polazni element matrice su kategorije. Kategorije razvrstavamo u dvije grupe: 1) koje se odnose na mentalne modele događaja / predmeta i 2) koje se odnose na *modele konteksta*. U prvoj koloni matrice navodimo sve kategorije ove dvije grupe do kojih smo došli već prikazanim induktivnim, odnosno deduktivnim postupkom. Kategorije treba operativno definirati do tog nivoa da koderi (istraživači) na osnovu njih, bez dilema mogu prepoznavati konkretne slučajeve u analiziranom tekstu. Najbolje je uz svaku operativnu definiciju navesti i nekoliko primjera, pronađenih u preliminarnom istraživanju na malom uzorku kao i dati precizne upute za rješavanje mogućih nedoumica.

¹⁴³ I taj aspekt treba uzeti u obzir jer on nas upućuje na prisustvo fenomena *hegemonije*, odnosno zahvaćenost komunikacijske i socijalne zajednice produciranim fenomenom “dobrovoljnog” prepuštanja diskurzivnoj ali i stvarnoj dominaciji određenih društvenih grupa. Naročito treba biti osjetljiv na proizvedeno slobodno (dobrovoljno) prihvatanje dominirane pozicije.

Kada se suptilnim metodama (dominacijom nad umovima) proizvede efekt prividno slobodnog (dobrovoljnog) prihvatanja dominacije i djelovanja u interesu moćnika, odnos dominacije prerasta u odnos hegemonije u smislu kako je ovaj fenomen definirao pojmom *kulturna hegemonija* u svojim *Zatvorskim bilježnicama* Antonio Gramši (Gramsci, A. (1971). *Prison notebooks*. New York: International Publishers).

Kate- gorije	Potka- tegorije	Slučajevi	Mikro- strukture	Adresant /uloga	Adresat /uloga	Šira slika
Modeli događaja –predmeta operacionalne definicije/	Modeli pojedinih aspekata ili vrsta događaja – predmeta: tipični uzroci, posljedice, akteri, motivi, zapleti, raspleti	Citati – parafraze sa preciznim bibliografskim oznakama	Jezički oblici – markeri	-Prezenter poruke-Izvor poruke	-Bliži, vidljivi-Dalji-stvarni – mogući	-Ciljevi, interesi, vrijednosti u koje se uklapa upotrijebljeni model događaja / predmeta (izvještaj, stav)– Šta se željelo postići (vrsta utjecaja – legitimiranje, delegitimiranje, konstrukcija, dekonstrukcija i sl.)
Modeli konteksta/operacionalne definicije/						

Slika 3. Matrica programa za kodiranje

U nekim slučajevima kategorije ćemo, zbog njihove kompleksnosti, razložiti na potkategorije. Potkategorije će se odnositi na pojedine aspekte (elemente, dimenzije), odnosno vrste kategorija koje su definirane tipičnim uzrocima, posljedicama, akterima, motivima, zapletima, raspletima, intenzitetom, smjerom.

Veoma je bitno u postupku operacionalizacije kategorija doći do cijelog spektra potkategorija, jer u nekim slučajevima je podjednako rječito izostavljanje, odnosno marginaliziranje nekih dimenzija objekta diskursa kao i pre naglašavanje; naročito ako se može utemeljeno pretpostaviti da se to čini sustavno. Sam postupak operacionalizacije prvenstveno je intelektualno-logični čin, zasnovan na literaturi, mnogobrojnim enciklopedijama, leksikonima, rječnicima, pojmovnicima i sl. U tom smislu spektar potkategorija uglavnom zadajemo već u pripremnoj fazi istraživanja, ali moramo biti otvoreni i da ga proširimo u toku istraživanja.

U treću kolonu upisujemo citate, odnosno sažete parafraze, uz precizno navođenje identifikacionih podataka jedinice analize koje se odnose na pojedinačne kategorije odnosno potkategorije.

Opravdano je očekivati da su pojedine kategorije, odnosno potkategorije podržane sa više iskaza (citata).

U četvrtoj koloni identificiramo jezičku strategiju za svaki citirani slučaj, odnosno taktike za koje pretpostavljamo da su u funkciji uokvirivanja prezentiranih činjenica u mentalne modele događaja, odnosno modele konteksta.

U petoj koloni se identificira pošiljatelj poruke (subjekt iskaza). Ta identifikacija se može zasnivati na uobičajenim psihodemografskim obilježjima (spol, dob, socijalno porijeklo, ekonomski status, etnička obilježja i sl.), ali opravdano je i razvrstavanje sa stanovišta uloga u društvenoj strukturi, odnosno događaju (subjekt – koji pokreće ili upravlja, u čijem je interesu objekt koji trpi, podnosi, žrtva je, čiji je interes doveden u pitanje, regulatori (vladine i nevladine organizacije), mediji, analitičari – eksperti, publika – građani, javnost bez konkretnog interesa u događaju. Treba razlikovati primarne od sekundarnih pošiljatelja poruka, institucije od glasnogovornika.

U šestoj koloni se na sličnim principima razvrstavaju adresati (opća publika, stakeholderi, mete). I ovdje treba razlikovati primatelja poruke u užem smislu (Dodik se obraća Izetbegoviću) od primatelja poruka u širem smislu (skupine koju reprezentira Izetbegović, odnosno onih kojima se Dodik obraća obraćajući se Izetbegoviću).

U sedmoj koloni, već pri kodiranju, asociramo pronađene izvedbe kategorija, odnosno potkategorija sa mentalnim modelima stvarnosti, ideologijama, odnosno ciljanim efektima. U projektnoj fazi istraživanja, na temelju teorij-

skog uvida u predmet istraživanja predvidjet će se „očekivani“ ideološki okviri, odnosno drugi ciljevi strateške upotrebe komunikacije. U toku istraživanja može se desiti da se popis tih okvira suzi ili proširi. Uvođenjem u analizu mentalnih modela stvarnosti, proširujemo sliku, ili sa stajališta adresanta (naglašujući o njegovim dubljim namjerama i motivima da reproducira – širi kroz prostor i vrijeme ideologiju svoje grupe) ili sa stajališta adresanta (uzimajući u obzir njegove granice tumačenja – moguće načine intepretacije teksta).

U uputama za kodere treba precizirati pravila za kodiranje za svaku pojedinačnu kategoriju, odnosno potkategoriju uz navođenje primjera. To će olakšati koderima proces kodiranja kao i povećati ujednačenost ocjenjivanja u slučajevima kada je u kodiranje uključen veći broj koder.

3.7. PRIKUPLJANJE I OBRADA GRAĐE

3.7.1. ODABIR TEKSTUALNOG MATERIJALA I DEFINIRANJE UZORKA

Istraživač, vođen problemom, odnosno temom analize, identificira i izdvaja tekstove u korpusu ukupnog dostupnog diskursa. Ovisno o obimu istraživačkog korpusa (ukupne količine tekstova koji se odnose na problem, odnosno temu istraživanja) definira vrstu i obim istraživačkog uzorka. To *može biti uzorak sa potpunim obuhvatom* ili *reprezentativni uzorak*. U prvom slučaju analizirat će se svi raspoloživi tekstovi, naprimjer jednog autora, ili komentari neke vijesti, ili intervjui neke javne ličnosti o nekoj temi.

U drugom slučaju, kada se radi o veoma velikom broju tekstova, odabire se samo jedan broj jedinica (odabranih nasumično po nekom obrascu, odnosno odabranih tako da vjerno reprezentiraju određene značajke, odnosno aspekte diskursa).

U istraživačkoj praksi izbor i ograničavanje istraživačkog materijala nije dovoljno zasnovati samo na predmetu diskursa. Naprimjer nije dovoljno temu definirati kao *Analiza diskursa ratnih zbivanja u Vukovaru*. Po pravilu je potrebno uvesti najmanje još dvije determinante: 1) *vremensku* – ograničiti se na tematski definirane tekstove koji su objavljeni, odnosno komunicirani u nekom vremenskom periodu i 2) *kanalom* diskursa ograničiti se na tematski i vremenski definirane tekstove objavljene u određenom mediju. Tako će naša tema glasiti: *Analiza diskursa ratnih zbivanja u Vukovaru u sarajevskim dnevnim novinama Oslobođenje*.

Na ovaj način istraživački korpus je ograničen na 1) diskurs događaja (ratne epizode u Vukovaru – početak, tok, kraj), 2) tekstove koji razjašnjavaju

uži i širi kontekst događaja u Vukovaru (ratni sukobi u Hrvatskoj i zaoštavanje krize u BiH) i 3) tekstove o događajima u Vukovaru objavljene u sarajevskim dnevnim novinama *Oslobođenje*.

3.7.2. POSTUPAK KODIRANJA

Postupak kodiranja odvija se kao „prepoznavanje“ pojedinih dijelova teksta (iskaza) kao slučajeva pojedinih (definiranih) kategorija, odnosno različitih makro i mikro diskurzivnih struktura čije pojavljivanje evidentiramo u programu za kodiranje. U poređenju sa kodiranjem u kvantitativnoj analizi ovo je manje strukturirano i manje intersubjektivno.

Istraživač pažljivo čita jedinice analize (tekstove, odnosno iskaze) i unosi zabilješke, citate, asocijacije, komentare u zato predviđene rubrike u programu za kodiranje. Neki autori kodiranje u kvalitativnoj analizi sadržaja nazivaju i *indeksiranje*.

Kodiranje je u slučaju kvalitativne analize sadržaja veoma inventivan, otvoren, u određenoj mjeri čak i intuitivan proces.

Naglašavamo svojstvo otvorenosti jer ono podrazumijeva da će se korpus kategorija predviđenih u kodnom listu po potrebi dopunjavati u toku istraživačkog postupka. Zbog toga je postupak kodiranja autorski i u principu ograničava broj kodera.

Strauss i Corbin¹⁴⁴ razlikuju tri nivoa (navrata) kodiranja u kvalitativnim istraživanjima: početno, asocijativno i selektivno. Ova klasifikacija odražava složenost kvalitativne metode analize sadržaja, u kojoj završetak dizajniranja istraživačkog instrumentarija korespondira završetku samog istraživanja.

Početno (otvoreno) kodiranje sastoji se od veoma otvorenog i inventivnog, iz perspektive različitih teorija, prvog čitanja tekstova iz istraživačkog korpusa i *bilježenja svih asocijacija* na dubinske, konceptualne strukture na koje tekst ukazuje pri jednom veoma slobodnom tumačenju. Rezultat početnog kodiranja je veoma šarolik *indeks*, ponekad protivrječnih pojmova koji odražava uzimanje u obzir više različitih teorija objekta diskursa (teme, odnosno problemskog područja na koje se u diskursu referira). Rezultati početnog kodiranja mogu utjecati na promjenu ili prilagođavanje hipoteze. Podvrgava mu se ograničeni broj jedinica analize.

Asocijativno kodiranje nastavak je početnog kodiranja. Sastoji se od podvođenja pod općije pojmove kategorija indeksiranih u asocijativnom kodiranju. Tako se stiče utisak o dominantnim mentalnim modelima događaja, odnosno modelima konteksta i kreira indeks kategorija (pojmov) iz čije

¹⁴⁴ Strauss, A. L. Corbin, J. (1990). Basics of qualitative research. Newbury Park, CA: Sage.

perspektive će se analizirati cijeli uzorak. Međutim, to još uvijek nije i definitivan indeks.

Selektivno kodiranje zasniva se na završnom uvidu u istraživački uzorak, kada se provjerava utemeljenost već stečenog generalnog utiska o funkcionalnoj spregnutosti istraživanog diskursa (kao i načina na koji je to postignuto) sa ciljevima i interesima subjekata diskursa ugniježđenih u svoje grupne identitete.

U procesu kodiranja do izražaja dolaze sposobnosti: 1) *prepoznavanja apstraktnih koncepata* (kategorija uključenih u indeks) u konkretnim diskurzivnim događajima, iskazima, pričama, narativima, zapletima i raspletima i 2) uočavanja koherencije i konzistentnosti (ustaljenosti) u diskurzivnom ponašanju pojedinih aktera diskursa (kao pripadnika različito definiranih grupa) u sličnim situacijama. U prvom slučaju se radi o kodiranju mentalnih modela događaja – predmeta a u drugom slučaju o kodiranju *modela konteksta*.

3.7.3. OBRADA PRIKUPLJENE GRAĐE

Po završetku kodiranja slijedi grupiranje analiziranih jedinica, odnosno evidentiranih makro struktura i ciljanih efekata u skupine (vrste i tipove). Tako, naprimjer, dobijemo skupove (grupe) iskaza u funkciji legitimizacije, odnosno delegitimizacije određenih subjekata, subjekatskih pozicija i aktivnosti, glorifikacije ili demonizacije, reprodukcije ili dekonstrukcije mentalnih modela stvarnosti (ideologija), odnosno ideala (fantazija). Sljedeći korak se može odnositi na stvaranje podgrupa definiranih žanrom, subjektom iskaza, objektom reprezentiranja, kontekstualnim modelom, temom, vremenom, mjestom, modelom konteksta, vrstama i tehnikama upotrebe diskurzivnih mikrostruktura. Grupirat ćemo iskaze u kojima su primijenjene (prisutne) određene tehnike i jezička sredstva implicitnog pristrasnog (proponentskog ili oponenstskog) reprezentiranja događaja (uključujući i njihove sudionike, motive i efekte). Rezultat ove faze istraživačkog postupka je strukturiran iscrpan pregled uzorka sa stajališta vrsta mentalnih modela događaja – predmeta, modela konteksta i vrsta diskurzivnih mikrostruktura.

3.7.4. ANALIZA I DISKUSIJA

Pri analizi i diskusiji prikupljene građe vraćamo se osnovnim metodološko-konceptualnim polazištima kvalitativne analize sadržaja, na kojima smo već zasnovali i generalnu hipotezu.

Prvo se odnosi na generalnu sumnju (očekivanje) da su diskursi uopće pa i konkretni iskazi (diskurzivni činovi) u funkciji nametanja, odnosno reprodukcije dominacije (socijalne, kulturne, ekonomske, političke) grupe, odnosno njene ideologije u konkretnoj, prostorom i vremenom definiranoj društvenoj strukturi.

Drugo metodološko-konceptualno polazište odnosi se na očekivani *način* na koji se društvena dominacija transponuje na područje diskurzivne dominacije (na njih upućuje teorija diskursa). Pretpostavlja se da se određenim, paradigmatičnim (dakle ustaljenim) strateškim ili taktičkim upotrebama jezika 1) izražava, 2) nameće i 3) reproducira, odnosno potkopava nadmoć i viši status pojedinih društvenih grupa (bijelci, etniciteti, bijeli ovratnici, muškarci, Evropljani, Amerikanci i sl.). Jednostavno kazano, uzima se da *određene upotrebe jezika idu uz određene odnose moći*, odnosno namjere vezane za strukturu moći. U tom smislu je analitičko-kategorijalni okvir uključen i jedan broj *jezičkih atributa* (od izbora riječi – leksema, do načina njihovog naglašavanja, kombiniranja funkcionalnog sprežanja i sl.), za koje se pretpostavlja da su u funkciji reprodukcije odnosa društvene moći (aktualnog i ciljanog), ideologije, sistema vrijednosti u čijem kontekstu se diskurs odvija.

Treće metodološko-konceptualno polazište upućuje nas na dublji spoznajni prodor u *način na koji se diskurzivni utjecaj površinskih diskurzivnih struktura odvija*. Oslanja se na recentne teorije psihologije spoznaje koje otkrivaju da između podražaja (bilo da dolaze iz neposredne ili diskurzivne recepcije) i saznanja stvarnosti stoje *mentalni modeli događaja*, odnosno *mentalni modeli stvarnosti*, kao i da su ti modeli, ma koliko nam se činilo da su naši i originalni, u stvari grupni, a da su saznanja koja se na taj način stječu društvena, odnosno ideološka. To sa stajališta analize diskursa znači da 1) *postoji jedan broj modela događaja*, kao i *načina* na koji se oni u narativnoj strukturi diskursa realiziraju (nameću od strane subjekata diskursa ili iz čije perspektive recipijenti čitaju konkretne tekstove), 2) da su ti modeli, ma koliko izgledalo da se odnose samo na konkretne događaje *ustvari dio šire slike* (ideoloških modela stvarnosti). *Spoznajno-perceptivno aktiviranje*, jednog, drugog ili trećeg modela događaja prvenstveno *ovisi* od aktueliziranog *kontekstualnog modela* (percepcije situacije kao tipične za upotrebu ili tumačenje određenih diskurzivnih struktura).

Vođeni ovim polazištima analizu fokusiramo na dva aspekta diskursa: 1) uočavanje *obrazaca* interpretacije (koherencija u prikazivanju) pojedinih vrsta objekata diskursa u različitim situacijama i kontekstima (mentalnih modela događaja) i 2) uočavanje i rekonstrukciju modela konteksta (elemenata u tekstu koji navode adresate na mentalne modele događaja, odnosno

ciljano tumačenje teksta). U oba slučaja se radi o analizi dubinskih (makro) diskurzivnih struktura.

U prvom slučaju treba uočiti postojanje koherencije (ujednačenosti) u načinu na koji se prikazuju pojedine vrste objekata, kako im se pripisuju smisao i značenje i to povezati sa horizontalnom (u prostoru) i vertikalnom (kroz vrijeme) reprodukcijom ideologije i strukture društvene moći, odnosno subjekatskih pozicija. Izvjesno je da takve dubinske strukture postoje u tekstu i da potpuno razumijevanje tekstova, odnosno diskursa u njihovom socijalnom kontekstu vodi preko njihovog uočavanja i modeliranja. Riječ je o apstraktnim mentalnim strukturama (strukturnim obrascima – relevantnim elementima i definirajućim odnosima između njih) u koje su uokvireni interesi i ideologija konkretnih društvenih grupa (dominantnih ili marginalnih, stabiliziranih ili u okupljanju) pod čijim utjecajem su percipirani i reprezentirani konkretni (pojedinačni) događaji.

Njihovo identificiranje i žanrovska kvalifikacija i klasifikacija je početni (prvi) korak analize dubinskog sloja diskursa. Postojanje tih okvira uzima se za postulat u teoriji diskursa. Kao što smo već rekli, otkriveni su u okvirima istraživanja psihologije spoznaje a sa ideologiziranjem diskursa ih je najjasnije povezao Teun A. van Dijk.

Drugi aspekt analize odnosi se na uočavanje i rekonstrukciju modela konteksta koji "podrazumijeva" ili čak obavezuje na ciljano interpretativno reagiranje. Paul Watzlavick kaže da svako saopćenje u sebi sadrži i način na koji ga treba razumjeti.¹⁴⁵ Dakle, subjekti koji imaju pristup ulazima u kanale komuniciranja, koji su u prilici širiti priopćenja, koja uzimamo kao metaforu za reprezentaciju stvarnosti, odnosno događaja imaju i moć kontrole nad percepcijom očekivanog i neočekivanog, prihvatljivog i neprihvatljivog, podnošljivog i nepodnošljivog poretka ne samo u strukturi moći nego i u svijetu (životu) uopće. *U iskaze se intencionalno ugrađuju metasignali* koji trebaju aktivirati poželjne interpretativne sheme kod publike – mentalne asocijacije, koje nisu ništa drugo do ideje o tome kako život funkcionira uopće ili u nekom području. Te ideje mogu imati različit stupanj apstraktnosti, od najopćijih svjetonazora determiniranih referentnom kulturom, odnosno civilizacijom, do predstava o uzročno-posljedičnim relacijama u pojedinim područjima stvarnosti stečenim socijalizacijom, uključujući i masmedijsku, odnosno učenjem.

¹⁴⁵ Watzlawick, P., Beavin, H. J., Jackson, D. J. (2000). *Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien*. Bern: Huber.

3.7.4.1. UOČAVANJE I REKONSTRUKCIJA MENTALNIH MODELA DOGAĐAJA

Uočavanje i rekonstrukcija mentalnih modela događaja u koje su uokvirivane empirijske činjenice podrazumijeva:

1) *Jasan i sažet odgovor na pitanje šta je tema?* Ideologije, odnosno mentalni modeli veoma često stoje iza tematizacije, odabira društvenog problema kao predmeta diskurzivne reprezentacije. Tematiziranje jednih znači marginaliziranje, odnosno zataškavanje drugih pitanja, događaja, problema, aspekata stvarnosti. I obrnuto, da bi se skrenula pažnja s jednih problema ili minimizirao njihov značaj u modelu stvarnosti, naglašava se značaj drugih elemenata. Sve u funkciji podrške preovlađujućeg, odnosno poželjnog mentalnog modela stvarnosti.¹⁴⁶ Nerijetko se koriste različite tehnike produciranja pseudo događaja: dodatne dramatizacije, isticanja, inscenacije, uključivanja veoma značajnih osoba, provokacije i sl. (priskrblijanja vrijednosti vijesti) pitanjima koja se tematiziraju u javnom diskursu. Zbog toga se već pri prvom „pregledu“ korpusa tekstova iz koga će se kreirati uzorak postavlja pitanje koje su teme izostavljene ili marginalizirane i u kakvoj bi to moglo biti vezi sa mentalnim modelom stvarnosti koji se promiče diskursom? Odgovor na ovo pitanje podrazumijeva komparaciju našeg koprusa, odnosno uzorka diskursa (određenog subjektom, medijem, odnosno kanalom diskursa) sa ukupnim korpusom tekstova određenog temom. Tako, naprimjer, u istraživanju diskursa „Oslobođenja“ o temi ratna zbivanja u Vukovaru 1991. godine u aspektu semantičke vrijednosti pozicioniranja vijesti i izvještaja o Vukovaru u ovim dnevnim novinama podrazumijeva komparaciju najmanje sa beogradskim i zagrebačkim dnevnim novinama, iz istog perioda. Takva komparacija bi nam omogućila uzimanje u obzir šireg spektra vijesti (i onih događaja o kojima nije u „Oslobođenju“ taj dan izvještavano) i *upoređivanje njihovih informativnih vrijednosti sa informativnom vrijednošću izvještaja* o Vukovaru (definiranim obimom, žanrom, faktografskom strukturom, stupnjem sveobuhvatnosti, kredibilitetom, relevantnošću izvora i načinom prezentiranja).¹⁴⁷

¹⁴⁶ Da bi se promijenila negativna slika BiH stvarnosti, nastala dominacijom „crne hronike“ u informativnim programima, državna televizija uvodi emisiju *Pozitiv*, u kojoj prolaz imaju samo pozitivne priče.

¹⁴⁷ U tom smislu upućujem na analizu sadržaja srbijanskih medija u danima kada su se odvijali najdramatičniji događaji u Srebrenici, uključujući i genocidna masovna pogubljenja Bošnjaka. Izostavljanje ili marginalizacija vijesti o stvarnim zbivanjima u Srebrenici može se objasniti (naravno, ne i pravdati) kolizijom stvarne uloge tadašnje Srbije i njihovih institucija u tim zbivanjima sa ideološki projektovanim i brižljivo nadziranim modelima stvarnosti zasnovanim na glorifikaciji jedne i demonizaciji druge strane. /WWW.depo.ba, Kako su '95. godine mediji u Srbiji izvještavali o Srebrenici. / (Pristupljeno 15. 08. 2017.)

Međutim, tematski aspekt se time ne okončava, prije bismo rekli da je to tek prvi korak. Središnja tačka je, ipak, *povezivanje zatečene tematizacije*, za koju smo utvrdili da nije jedino moguća, pa čak i da se ne zasniva na zakonu vrijednosti vijesti, sa nadziranjem ideoloških mentalnih modela stvarnosti u funkciji reprodukcije strukture društvene moći i podjele uloga koja je prati, odnosno identitetskih samoodređenja referentnih grupa. U tom smislu tematizirani se društveni problemi (uključujući subjekte koji ih tematiziraju, aktere zapleta i raspleta, dramaturgiju i dramatičnost, disjunktivnu polarizaciju, žanr, stil spektar tonova narativa) sagledavaju iz perspektive podupiranja ili potkopavanja (u slučaju alternativnih diskursa) konkretnih (dominantnih ili kompetitivnih) ideologija i njihovih operativnih izraza mentalnih modela događaja i stvarnosti.

Podrazumijeva se da će analiza rekonstruirati njihovu temeljnu strukturu.

2) *Kvalificiranje vrste i dometa priče*. Da li je to pozitivna ili negativna priča? Da li se po nečemu izdvaja iz okolnih priča ili je možemo podvesti pod princip itd. Postoji li priča u priči (kriju li se iza odluka o kupovini aviona, odnosno protivraketskih sistema dvije susjedne države, pripreme za oružani sukob?)?

3) *Identificirati glavne aktere u priči*. Ko su oni? Jesu li mogli biti uključeni još neki drugi? Pod kojim okolnostima odsustvuju? Jesu li uloge aktera tipične (dobri i loši momci), u okvirima paradigmatičnih očekivanja, ili izlaze izvan okvira (čovjek je ujeo psa)? Kakva je njihova uloga u strukturi društvene moći (dominiraju ili su dominirani)? Kako se odnose naspram svoje pozicije (nastoje je osnažiti i reproducirati, fatalistički je prihvataju, opiru se)? Na koji se način ta namjera manifestira u diskursu? Kako je diskurs aktera radnje (subjekata u diskursu) prilagođen kontekstualnim faktorima u smislu Hjumovog SPEAKING modela?

4) *Način na koji se radnje odvijaju* (transparentno, prikriveno, iz pozadine, empatično, solidarno, autokratično, uključivo, isključivo, eksemplarno, drastično, sampožrtvovano, posvećeno, uspješno, neuspješno, slavodobitno i pobjednički, gubitnički, sa hapiendom, sa tragičnim raspletom, krvavo, herojski, kukavički, patriotski, izdajnički, kriminalno, u granicama zakona.

5) *Mjesto (prostor) i vrijeme u kome se dešava radnja (priča)*. Jesu li tipični za vrstu i aktere radnje? Imaju li simboličku vrijednost? Jesu li općeprihvatljivi ili odgovaraju samo jednoj strani? Naprimjer, najava održavanja promocije knjige (vrsta radnje) u Srebrenici (mjesto), dan prije održavanja komemoracije žrtvama genocida u Srebrenici (vrijeme), ima snažnu simboličku i ideološku poruku, kada se uzme u obzir da se u toj knjizi veliča Ratko Mladić, glavni komandant Vojske Republike Srpske, u to vrijeme haški optuženik.

6) *Koherentnost u povezanosti vrste radnje, načina na koji se odvija sa tipovima aktera* (učestalo prikazivanje Roma kao glavnih aktera drskih krađa (provala u kuće).

7) *Ko je subjekt diskursa?* Ko priča priču? U čijem je interesu da bude ispričana? Postoje li neki kontekstualni razlozi koji ga navode da baš aktuelizira tu temu, da je ispriča na taj način (uključujući dramaturgiju, stil, žanr), da izvrši takvu podjelu uloga? Koje je njegovo ideološko i političko utemeljenje? Na čemu se zasniva njegova moć da tu priču uključi u kanale javnog diskursa? Da li je uzurpirao ulogu jedinog naratora? Koji bi naratori još mogli biti relevantni u konkretnom slučaju?

Sa stajališta analize diskursa postojanje mentalnih okvira znači pretpostavku (hipotezu) o postojanju pretprodukciskog intencionalnog odabira jednog (određenog) načina prezentiranja objekta diskursa iz potencijalnog mnoštva alternativnih načina. Taj odabrani način prezentiranja ciljano naglašava jedan aspekt (socijalni, politički, moralni, dramski, patriotski, spolni, regionalni i sl.) praćen određenim korpusom činjenica i načinom na koje se međusobno povezuju. Međutim, pri analizi treba imati u vidu i da *uokvirivanje nije nužno motivirano manipulacijom* shvatanjima i ponašanjima publike, dakle nije nužno rezultat „ideološke zavjere“. Uokvirivanje u mentalne modele *jednim je dijelom i posljedica kompleksnosti stvarnosti* koju nije moguće prezentirati, naročito određenim tipovima publike, a da se prije toga ne svedu na elementarne strukturne odnose proširenih narativa (dobra i zla, pravde i nepravde, nas i njih, gubitnika i dobitnika, patriota i izdajnika, heroja i kukavica) i opće usvojenih pojmova. I sam reporter pod pritiskom brzine, aktuelnosti i strukturnog nedostatka prostora novinarskih žanrova, u nastojanju da shvati konkretno zbivanje (objekt diskursa) pribjegava *okvirima* u koje će veoma brzo (skoro rutinski) poput puzzle posložiti (organizirati) ogroman broj činjenica, i pripisujući im smisao, ponekad i izvan logike izvornog konteksta, transformirati ih u informacije.¹⁴⁸ Ti okviri mogu više ili manje biti autorski ali u osnovi korespondiraju s mainstream shvatanjima stvarnosti.¹⁴⁹

Za analitičara je, nakon što identificira metasignale kojim se adresati navode na interpretativne sheme (mentalne modele događaja) i rekonstruirati glavnu ideju o poretku činjenica na kojoj se temelji upotrijebljeni okvir, ključno odgovoriti na pitanje šta stoji iza izbora konkretnog okvira? Da li je motiviran nekim posebnim interesom subjekata diskursa, odnosno subjekatskom

¹⁴⁸ Kurtić, N. (2000) Kod novinarstva. Sarajevo:Mediaplan institut.

¹⁴⁹ Tako se dešava da se u ambijentu hipertrofiranog nacionalističkog uokvirivanja čak i čisto tehničkim pitanjima donošenja zakona o šumama na državnom nivou u BiH, u parlamentarnom, ali i u medijskom diskursu, pridaju tumačenja iz perspektive ugroženosti pojedinačnih nacionalnih interesa.

pozicijom? Treba imati u vidu da izbor konkretnog okvira zavisi od više faktora: od ličnih predispozicija pa i kognitivnih kapaciteta subjekta diskursa da na određene činjenice gleda na jedan ili na drugi način, od usvojene rutine pri prezentiranju određenih objekata, pritisaka iz socijalnog, političkog i kulturnog okruženja da se određeni objekti prikazuju na određeni način (upotrebom određenog okvira), utjecaja paralelnih pitanja ili događaja, i političkog konteksta u kome se odvija diskurs. Izbor (nametanje) ovog ili onog okvira (interpretativne sheme) za organiziranje i prezentiranje činjenica ima sasvim konkretne posljedice po socijalno okruženje. Ne radi se samo o usmjeravanju načina na koji će ljudi razumjeti dnevnu dinamiku stvarnosti već se radi i o upravljanju načinom na koji će na nju reagirati. Ova činjenica čini uokvirivanje i okvire relevantnim predmetom analize diskursa.

3.7.4.2. REKONSTRUKCIJA MODELA KONTEKSTA

Rekonstrukcija modela konteksta vrši se simultano sa uočavanjem i rekonstrukcijom mentalnih modela događaja – predmeta. *Kontekstni modeli* se usvajaju socijalizacijskim i akulturalizacijskim procesima. Izazivaju kognitivnu koherenciju, koju Teun A. van Dijk objašnjava postojanjem *temeljne kognitivne pristrasnosti*¹⁵⁰ jednih (određenih) društvenih grupa u odnosu prema drugima. Komunikator, kao pripadnik jedne (povlaštene, dominirajuće) grupe refleksno percipira, interpretira i predstavlja komunikacijsku situaciju „u mentalnom kontekstnom modelu, samopercepcije sebe višeg statusa“¹⁵¹ (Tuzlaka ili Sarajlije) i recipijenta nižeg statusa (svih onih koji su imigrirali iz bližeg ili daljnjeg okruženja). Dakle, iza iskaza, narativa, manje ili više dramatičnih zapleta i raspleta stoji relativno stabilna *grupna mentalna predstava* o tome kako treba izgledati odnos između „nas“ i „njih“ (to može biti odnos muško – žensko, urbani – ruralni, dobro stojeći – loše stojeći, šef – uposlenik, šalterski radnik – stranka, nadređeni – podređeni, Sarajlija – Sandžaklija).

Problem prepoznavanja kontekstualnog modela ima dvije strane: produkcijsku i konzumacijsku. *Na produkcijskoj strani* tragamo za odgovorom na pitanje kako je (da li je) subjekt diskursa (autor) intencionalno ugradio u diskurs elemenata ciljanog kontekstualnog modela da bi osigurao proizvodnju i aktivaciju ciljanog mentalnog modela događaja pri percepciji i interpretaciji konkretnog događaja (epizode) kao jedino mogućeg i legitimnog, bez obzira na

¹⁵⁰ Dijk, A. T. (1995). „Aims of Critical Discourse Analysis“, Japanese Discourse. <http://discourses.org/OldArticles/Principles%20of%20critical%20discourse%20analysis.pdf> (Pristupljeno 02.03. 2017.)

¹⁵¹ Dijk, A. T. (1995). Isto.

konačne konsekvence. Na *konzumacijskoj strani* tragamo za odgovorom kako je recipijent „naveden“ na kontekstualni model da bi aktivirao „pripadajući“ mentalni model događaja kao okvir za tumačenje konkretne epizode, uz koji idu ekskluzivističke, klasne, regionalne, lokalističke, političke, rasističke, turbofolk, seksističke, nacionalističke i sl. interpretacije. Podrazumijeva se da je u programu za kodiranje ugrađen jedan broj kategorija koje se odnose na očekivane (moguće) kontekstualne modele.

Kontekstnim modelima se nameće recipijentima legitimizacija odnosno delegitimizacija predmeta diskursa (prezentiranog odnosa u strukturi moći).¹⁵² Kontekstualni model se, kako u legitimizacijskoj, tako i u delegitimizacijskoj varijanti zasniva na nekoliko ključnih strategija utjecanja na način percipiranja društvene i diskurzivne stvarnosti:

- *Bipolarnoj strategiji reprezentacije* (kontrastiranja) ključnih aktera; naglašeno pozitivnoj reprezentaciji vlastite skupine i naglašeno negativnoj reprezentaciji „njihovih“ skupina.
- *Predstavljanje situacije, pa i najavljenih akcija, kao neizbježnih*, tipičnih i logičnih, bez alternative – u nekim slučajevima čak i kao rezultat dosljednog pridržavanja općih načela o ljudskim pravima i slobodama.
- *Poricanje stanja stvarnosti* na kojima se zasnivaju konkurentske, odnosno delegitimizacijske interpretacije.

Teun A. van Dijk pravi razliku između objektivnog i subjektivnog komunikacijskog konteksta, uzimajući u obzir objektivne i subjektivne okolnosti, elemente društvene i komunikacijske situacije kojima se subjekt diskursa prilagođava, podražavajući određene (adekvatne) modele događaja¹⁵³ i prihvatljive načine iskazivanja. *Objektivni kontekst* čine svojstva društvene i komunikacijske situacije (veća ili manja demokratičnost, kompetitivnost, pluralnost, konzervativnost) u kojoj se odvijao diskurs. Rekonstrukcija tog konteksta nije moguća bez šireg i dubljeg spoznajnog zahvata u historijske činjenice koje najčešće nisu sadržane u analiziranom tekstu. Subjektivni se kontekst odnosi na način na koji učesnici u diskursu vide društvenu situaciju u kojoj se oglašavaju ili se imaju namjeru oglasiti (interno definiraju svoju diskurzivnu situaciju). Prati ga odgovarajući model kontekstualnog komunikacijskog reagiranja, predstava o oportunističkim reakcijama na tipove situacija u funkciji reprodukcije grupnih i osobnih interesa (ideologije).

¹⁵² Dijk, A. T. (1995). Isto.

¹⁵³ *Model događaja* čine predtipizirane slike pojedinih segmenata stvarnosti, usvojene u toku socijalizacije; uvjerenja o tome kako stvari funkcioniraju (strukture) u stvarnom životu. Funkcioniraju kao mentalni šabloni sa kojima se upoređuju svi novi događaji.

Sudionici u diskursu mogu igrati više različitih društvenih i diskurzivnih uloga – biti govornici i pisci, prezenteri, facilitatori, savjetnici, izabrani zvaničnici, zvanični predstavnici, glasnogovornici. Mogu biti više ili manje zadovoljni svojom pozicijom u grupi, imati veće ili manje ambicije za usponom u grupnoj hijerarhiji, osjećati da nemaju šta izgubiti ili da u svakom momentu mogu sve izgubiti. Uglavnom pripadaju skupinama definiranim različitim demografskim, psihografskim, kulturalnim obilježjima. Sva ova obilježja definiraju ličnu situaciju iz čije perspektive percipiraju stvarnost (određuje šta uopće u njoj mogu uočiti i kakav joj smisao i značenje mogu pridati) i procjenjuju svoju ulogu u javnom diskursu: šta se od njih očekuje, šta sebi mogu dozvoliti, koju granicu ne smiju prekoračiti, šta je rizično reći, šta je pametno prešutjeti.

Model konteksta pod čijim je utjecajem diskurzivni događaj može se prepoznati u tekstu kao opći utisak o 1) tipu društvene i komunikacijske situacije (komunikacijskog događaja) u kojoj se komunikacijski djelovalo (slobodna, represivna, veliki ili nikakav rizik, blagonaklona, nepovjerljiva, kritična, neprijateljska publika i sl.), 2) granicama dozvoljenog i poželjnog u diskursu u takvoj situaciji, naročito prihvatljivim granicama odstupanja od dominantnog načina prezentiranja tog tipa događaja i stvarnosti i 3) subjektivnoj autorefleksiji autora, aktuelnoj i ciljanoj (fantazijskoj) ulozi i poziciji u mikro i makro grupi i mogućim strategijama njenog igranja.

Na utjecaj modela konteksta ukazuju:

- Usaglašenost analiziranog diskursa sa specifičnim zahtjevima i pravilima diskursa u pojedinim društvenim ili institucionalnim područjima. Pravni, politički, ekonomski, marketinški, moralni, estetski, diplomatski, javni diskurs imaju svoja specifična pravila i zahtjeve kojima se učesnici prilagođavaju ili ne prilagođavaju, iskazujući na taj način svoju ideološku poziciju.
- Žanrovska konzistentnost i naglašavanje (dodatne dramatizacije, preferiranje dinamičnih kadrova, slijeđenje zakona vrijednosti vijesti, simplificirajuće zaokruživanje cifri, izbor sagovornika i sl).
- Usaglašavanja sa ciljanim uglavnom ideološkim ishodima diskursa (koji ne moraju u tekstu biti jasno isticali). Pretpostavlja se da konačni ciljevi koji se žele postići (podrška, razumijevanje, pažnja, prihvatanje) nadziru podjednako ono što je i kako je rečeno i ono što je i kako je izostavljeno (prešućeno), marginalizirano.
- Usaglašavanja površinskih i dubinskih struktura diskursa sa zamišljenim (pretpostavljenim mogućim) širim posljedicama diskursa po referentnu društvenu grupu, odnosno društvenu zajednicu uopće.

Pretpostavlja se da su konkretni diskursi u određenoj situaciji (kao naprimjer u ratnim situacijama ili u situacijama ugroženosti institucionalne strukture zajednice) samodisciplinirani pod utjecajem mehanizma autocenzure.

- Usaglašavanja diskursa sa očekivanjima **očekivanja** recipijenta, odnosno sa mainstream reprezentacijama (uvjerenjima i stavovima).
- Prilagođavanja modelu uloge u diskursu (diskurzivnom događaju) i društvu uopće. Uloge obavezuju na određeni tip komunikacijskog ponašanja; podjednako na ono šta se može kao i kako se to može reći. U obrascima tih uloga veoma često su prikriveni ideološki obrasci. Slično se na strukture diskursa odražava i doživljaj pripadanja rodu, etnicitetu, rasi, socijalnom stratumu, regionalnim, urbanim, dobnim, supkulturnim skupinama. Osjećaj pripadanja svakoj od ovih skupina praćen je modelom odgovarajućeg društvenog i komunikacijskog ponašanja u koji je projicirana konkretna ideologija.
- Samosvrstavanje u pojedine društvene skupine, po pravilu je praćeno dijeljenjem njihovih društvenih predodžbi, znanja, stavova i ideologija koje se reproduciraju u „autorskom“ tekstu i govoru. Prema tome, trebalo bi biti moguće idući od teksta i govora, odnosno od konkretnog komunikacijskog događaja, rekonstruirati društvene predodžbe (znanje, stavove i ideologije), pod čijim je utjecajem autor (subjekt diskursa), ma koliko se on izdizao iznad grupe i grupnog. Dakle, to što govori i kako govori (površinske i dubinske strukture diskursa) subjekt diskursa ishod je očekivane konzistentnosti između samopercepcije (vrijednosnog, interesnog, ideološkog) samosvrstavanja – identiteta i diskurzivnog djelovanja.

Relacija između kontekstualnog modela i diskursa nije uvijek izravna; samo u iznimnim slučajevima diskurs je eksplicitno ideološki.

Eksplicitno ideološki diskurs odlika je političke propagande i socijalnog marketinga. Stavovi, vrijednosti i interesi koji se zagovaraju jasno su formulirani, više ili manje subjektivno argumentirani i precizno povezani sa konkretnim političkim, odnosno društvenim subjektima i njihovim ideološkim, odnosno političkim nazorima.

Prikriveno širenje ideologije prisutno je u većini slučajeva. Motivi mogu biti različiti, ali način je uglavnom isti: model konteksta nameće ideološke mentalne modele događaja –predmeta.

Analiza diskursa može rezultirati nalazom da način prikazivanja nekih događaja (stvarnosti) narušava dominantni kontekstualni model. To je odlika

subverzivnog (dekonstruktivnog) diskursa koji je u funkciji promoviranja novih društvenih praksi a koji je nezamisliv bez promoviranja novih mentalnih modela događaja i novih modela konteksta.

Subverzivni diskurs je delegitimizacijski diskurs. Prepoznavanje delegitimizacijskog diskursa podrazumijeva prethodnu svijest o legitimizacijskom diskursu. To naročito dolazi do izražaja kada se u istom tekstu dešava legitimizacijski i delegitimizacijski diskurs. Takav slučaj je pronađen u istraživanju diskursa ratnih zbivanja u Vukovaru u sarajevskom „Oslobođenju“ 1991. godine kada su na istim stranicama objavljivani tekstovi koji legitimiraju i delegitimiraju vojno angažiranje Jugoslovenske vojske, odnosno srpskih dobrovoljačkih jedinica u Hrvatskoj. Oba gledanja su utemeljena u pripadajućim modelima konteksta koji su nametani definicijama kategorija: patriotizam, ugroženost nacionalnih interesa, legalitet, Jugoslavija i sl.

I legitimizacijski i delegitimizacijski diskurs zasnivaju se na obrascu, modelom konteksta nametnutog (samo)obavezujućeg *samoidentifikacijskog grupnog (kolektivnog) doživljaja jastva* u diskurzivnoj praksi, praćenog naglašenim diferenciranjem od *njih*. Iskazi koji slikaju Njih, po pravilu ih demoniziraju, stigmatiziraju, opravdavaju njihovu podređenu poziciju u aktualnoj strukturi društvene moći – jednostavno kazano delegitimiziraju ih, uz zadržavanje osjećaja da je to legitimno s obzirom kako je predstavljena situacija (kontekst) u kojoj se nalaze adresati i adresanti. Naravno, tom predstavom se manipulira sadržajnim i istinosnim svojstvima iskaza (definicijama pojmova, potpunosti činjeničnog jezgra, relevantnošću činjenica, preciznošću činjenica, objektivnošću selekcije činjenica).

Van Dijk legitimizacijske, odnosno delegitimizacijske diskurse uvodi u samo središte analize. U legitimiranju vidi način na koji se reprodukuju grupni identiteti i pozicije u strukturi društvene moći. Legitimiraju se norme, vrijednosti i kriteriji (ideologije) „po kojima se prosuđuju dominantne i potčinjene skupine te njihovo djelovanje“ kao pozitivne ili negativne, kao korisne i podržive ili štetne – kojima se treba suprotstaviti.¹⁵⁴ Na isti način osporavanjem uvjerenja, vrijednosti, normi i stavova Njih, najčešće iz perspektive općeg (izvankontekstualnog) interesa društva, kulture ili globalne zajednice, delegitimiziraju se njihovi nosioci i proponent. Interes subjekta delegitimiziranja se vješto prikriva.¹⁵⁵

¹⁵⁴ Teun A. van Dijk (2006) Ideologija: multidisciplinarni pristup, Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb

¹⁵⁵ Poslodavci i vlade svoje zalaganje za radikalno smanjenje radničkih prava u Bosni i Hercegovini i isključivanje (delegitimiziranje) sindikata iz socijalnog dijaloga do kojeg je došlo usvajanjem novih zakona o radu u Federaciji BiH i Republici Srpskoj, nisu tumačili ostvarivanjem većih profita i smanjenjem budžetskih rashoda na plate (parcijalnim interesima),

Legitimizacijski diskurs prepoznaje se po ustrajnim, često opširnim, pa čak i napadnim objašnjenjima i racionalizacijama (opravdanjima efekata i posljedica) nejezičkih i jezičkih praksi određenih društvenih grupa, odnosno društvenih subjekata. Praćeni su iscrpnim i vješto pristrasnim argumentiranjima, upućivanjem na razloge određenog djelovanja koji se pristrasnim kontekstualizacijama predstavljaju objektivnim i jedino mogućim. Norme (pravne i moralne) predstavljene kategorijama služe kao vjerodostojni kriteriji ocjene legitimnosti (ispravnosti i podrživosti) nejezičkog i jezičkog djelovanja konkretnog društvenog subjekta (interesne grupe). Razumno je zbog toga ispitati ideološku prirodu tih normi i stvarni stupanj univerzalnosti. Neupitno je da ne samo pravne već i moralne norme imaju ideološku pozadinu. Treba identificirati o čijoj i kakvoj ideologiji se radi – klasnoj, demokratskoj, rasističkoj, neoliberalnoj ideologiji krupnog kapitala i globalnih korporacija, ideologiji rodne jednakosti, liberalno-participativnoj, ekološkoj... Isto tako, uobičajeno je parcijalne, čak i lične interese predstavljati u javnom diskursu općim, nacionalnim interesima. Preko normi ideologije se penetriraju u strukturu grupnih identiteta, u unutarnje svrhe skupine i čine pogodnim za manipuliranje.

U demokratskim društvima, u kojima se podrazumijeva sloboda govora (komuniciranja), delegitimiziranje poprima sofisticiranije forme od običnog sprječavanja pristupa kanalima javnog diskursa. Koristi se širok spektar tehnika koje se manje-više vidljivo ogledaju u sadržaju (tekstu):

- Verbalno delegitimiziranje subjekata oponentskog diskursa (omalovažavanje, stigmatiziranje, dekredibilacija, dehumanizacija, diskreditiranje referentnih grupa);
- Delegitimiziranje sadržaja poruka, ideja, stavova, informacija, mentalnih modela događaja i modela konteksta pod stigmom štetnog, opasnog, nemoralnog, neprijateljskog, zastarjelog, zaostalog, palanačkog;
- Marginalizacija tema relevantnih za oponentske (konkurentske) skupine;
- Krivo prikazivanje (prezentiranje) iskaza, citiranjem izvan konteksta, pristrasnim i zlonamjernim kadriranjem, pre naglašavanjem negativnih (prijetećih i uznemirujućih) elemenata u iskazima;
- Pristrasno interpretiranje – komentiranje iskaza praćeno pridavanjem negativnih ili nepostojećih značenja (konotacija);
- Umanjivanje (neutraliziranje) snage oponentskih iskaza komentarima službenih, ekspertnih i drugih izvora visokog kredibiliteta;

već neizbježnim strukturalnim reformama u funkciji pokretanja ekonomskog i društvenog razvoja zemlje.

- Dramatiziranje krajnjih konsekvenci po zajednicu i opće dobro prihvatanja oponentskih stajališta;
- Umanjivanje vidljivosti oponentskih diskursa, hijerarhizacijom sadržaja u emisijama masovnih medija (guranjem na unutrašnje i zadnje strane, manji naslovi, manje teksta, oskudnija grafička oprema, manja minutaža, neatraktivni termini emitiranja) ili organiziranjem atraktivnijih konkurentskih diskursa u isto vrijeme na atraktivnijem mjestu.

Zajedničko im je da se zasnivaju na kreiranju i nametanju modela konteksta koji ne dozvoljava drugačije čitanje (tumačenje) teksta osim delegitimizirajućeg.

Nakon što se konkretni diskurs prepozna i okvalificira kao delegitimizirajući, fokus se prenosi na identificiranje adresara i adresanata takvog diskursa, onih kojima je stalo do dekonstrukcije prethodnog i nametanja novog ideološkog stajališta i onih na koje se vrši (više ili manje prikriveni) ideološki utjecaj.

Treba utvrditi:

1. Ko su subjekti delegitimiziranja; da li su to ujedno i subjekti diskursa, odnosno u kakvoj vezi su subjekti diskursa sa društvenim subjektima i institucijama koje se delegitimiraju?
2. Da li se radi o direktnom, eksplicitnom delegitimiziranju, koje vrše subjekti diskursa ili o posrednom, preko subjekata u diskursu, citiranih analitičara, glasnogovornika, intelektualaca i sl.?
3. Da li se proces delegitimiziranja odvija odozgo prema dolje – kao delegitimiziranje između elita ili ododzdno prema gore – kao identifikacijsko samoosvješćivanje grupe?

Međutim, analiza se tu ne završava jer je potrebno procijeniti izgleda za uspjeh tog dekonstrukcijskog napora. Nije dovoljno zaključiti, naprimjer, da je Bosni i Hercegovini potreban novi narativ da bi se bosanskohercegovačko društvo probilo iz obruča nacionalističke agende i nacionalističkog mentalnog (interpretativnog okvira), već je nužno u aktuelnim mnogobrojnim diskursima pronaći one koji ukazuju na moguće nove (različite) diskurse (utemeljene na građanskom identitetu), identificirati subjekte tih diskursa, vidjeti kome su adresirani i procijeniti koje su šanse da uspiju. Ta nas pitanja vode u samo središte diskurzivne moći – to je moć *kontrole (nametanja) modela konteksta*, percepcije diskurzivne komunikacije u kojoj događaje – predmete (teme) nije moguće drugačije percipirati (kao prihvatljive ili neprihvatljive, legitimne ili nelegitimne, podržive ili nepodržive, istinite ili neistinite, relevantne ili irrelevantne), već na način na koji su predstavljeni u tekstu.

3.7.4.3. POVRŠINSKE (MIKRO) DISKURZIVNE STRUKTURE U NOVOM ČITANJU

Put do dubinskih (makro) diskurzivnih struktura, do mentalnih modela događaja – predmeta i modela konteksta vodi preko površinskih (mikro) diskurzivnih struktura. Površinske strukture (tematizacija, narativna struktura, žanrovska struktura, leksemi, sintaktičke strukture, intonacija, grafija) referiraju kako na referenta (objekt reprezentacije, ono što se opisuje) tako i na model konteksta (način na koji subjekti diskursa percipiraju situaciju u kojoj se komunikacija odvija, uključujući i percepciju očekivanja značajnih drugih), ali i na preferirani mentalni model događaja i stvarnosti. To su strukture koje je po pravilu relativno jednostavno uočiti i koje uz doslovno, denotativno značenje prenose ili se bar pretpostavlja da prenose i dodatno značenje koje upućuje na komunikacijski i socijalni kontekst u kome se diskurs desio, na ideološku narav kognitivnih obrazaca organiziranja empirijskih činjenica u prikazima događaja odnosno stvarnosti.

Teun A. van Dijk je u površinske strukture svrstao prvenstveno grafičke strukture prezentacije, fonetske strukture, morfološko-leksičke strukture, sintaktičke strukture, žanrovske strukture i retoričke strukture. Analiza se zasniva na pretpostavci da naglašena i ustrajna upotreba pojedinih površinskih struktura, sračunata na perceptivne efekte koji se time izazivaju, može proizvesti relativno trajne kognitivne efekte (imidže, stavove, ideologije), koji su u stanju upravljati praktičnim odnosom prema konkretnim događajima i predmetima kao predstavnicima svoje vrste. Neuobičajena intonacija, leksika, sintaksa, retoričke figure, semantičke strukture, način preuzimanja riječi, naglašeni ili izostavljeni izrazi pristojnosti i uvažavanja imaju metakomunikacijsku funkciju, prenose dodatnu informaciju o načinu na koji subjekt diskursa (autori i komunikatori) procjenjuju relevantnost reprezentacije, ali i kako bi željeli da je procjenjuju recipijenti. Neformalna obilježja dizajna i prezentacije poruke prenose dodatna značenja semantičke formulacije poruke.

Leksička analiza uzima u obzir da propozicije konstruirane u formi nizova probranih riječi same po sebi denotiraju na ideološka značenja, ali i da su one rezultat intencionalnog variranja i izbora između mnoštva mogućnosti, svjesno uzimajući u obzir ideološke implikacije ishoda tog izbora, doprinos reprodukciji određenog načina tumačenja stvarnosti.

Pristrasan izbor riječi, upotreba obojenih, dramatičnih, emotivnih, stigmatizirajućih, demonizirajućih i dehumanizirajućih riječi sa velikim simboličkim potencijalom za označavanje (izražavanje) i kvalifikaciju odre-

đenih objekata reprezentacije (grupa, pojedinaca, procesa, trendova, institucija i sl.) po pravilu znači ideološku referenciju.

Analiza diskursa treba otkriti pristrasnu leksičku i simboličku „sistematičnost“ pri označavanju svojstava ili praksi Nas i Njih. Ta sistematičnost se kreće u rasponu od upotrebe neutralnih i negativnih leksema za Njih, a pozitivnih za Nas do raznih oblika ublažavanja, eufemizama, hiperbolisanja i slično.

Logično je da se nakon leksičke analize, koja iz upotrebe pojedinih vrsta riječi – obojenih, subjektivnih, zapaljivih, svojstvenih jeziku mržnje, stigmatizirajućih i sl. upućuje na stvarne (ideološke) namjere subjekta diskursa, fokus premjesti na analizu propozicija, rečenica različitih vrsta složenosti i namjene koje već samom vrstom ukazuju na povezanosti subjekta diskursa s objektom reprezentacije. Ta povezanost proizlazi iz grupnog modela događaja. U strukture i forme propozicija i u njihove sintaktičke tvorbe (aktivne, pasivne, nominalizacije, vrste iskaza) upisane su ideološke strukture i interpretacije koje se eksplicitno ili implicitno nameću formalnom koherencijom diskursa.

Stil naracije (leksički i gramatički) u funkciji je ciljanog pridavanja posebnog (dodatnog) smisla i značenja iskazu. U tom smislu iz analize stila moguće je rekonstruirati latentna uvjerenja, mišljenja i stavove subjekata diskursa o objektima reprezentacije i o ukupnom komunikacijskom, odnosno društvenom ambijentu. Sintaksičkim varijacijama (aktivnim ili pasivnim konstrukcijama, denominacijama, implikacijama i sl.) naglašava se ili marginalizira uloga jednih ili drugih aktera.

Slični efekti se svakodnevno izazivaju upotrebom raznih lingvističkih „alata“ kao što su tranzitivnost u sintaksi, odabir leksičke strukture, modalitet govornih činova.

Pregled uobičajenog tumačenja efekata upotrebe (prenaglašene ili neuobičajene) pojedinih površinskih diskurzivnih struktura dali smo u sljedećoj tabeli.

Površinska struktura diskursa	Perceptivni efekti
Grafičke strukture • pozicija teksta (priče) ◦ bliže naslovnoj strani ◦ bliže zadnjim stranicama ◦ bliže vrhu stranice ◦ bliže dnu stranice • Isticanje naslova ◦ krupnim slovima ◦ sitnim slovima ◦ preko cijele stranice ◦ jedan-dva stupca • Ilustracije ◦ kolor ili crno-bijela fotografija • krupni plan • total ◦ preko jednog-dva-tri stupca ◦ arhivska / autentična ◦ statični / dinamični/ dramatični motiv ◦ grafikon / tabela • Usporeni pokreti • Krupni plan (isticanje detalja lica, ruku i sl.) • Zamrzavanje kadra • Ispisivanje dijelova iskaza	• Fokusriraju pozornost recipijenta na pojedine sektore stvarnosti • Sugeriraju relevantnost i aktuelnost teme • Naglašavaju relevantnost pojedinih aspekata događaja u skladu sa shematskim slikama • Sugeriraju / nameću podrživa tumačenja (modele događaja) • Odražavaju model konteksta
Fonetske strukture (karakteristike zvuka u audio porukama) • Intonacija • Artikulacija • Isticanje /eliminiranje ambijentalnih zvukova (iz pozadine), • Pauze u govoru • Ponavljanje dijelova iskaza	• Naglašavanje važnosti i relevantnosti informacija • Isticanje emocionalne dimenzije iskaza • Isticanje društvenog položaja komunikatora • Naglašavanje konteksta diskursa
Morfološko-leksičke strukture • Neuobičajeni oblici riječi / složenice • Neologizmi • Vrste riječi • Glagoli u aktivu /pasivu • upotreba zamjenica	• Naglašavanje uvjerenja /stava komunikatora, odnosno povlaštenog subjekta u diskursu • Naglašavanje preferiranog (ideološkog) modela događaja • Nametanje modela konteksta

	• Manipulacijom zamjenicama naglašavaju se i reproduciraju (konzerviraju) određeni društveni odnosi i struktura moći na kojoj se zasnivaju. U tom smislu posebnu funkcija ima upotreba para zamjenica Mi i Oni, kojima se naglašava i reprodukuje polarizacija unutar društva, odnosno angažiranje oko homogenizacije grupe.
Sintaktičke strukture • Vrste rečenica • Struktura rečenica • Formulacije u aktivu/pasivu	• Naglašavanje važnosti koju subjekti diskursa pridaju pojedinim elementima reprezentacije, odnosno predmetu reprezentacije. • Pasivnim formulacijama iskaza prikriva se odgovornost stvarnih krivaca za posljedice nekog događaja.
Žanrovske strukture • Vijest • Naslovna priča • Intervju • Komentar • Istraživanje javnosti • Analitički članak	• Polazeći od konvencionalnih očekivanja od žanrova (kulture vijesti i fičera) formatiranjem reprezentacije (priče) u konkretnu žanrovsku strukturu subjekt diskursa tumači i vrednuje empirijske činjenice koje su predmet diskursa.
Vrste govornih činova	• Izbor tipa govornog čina u smislu u kojem su govorne činove klasificirali John Sirl i Jirgen Habermas. Distribucija tipova govornih činova u diskursu, po sebi odražava vrstu dominantnog odnosa između sudionika u diskursu i u društvu.
Retoričke figure (tropi)	• U strateškoj upotrebi retoričke (stilske) figure pojačavaju značenje i smisao činjenica (događaja) koje im pripisuje subjekt diskursa iz ideološke perspektive shemtskih slika referentne grupe. Upotrebom metafora priča se usmjerava u određenom pravcu a teme predstavljaju na određeni način. Metafora pojačava određeni stav mada ga prividno maskira.

Površinske diskurzivne strukture, upotrijebljene na određeni način u stanju su konotirati na dodatna značenja, ali njihova je stvarna uloga da budu u funkciji legitimizacije, odnosno reprodukcije seksističkog, rasističkog, nacionalističkog, šovinističkog, snobovskog, elitističkog (bilo kog drugog isključujućeg) mentalnog modela stvarnosti, odnosno modela konteksta. To je aspekt za koji se prvenstveno interesira teorija diskursa pokušavajući, na osnovu mnoštva metodološki korektno napravljenih analiza diskursa otkriti bar okvirni ključ za dekodiranje pojedinih vrsta površinskih struktura diskursa.

Jedan takav pokušaj, koji smo sami načinili, prezentiramo u narednoj tabeli.

Površinska struktura	Oblik površinske strukture – izvedba	Ključ za čitanje dubinskih struktura
Sadržaj	Visoka frekventnost tema i objekata u diskursu sugeriraju da su naročito značajne u stvarnom životu. Eksplicitni iskazi koji jedne grupe (aktere) predstavljaju naglašeno pozitivnim a druge negativnim	Nametanje modela stvarnosti (ideologije, političke orijentacije)
Izvori	„Objekti” ili samo jedna strana – kontrola pristupa alternativnim izvorima informacija i mišljenja koja bi mogla biti osnova za osporavanje diskursa ili informacija kojima su izloženi	Mentalni model stvarnosti (ideologija) – Unisonost (utisak društvenog konsekvencusa) – Pluralnost – druga strana (imidž demokratske zajednice).
Argumentiranje	Dosljedno (formalno) podražavanje forme silogizama: zaključcima (stavovima, ocjenama) prethode premise (činjenice). Manipuliranje premisama i formalno-logičkim strukturama	Model konteksta

Implikacije	Navođenje recipijente da aktiviraju logičke procedure implicitnog zaključivanja koje je u korist prihvatanja argumentacije za sugerirano mišljenje.	Model konteksta
Spinovanje	Reorganizacija poretka činjenica	Nametanje mentalnog modela
Obavezivanje	Podsjećanje na obavezu prihvatanja i usvajanja sugeriranog mišljenja koja proistječe iz društvene uloge, odnosno situacije recipijenta	Nametanje modela konteksta
Retoričke kvantifikacije	Hiperbolička prenamaglašavanja pozitivnih, odnosno negativnih svojstava	Nametanje mentalnog modela
	Eufemistično poricanje, umanjivanje, marginaliziranje negativnih svojstava	Nametanje mentalnog modela
Leksika	Upotreba posebnih riječi (obojene riječi) na poseban način u funkciji pojačanja uvjerljivosti i opravdanosti prihvatanja mentalnog modela događaja – predmeta. Određene riječi u određenom poretku (sintaksa) i žanru diskursa imaju veći utjecaj na mišljenje ljudi nego druge. Upotreba zamjenica: ja, mi, vi, oni. Upotreba aktivnih odnosno pasivnih oblika glagola.	Nametanje mentalnog modela

Narativi	Epski zapleti, bipolarna podjela uloga (dobri i loši momci), epski raspleti (logični, zasluženi, pravični, moralni, željeni). Istina se ne može sakriti, pravda na kraju pobjeđuje, nije važno materijalno bogatstvo, nacija iznad svega, slušaj govor srca, ljubav prije svega ... Slikoviti prikazi glavnih (legitimizirajućih ili delegitimizirajućih) aspekata.	Nametanje mentalnog modela
Koherencija (ustaljenost)	Ustrajna ustaljenost u načinu prikazivanja tema, aktera, odnosa, uzročno-posljedičnih relacija implicira uređenost stvarnosti po određenim modelima koji se nameću kao obrasci razumijevanja konkretnih događaja – predmeta kao tipičnih predstavnika svoje vrste.	Nametanje modela konteksta
Svjedočenje	Naglašavanje kredibiliteta subjekta, odnosno prenosioca poruke. Uvođenje vjerodostojnih svjedoka, službenih lica, lidera javnog mišljenja, analitičara, naučnika i sl. Primaoci su skloni da prihvate vjerovanja, znanja i mišljenja (i ako nisu u skladu sa njihovim ličnim uvjerenjima i iskustvima) kroz diskurs od izvora koje vide kao autoritativne, pouzdane,	Nametanje modela konteksta

	ili vjerodostojne, kao što su naučnici, stručnjaci, profesionalci, ili pouzdani medija.	
Prezentacija	Manipuliranje metasign- lima: naglašavanje pozicio- niranjem teksta (na naslovnoj strani) velikim naslovima, velikim i dramatičnim ilustracijama, isticanje pozitivnih, odnosno negativnih vrijednosti u naslovu, odnosno naslovnom bloku, okviri žanr prezentacije.	Model konteksta u funkciji mentalnog modela događaja – predmeta
Kršenje pravila diskursa	Oslovljavanje Otimanje riječi; Davanje riječi; Omalovažavanje; Odsustvo očekivanih izraza uvažavanja – pristojnosti; Uzurpiranje uloge subjekta tematizacije.	Diskurzivna nadmoć

Kao što se može vidjeti, mi smo u grupu površinskih (mikro) struktura svrstali i strukturalna svojstva teksta, ubrojali i nešto suptilnije strukture kao što su: frekventnost teme, frekventnost načina prezentiranja određenih tema, pristrasnost prezentiranja, shematsku strukturu narativa.

Riječ je o tehnikama reprezentiranja koje su u manje-više neposrednoj funkciji nametanja mentalnih modela stvarnosti i modela konteksta, a time i reprodukcije grupne (ideološke) pozicije.

Zajedničko je svim ovim strukturama da su u funkciji nametanja jednih a potiskivanja ili marginalizacije drugih mentalnih modela događaja, iz čije perspektive bi publika trebala interpretirati ne samo diskurse već i samu stvarnost i praktično se prema njoj odnositi.

4. OGRANIČENJA KVALITATIVNIH ISTRAŽIVANJA DISKURSA

Ključno ograničenje metode kvalitativne analize sadržaja tiče se rizika pristrasnosti analitičara. Već sama generalna pretpostavka o funkcionalnoj spregnutosti upotrebe pojedinih lingvističkih sredstava, odnosno jezičkih oblika, sa parcijalnim, pragmatičnim ciljevima pozicioniranja u strukturi društvene moći (stabilizacija, odnosno podrivanje aktuelnih odnosa moći) nameće pitanje moguće pristrasne pozicije istraživača. Može se očekivati da i same analize rezultiraju tekstom koji bi mogao biti ne toliko u funkciji objektivne spoznaje koliko u funkciji stabilizacije ili dekonstrukcije odnosa moći. Taj problem je očigledan u slučaju kritičke analize diskursa za koju kritičari kažu da se kreće *tankom linijom između naučnog i političkog argumentiranja*.

Međutim, podložnost predrasudama analitičara (naročito u fazama konceptualizacije i kodiranja) i redukcija mogućnosti primjene standardnih zahtjeva kvantitativnih istraživanja kao što su valjanosti, pouzdanosti i objektivnosti, ne mogu biti razlogom za ignoriranje epistemoloških potencijala same metode.

Ovih su ograničenja svjesni i sami istraživači te poduzimaju različite aktivnosti da bi problem pristrasnosti sveli na najmanju moguću mjeru.

To uključuje:

- pažljivu sustavnu istraživačku autorefleksiju i zauzimanje naglašene distance naspram problema i materijala koji se istražuje;
- iscrpna teorijska istraživanja u funkciji operacionalne konceptualizacije (kreiranja kategorijalnog aparata);
- uvođenje kontrolnih koda;
- kompariranje dobijenih rezultata sa rezultatima prethodnih istraživanja u predmetnoj oblasti;
- opreznost pri izvođenju zaključaka i uopćavanjima;
- transparentnost toka analize,
- poduzimnje dodatnih istraživanja na proširenom uzorku u slučajevima kada se dobiju neočekivani rezultati i provjera da li analiza novih jedinica daje iste rezultate;
- dostupnost rezultata društvenim skupinama na koje se istraživanje odnosi;
- razdvajanje diskusije od prethodnih faza, ili bar osiguravanje alternativne (nezavisne) diskusije.

Najkraće kazano, analitičari moraju biti svjesni opasnosti pristrasnosti i posvećeni naučnim ciljevima.

LITERATURA

1. Alexander, V. D. (1994). The image of children in magazine advertisements from 1950 to 1990. *Communication Research*, 21 (6).
2. Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford: Oxford University Press.
3. Bales, R. (1970). *Personality and Interpersonal Behavior*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
4. Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. New York: Free Press.
5. Berger, A. A. (1998). *Media Research Tehniques*. London: SAGE Publications.
6. Bormann, E. (1972). Fantasy and Rhetorical Vision: the Rhetorical Criticism of Social Reality. *Quarterly Journal of Speech* 58.
7. Bormann, E. (1985). *The Force of Fantasy: Restoring the American Dream*. Carbondale, Illinois: Southern Illinois University Press.
8. Bormann, E., Bormann, N. (1972). *Speech Communication, A Basic Approach*. New York: Harper and Row.
9. Breton, F. (2000). *Izmanipulisana reč*. Beograd: Clio.
10. Click, J. W., Baird, R. (1979). *Magazine Editing and Production*, Dubuque, IA: William C. Brown.
11. Cohen, J. W. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd edn). Hillsdale, NY: Lawrence Erlbaum Associates.
12. Dijk, A. T. (1995). „Aims of Critical Discourse Analysis“, Japanese Discourse. <http://discourses.org/OldArticles/Principles%20of%20critical%20discourse%20analysis.pdf>
13. Dijk, A.T. (1984). *Prejudice in Discourse*. Amsterdam: Benjamins
14. Dijk, A.T. (2006) *Ideologija: multidisciplinarni pristup*. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.
15. Fairclough, N. (1985). Critical and Descriptive Goals in Discourse Analysis. *Journal of Pragmatics*, (9).
15. Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.
16. Fairclough, N. L., Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. In T. A. van Dijk (Ed.), *Discourse Studies. A multidisciplinary introduction*. Vol. 2. Discourse as social interaction. London: Sage.
17. Foucault, M. (1999). *Diskursens orden*, Oslo: Spartacus.

18. Gamson, W. A., Modigliani, A. (1987). The changing culture of affirmative action. In R. G.
19. Gee, J. P. (2004), *Situated language and learning a critique of traditional schooling*, New York and London: Routledge.
20. Gerbner, G., Gross, L., Jackson-Beeck, M., Jeffries-Fox, S., Signorielli, N. (1978). Cultural Indicators: violence profile No. 9. *Journal of Communication*, 28.
21. Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N. (1980) The „mainstreaming“ of America: violence profile No. 11. *Journal of Communication*, 30.
22. Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. New York: Harper and Row.
23. Golden, L. J., Berquist, F. G., Coleman, E. W. (1983). "Rhetoric as a Way of Knowing: Ernest Bormann and Fantasy Theme Analysis." *The Rhetoric of Western Thought*. Dubuque, Iowa: Kendall-Hunt.
24. Goldman, R., Papsen, S. (1994). Advertising in the age of hypersignification. *Theory, Culture and Society*, 11 (3).
25. Gramsci, A. (1971). *Prison notebooks*. New York: International Publishers.
26. Griffin, M., Hacket, R. and Zhao, Y. (1994). Challenging a master narrative: peace protest and the opinion /editorial discourse in the US press during the Gulf War. *Discourse and Society*, 5(4).
27. Gudman, N. (2014). *Načini stvaranja sveta*. Beograd: Mediteran Publishing.
28. Gunter, B. (1985). *Dimensions of Television Violence*. Aldershot, UK: Gower.
29. Habermas, J. (1988). *On the Logic of the Social Sciences*. Massachusetts: MIT Press Cambridge.
30. Habermas, J. (2002). *Postmetafizičko mišljenje*, Beograd: Beogradski krug.
31. Harris, S. Z. (1951). *Methods in structural linguistics*. Chicago: University of Chicago Press.
32. Haskins, J. B., Flynn, L. (1974) Effects of headline typeface variation on reader interest. *Journalism Quarterly*, 51(4).
33. Hymes, D. H. (1967). The anthropology of communication. In F.E. Dance (Ed.), *Human communication theory: Original essays*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
34. Hymes, D. H. (1972) „Models of the interaction of language and social life“, in J. J. Gumperz and D. Hymes (eds) *Directions in sociolinguistics: The ethnography of communication*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

35. Hymes, D. H. (1989) 'Ways of speaking', in R. Bauman and J. Sherzer (eds) *Explorations in the ethnography of speaking*. 2nd edn. Cambridge: Cambridge University Press. pp. 444.
36. Ivas, I. (1988). Ideologija u govoru. Zagreb: HFD.
37. Jakobson, R. (1968). Poetry of grammar and grammar of poetry. *Lingua*, 21.
38. Johnstone, B., Marcellino, W. (2010) Dell Hymes and the Ethnography of Communication. Carnegie Mellon University.
39. Kerlinger, F. N. (1986). Foundations of Behavioural Research (3rd edn). New York: Holt, Rinehart and Winston.
40. Kidd, V. Fantasy Theme, / http://www.csus.edu/indiv/k/kiddv/FTA_reading.html/
41. Koen, M., Neigel, E. (2006). Uvod u logiku i naučni metod. Beograd: Jasen.
42. Kovač, B., Rozenstil, T. (2006). Elementi novinarstva. Podgorica: CID i Institut za medije Crne Gore.
43. Krippendorff, K. (1980). Content Analysis: an Introduction to its Methodology. Beverly hills, CA: Sage.
44. Krippendorff, K. (1980). Content analysis: An introduction to its methodology. Beverly Hills, CA: Sage.
45. Kurtić, N. (2006). Kod novinarstva. Sarajevo: Media Plan Institut.
46. Kurtić, N. (2007). Konceptualizacija istraživanja vjerodostojnosti medija u: Malović, S. i sur. Vjerodostojnost novina. Zagreb: ICEJ.
47. Lamnek, S. (1995). Qualitative social research, vol. 2: Methods and techniques], 3rd edn. Weinheim: Beltz.
48. Lemke, J. Multimedia and Discourse Analysis, <https://edisciplinas.usp.br/mod/resource/view.php?id=42096>
49. Liebes, T. (1992). Decoding television news: the political discourse of Israel hawks and doves. *Theory and Society*, 21.
50. Lukas, S. (1974). Power: A Radical View. London: Macmillan.
51. Macan, I. (1996). Wittgensteinova teorija značenja. Zagreb: HFD.
52. Malović, S. i sur. (2007). Vjerodostojnost novina. Zagreb: ICEJ.
53. Marks, K., Engels, F. (1953). Rani Radovi. Zagreb: Kultura.
54. Mayring, P. (2000). Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken (7th edition, first edition 1983). Weinheim: Deutscher Studien Verlag. / <http://utsc.utoronto.ca/~kmacd/IDSC10/Readings/text%20analysis/CA.pdf>
55. McLaughlin, L. (1991). Discourse of prostitution/discourses of sexuality. *Critical Studies in Mass Communication*, 8.

56. Nojman, B. I. (2009). Značenje, materijalnost, moć: Uvod u analizu diskursa. Beograd: Centar za civilno-vojne odnose. Aleksandria Press.
57. Oevermann, U., Allert, T., Konau, E., & Krambeck, J. (1979). Die Methodologie einer "objektiven Hermeneutik" und ihre allgemeine forschungslogische Bedeutung in den Sozialwissenschaften [The methodology of an "objective hermeneutics" and its general role in terms of a research logic.
58. Pallant, J. (2011). SPSS: Priručnik za preživljavanje. Beograd: Mikro knjiga.
59. Parry-Giles, T. (1994). Ideological anxiety and the censored text: real lives – at the edge of the union. *Critical Studies in Mass Communication*, 11.
60. Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death*. New York: Penguin.
61. Stojak, R. (1990). Metoda analize sadržaja. Sarajevo: Institut za proučavanje nacionalnih odnosa.
62. Saussure, F. (1983). *Course in general linguistics* (trans. R. Harris). London: Duckworth. (Original work published 1916).
63. Schiffrin, D. (1994). *Approaches to Discourse*. Oxford: Blackwell
64. Searle, J. (1979). *Expression and Meaning*, Cambridge.
65. Shapiro, Michael (1981) *Language and Political Understanding: The Politics of Discursive Practices*, New Haven, CN: Yale University Press.
66. Shlajermaher, Fr. D. E. (1959). *Hermeneutik*, Hajdelberg.
67. Sosir, F. (1975). *Problemi opće lingvistike*. Beograd: Nolit.
68. Strauss, A. L. Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research*. Newbury Park, CA: Sage.
69. Škijan, D. (1988). *Sloboda i jezik*. Zagreb: Sol 7/88.
70. Tabachnick, B. G., Fidel, L. S. (2007). *Using multivariate statistics*. Boston: Pearson Education.
71. Termiz, Dž. (2009) *Metodologija društvenih nauka*. Grafit. Lukavac
72. Tracy, K. (1995). Action-implicative discourse analysis. *Journal of Language and Social Psychology*, 14.
73. Treadwell, D. (2010), *Introducing Communication Research: Paths of inquiry*. London, SAGE Publications
73. Walizer, M. H., Wienir, P. L. (1978). *Research Methods and Analysis: Searching for Relationships*. New York: Harper and Row.
74. Watzlawick, P., Beavin, H. J., Jackson, D. J. (2000). *Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien*. Bern: Huber.
75. Webe, H. and Laux, L. (1985). Der begriff „Stress“ in Publikumszeitschriften. *Ergebnisse einer Inhaltsanalyse. Publizistik*, 30(1).

76. Weber, M. (1947). *The Theory of Social and Economic Organization* (introduction and translation by Talcot Parsons), New York, Oxford University Press.
77. White, N.R. and White, P.B. (1982). Vietnamese refugees in Australia: press definitions of reality. *Media Asia*, 9(2).
78. Wimmer, R. D. and Dominick, J. R. (1994). *Mass Media Research: An Introduction* (4th edn). Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
79. Witmer, F. D. (2000). *Spining the Web*. New York: Longman.
80. Wodak, R., Meyer, M. (2009). *Methods for Critical Discourse Analysis*. London: Place of Publication, Publisher / www.miguelangelmartinez.net/.../2008_Wodak_Critical_Discourse_Analysis_Ch_01..../
81. Zahirović, S. (2005). *Multivarijaciona analiza: osnove teorije i primjene u marketinškim istraživanjima*. Tuzla: Infograf.

INDEX POJMOVA

- adresant*, 150,
adresant, 174-75
adresat, 150
AIDA metodologija, 190-91
algoritam analize diskursa, 184-85
alternativni diskurs, 185-86
analiza diskursa – cilj, 153, 155
analiza diskursa –
generalna hipoteza, 170-71, 175
analiza disidentskih diskursa, 175
analiza diskursa – istraživačko
pitajanje, 151- 170, 176
analiza diskursa – polazna
pretpostavka, 133, 135, 136
analiza fantasy tema, 162, 186- 90
analiza informacijske
vrijednosti iskaza, 192- 98
analiza sadržaja – funkcije, 22
analiza sadržaja – glavna područja, 19
analiza sadržaja – pogodujući faktori, 14
analiza sadržaja – pojam, 17, 18
analiza sadržaja – polazna
pretpostavka, 18
analiza sadržaja – povijest, 13, 14
analiza sadržaja – svojstva, 17, 18
analiza sadržaja – ciljevi, 14, 19
analiza uloga u diskursu, 188,
arhiv, 153
asertivni iskazi, 167
asocijativno kodiranje, 211
aspekt shematskih slika, 142
aspekt subjekta diskursa, 140
automatizacija analize sadržaja, 53-54

deduktivni metod konceptualizacije
analitičkih kategorija, 201-02
delegitimizacijski diskursi 205

diskurs – funkcije, 156 – 157
diskurs – pojam, 129, 138
diskurzivna moć, 157, 159, 178, 179, 206-07
diskurzivni obrasci, 158
dimenzioniranje uzorka, 35, 59, 210
diskurs događaja, 150
diskurzivna formacija, 153
diskurzivni događaj, 139
disonantni diskursi, 174
distinktivnost iskaza, 165
dizajniranje matrice za unos
podataka, 54-59
djelatni govorni čin, 194
dominantne reprezentacije subjekta, 141
dramski efekt, 187
društveni kontekst, 21
dvo faktorska analiza varijanse, 88-94

ekspresivi, 168

faktografska osnova, 170
faktografski iskazi, 169
fantasy teme, 161-62, 164, 187
feminističke studije, 180
formativna provjera, 202
framing, 157
frekvencija, 61, 63
funkcija ideološkog nadzora, 151- 157
funkcije diskursa u području
identiteta, 160-61

govorna zajednica, 134
granična očekivana frekvencija, 71-74

Hi-kvadrat test, 65-69

identitet, 160, 181

ideologija – pojam, 152-153
ideološke pretpostavke kodiranja
i dekodiranja, 148
implikatori, 146
induktivni metod konceptualizacije
analitičkih kategorija, 200-01
institucionalni kanali javnog diskursa, 183
intencionalni iskazi, 168
intencionalnost upotrebe jezika, 194
interpretativni iskazi, 169
interpretativno-kritička paradigma, 25
intertekstualnost diskursa, 159
intervalna skala, 42-43
ispravnost iskaza, 167
istraživačka hipoteza, 22, 25-27
istraživački problem, 20
istraživačko pitanje, 20, 21, 27, 60
istraživanje postojanja kontrole
diskurzivne akcije, 206
izdvajanje poduzoraka, 117-119

jednofaktorska analiza varijanse, 83-88
jezična kompetencija komunikatora, 195

kategoričke varijable, 46
kategorije, 207-09
kodiranje, 52-54, 211
kodni list, 46-52, 207-10
Koenov d. Eta kvadrat 82,-83
koherencija reprezentacije, 181
kompozitna drama, 162
komunikacijska kompetencija, 133
komunikacijska zajednica, 193
komunikološka perspektiva, 140
koncept moći, 158
konceptualizacija analitičkih
kategorija, 198-207
kontekst iskazivanja, 168
konteskt, 151, 170, 179, 222

konzumentska dimenzija diskursa, 179
korelacije, 94-102
korpus istraživanja, 34
kritički govorni čin, 194
kurtosis, 78
kvalitativna analiza sadržaja – definicija,
129
*kvalitativna analiza sadržaja – episte-
mološke pretpostavke*, 136
kvalitativna analiza sadržaja – opći model,
137-138
kvalitativna analiza sadržaja – povijest,
130-131
kvalitativna analiza sadržaja – predmet,
138, 144, 147
kvantitativnost, 17

legitimizacijski diskurs, 205, 223
leksička analiza, 225-26
Likertova skala, 45

mean, 76
medijana, 76
mentalni modeli događaja, 143
metoda kritičke analize diskursa, 176-81
metodološki hibridi, 15
mitološka osnova narativa, 147
misaona pretprodukcija diskursa, 203
mjerjenje ekstenzivnih kvaliteta, 41
mjerjenje intenzivnih kvaliteta, 40
mjerjenje, 40
model adekvatne komunikacije, 190
modeli uloga, 141
morfologija narativa, 147

načela semiotizacije, 146
narativ, 163
narativna struktura teksta, 147
narativne strategije uokvirivanja, 204

- nekoherentnost dikursa, 156
 neprekidne varijable, 47
 nezavisna varijabla, 61-62
 nominalne skale, 41-42
 nulta hipoteza, 66-68
- obaveze prema održavanju
 dikursa, 196
 obaveze prema socijalnim ulogama, 195
 objektivnost, 18
 oblikovna dimenzija pretprodukcije
 dikursa, 204
 obrasci uparivanja opozicija, 147
 odstupanje od uobičajene
 upotrebe jezika, 194
 Oevermanov postupak analize
 dikursa, 197
 ograničenja pri izboru jezičkih
 sredstava, 193
 operacionalizacija generalne
 hipoteze, 27, 171
 ordinalna skala, 43-44
 otklanjanje komunikacijskih
 zastoja, 190-91
- perceptivni okviri, 154
 personalni modeli stvarnosti, 173
 Pirsonov koeficijent linearne
 korelacije (r), 95-97, 101
 pitanja s mogućnošću višestrukih
 odgovora, 50, 102-117
 pitanje istinitosti, 193
 početno kodiranje, 211
 pojedinačne hipoteze, 31-33
 pokazatelji konstrukcije modela
 konteksta, 205
 politomne kategoričke varijable, 69-71
 posebne hipoteze, 30-33
 poststrukturalistička perspektiva, 140
- postulati grafičkog dizajna, 23
 površinske diskurzivne strukture, 225, 229
 pozicija identifikacije, 141
 pozicija protividentifikacije, 141
 pozicija dezidentifikacije, 141
 pozitivističko-funkcionalistička
 paradigma, 23-24
 predmet analize sadržaja, 33-35, 123
 predmet kritičke analize dikursa, 178
 pregmatična dimenzija pretprodukcije
 dikursa, 204
 prihvatljivost iskaza, 166
 pristrasnost analitičara, 233
 pristrasnost diskursa, 183
 proces kodiranja, 53, 123
 proces simboličke konvergencije, 164
 produkcijska dimenzija diskursa, 179
 profesionalno izvještavanje, 28
 propozicijska obilježja, 19
- racio skala, 42
 rangiranje, 44
 razumljivost iskaza, 165
 referent – referencijalno ishodište
 iskaza, 149
 regulativi, 168
 rekonstruiranje tipične slike o
 društvenim grupama, 185
 retorička vizija, 189
 retorička zajednica, 163
 ritualni govorni čin, 194
- sadržaj iskaza, 148
 scenarij – linija fabule, 188
 selektivno kodiranje, 212
 semantička entropija, 145
 semiotički i semantički kontekst, 194 – 95
 semioza, 21
 shema kodiranja, 36-40

- shematske slike*, 182
- simboli*, 170
- simbolička konvergencija*, 188
- simbolička konvergencija*, 163
- simbolička zajednica*, 164
- sintaktička svojstva sadržaja*, 19
- skewness*, 77
- socijalni kontekst komunikacije*, 192
- sociolingvistika*, 132
- sociološka i psiholingvistička perspektiva*, 140
- solidarni govorni čin*, 194
- SPEAKING analize*, 191- 92
- Spirmanov koeficijent(ro)*, 95, 97-98
- srednje vrijednosti*, 75
- standardna devijacija*, 77
- stavovi*, 182
- stereotipna reprezentacija*, 185
- stil naracije*, 226
- struktura i formati poruka*, 147
- struktura informacije*, 169
- strukturiranost simboličkih sistema*, 193
- strukturni odnosi u tekstovima*, 147
- subverzivnost analize diskursa*, 155
- sustavnost*, 18
- svojstva komunikacijskog sadržaja*, 29
- svojstva referiranja*, 19
- tabui*, 195-96
- taktičko prikrivanje ideološke pozicije*, 156
- tekst*, 173, 183
- tematska obilježja*, 20
- tematski aspekt*, 148, 215
- teorija diskursa*, 133, 175
- testiranje statističke nezavisnosti kategoričkih varijabli*, 65-69
- T-test nezavisnih uzoraka*, 78-83
- Turstonova skala*, 45
- uočavanje modela konteksta*, 214, 218-21
- uočavanje obrazaca*
- interpretacije*, 213, 215
- upotreba znakova*, 145
- utjecaj masovnih medija*, 184
- varijable intenzivnih svojstava*, 49
- zajednička retorička vizija*, 164
- zavisna varijabla*, 63

INDEX IMENA

Austin, J. L., 132

Baird, R., 23

Bales, R., 162

Berelson, B., 17

Berger, A. A., 17, 121

Borman, E., 162, 189

Click, J.W., 23

Dijk, A. T., 138, 139, 152, 200, 214, 222, 225

Dominick, J.R., 14

Fairclough, N.L., 138, 152

Foucault, N. L., 139, 142, 153, 178, 179

Gamson, W. A., 143

Gee, J. P., 138

Goffman, E., 143

Habermas, J., 167, 177, 178

Horkheimer, M., 179

Hymes, D. H., 132, 133, 134, 191

Kerlinger, F.N., 17

Kidd, V., 186

Kohen, M., 96

Kovač, B. 24

Krippendorf, K., 19

Kurtić, N., 24

Lakan, J., 193

Lemke, J., 138

Max Weber, 13

Marx, K., 177

Merten, K., 121

Mayring, P., 201, 202

Meyer, R., 152, 177

Modigliani, A., 143

Mof, 76

Neuman, B. I., 139, 144

Oevermann, U., 197

Rozenstil, T. 24

Saussure, F., 132

Schiffrin, D., 139

Searle, J., 167

Tracy, K., 190

Treadwell, D., 53

Watzlawick, P., 214

Wimmer, R. D., 14

Wodak, R., 138, 152, 177, 179

IKD UNIVERSITY PRESS – izdanja Magistrat
 71000 Sarajevo, Danijela Ozme 2
 tel: (++ 387 33) 55 06 75; 55 06 76; fax: 55 06 77
 e-mail: magistra@bih.net.ba
 unipress@bih.net.ba
 universitypress@bih.net.ba

Do sada objavljeno:

EDITIO IURISTICA

- Muhić Fuad: TEORIJA DRŽAVE I PRAVA – III izd.
 Festić Raifa: STARI KODEKSI
 Buerghenthal Thomas: MEĐUNARODNA LJUDSKA PRAVA U SAŽETOM OBLIKU
 Folsom H. Ralph, Gordon W. Michael, Spanogle A. John: MEĐUNARODNI TRGOVAČKI
 POSLOVI U SAŽETOM OBLIKU
 Ibrahimagić Omer: POLITIČKI SISTEM BOSNE I HERCEGOVINE – knj. 1.
 Muhić Fuad: TEORIJA DRŽAVE I PRAVA – IV izdanje
 Dedić Sead: OSNOVI SOCIJALNOG PRAVA
 Stanojević Obrad: RIMSKO PRAVO – bh. izdanje
 Šemić Hilmija: TRGOVAČKO PRAVO – knj. 1.
 Traljić Nerimana, Bubić Suzana: PORODIČNO PRAVO – II izdanje
 Dedić Sead: UPRAVNO PRAVO BOSNE I HERCEGOVINE
 Sadiković Čazim: EVROPSKO PRAVO LJUDSKIH PRAVA
 Šemić Hilmija: TRGOVAČKO PRAVO – TRGOVAČKO UGOVORNO PRAVO – knj. 2.
 Imamović Mustafa: HISTORIJA DRŽAVE I PRAVA BOSNE I HERCEGOVINE – II izd.
 Dedić Sead: UPRAVNO PROCESNO PRAVO
 Mišić Nevenko: OSNOVI PRAVA EVROPSKE UNIJE
 Bakšić-Muftić Jasna: SISTEM LJUDSKIH PRAVA
 Ibrahimagić Omer, Kurtćehajić Suad: POLITIČKI SISTEM BOSNE I HERCEGOVINE – Knj. 2.
 Šemić Hilmija, Dedić Sead: UPRAVLJENJE I RUKOVOĐENJE TRGOVAČKIM
 SUBJEKTIMA U FBiH
 Sadiković Čazim: EVROPSKO PRAVO LJUDSKIH PRAVA – II izd.
 Imamović Mustafa: HISTORIJA DRŽAVE I PRAVA BOSNE I HERCEGOVINE – III izd.
 Tomić Zvonimir: KRIVIČNO PRAVO – Posebni dio
 Dedić Sead: SOCIJALNO PRAVO – II nov. izd.
 Dedić Sead, Gradašćević-Sijerčić Jasminka: RADNO PRAVO
 Šemić Hilmija: MEĐUNARODNO TRGOVAČKO PRAVO – knj. 1
 Kamarić Mustafa, Festić Ibrahim: UPRAVNO PRAVO – Opšti dio, 3. izm. izd.
 Dautbašić Ismet: FINANSIJE I FINANSIJSKO PRAVO – VII izd.
 Čaušević Dženana: PRAVNO-POLITIČKI RAZVITAK BOSNE I HERCEGOVINE
 – dokumenti sa koment.
 Šemić Hilmija: MEĐUNARODNO TRGOVAČKO UGOVORNO PRAVO – Knj. 2.

- Imamović Mustafa: BOSNIA AND HERZEGOVINA: EVOLUTION OF ITS POLITICAL AND LEGAL INSTITUTIONS
- Marković M. Slobodan: PRAVO INTELEKTUALNE SVOJINE
- Marković Goran: BOSANSKOHERCEGOVAČKI FEDERALIZAM
- Imamović Mustafa: HISTORIJA DRŽAVE I PRAVA BOSNE I HERCEGOVINE – IV izd.
- Pranjić Stjepo: KOLEKTIVNI UGOVORI
- Šantić Ahmet: IZBORNO PRAVO: ISKUSTVA BOSNE I HERCEGOVINE I EVROPSKIH DRŽAVA
- Marković M. Slobodan, Popović V. Dušan: PRAVO INTELEKTUALNE SVOJINE
- Kotlo Rebeka: PRAVO NA UDRUŽIVANJE, POLITIČKE PARTIJE I NEVLADINE ORGANIZACIJE U SAVREMENOM PRAVNO-POLITIČKOM SISTEMU, UPOREDNOM I MEĐUNARODNOM PRAVU
- Aličić Samir: IMOVINSKA ŠTETA U RIMSKOM KLASIČNOM PRAVU: OSNOVE KONCEPTA ŠTETE U SAVREMENOM PRAVU
- Benjamina Londrc: PRAVNI POLOŽAJ JEVREJSKE ZAJEDNICE U BiH OD 1918. DO 1945. GODINE – II izm. i dop. izdanje

EDITIO CIVITAS

- Tomić M. Ivo: NERASKIDIVI BOSANSKI NODUS
- Magezić Joy: ŽENSKE STUDIJE
- Zgodić Esad: KA KRITICI FUNDAMENTALIZMA
- Osmančević Enes: INTERNET, TRADICIONALNA I VIRTUALNA JAVNOST
- Repovac Hidajet: SOCIOLOGIJA SIMBOLIČKE KULTURE
- Miković Milanka: MALOLJETNIČKA DELINKVENCIJA I SOCIJALNI RAD
- Bakaršić Kemal: FRAGMENTI KULTURNE HISTORIJE BOSNE I HERCEGOVINE
- Miković Milanka: OSNOVE SOCIJALNE POLITIKE
- Cvitković Ivan, Abazović Dino (uredili): RELIGIJA I EUROPSKE INTEGRACIJE
- Džajić R. Amira: IZBORNI MARKETING: ISKUSTVA POLITIČKIH STRANAKA U BOSNI I HERCEGOVINI OD 1997. DO 2002.
- Abazović Dino: "ZA NACIJU I BOGA": SOCIOLOŠKO ODREĐENJE RELIGIJSKOG NACIONALIZMA
- Tauber Eli: ILUSTROVANI LEKSIKON JUDAIZMA: ISTORIJA, RELIGIJA I OBIČAJI
- Konstantinović Radomir: FILOSOFIJA PALANKE, 1. sarajevsko izdanje
- Babić Mile: HEGELOVA FILOZOFIJA PRAVA
- Konstantinović Radomir: NA MARGINI
- Markovina Dragan: IZMEĐU CRVENOG I CRNOG : SPLIT I MOSTAR U KULTURI SJEĆANJA
- Burić Ahmed: OD IVANA DO AZIZE
- Filipović Vladimir: ISPOD PLAVIH ŠLJEMOVA
- Kurtić Najil: ODNOSI S JAVNOSTIMA
- Konstantinović Radomir: DUH UMETNOSTI
- Đurić Bosnić Aleksandra: KULTURA NACIJE: IZMEĐU KRVI I TLA
- Markovina Dragan: POVIJEST PORAZENIH

Zbornik radova [Aleksandra Đurić Bosnić (ur.)]: O DUHU OTVORENOSTI: DIMENZIJE
MISAONOG NASLEĐA RADOMIRA KONSTANTINOVIĆA

Zuska Vlastimil: ESTETIKA: UVOD U SADAŠNJOST TRADICIONALNE DISCIPLINE

Babić Mile: TEMELJNA PITANJA SUVREMENE FILOZOFIJE

Kurtić Najil: KVANTITATIVNA I KVALITATIVNA ANALIZA SADRŽAJA

EDITIO ECONOMICA

Rostowski Jacek: REFORMA BANKARSTVA U CENTRALNOJ EVROPI I U BIVŠEM
SOVJETSKOM SAVEZU

Doernberg L. Richard: MEĐUNARODNO OPOREZIVANJE U SAŽETOM OBLIKU

Pita Sanjin, Jašarević Haris, Milišić Tatjana, Ruvić Sanjin (priređili): ZBIRKA SPORAZUMA

O IZBJEGAVANJU DVOSTRUKOG OPOREZIVANJA SA PRIMJENOM U BiH

Hadžiahmetović Azra: EKONOMIJA EVROPSKE UNIJE

EDICIJA POSEBNIH IZDANJA

Ibrahimagić Omer: SRPSKO OSPORAVANJE BOSNE I BOŠNJAKA

SERB DENIAL OF BOSNIA AND BOSNIACS

Balić Hasan: BOSANSKA KATAKLIZMA – STUDIJA SLUČAJA FOČA

Tochman Wojciech: KAO DA JEDEŠ KAMEN

Rožajac-Zulčić Mirela, Teronić Ivana (priređile): GRAĐA ZA BIBLIOGRAFIJU

MUSTAFA IMAMOVIĆA

Zbornik radova: MUSTAFA IMAMOVIĆ 45 GODINA NAUČNOG I PUBLICISTIČKOG RADA

Dukić Zlatko: LIJEVI MANGUPI I DESNI VARVARI – HRONIKA (RAS)PADA I DRUGIH JADA

Hurem Rasim: BOSNA I HERCEGOVINA U DRUGOM SVJETSKOM RATU 1914–1945.

EDITIO MEMORIA IURIS

Tomić Zvonimir: NIRNBERŠKA PRESUDA

Durmišević Enes: USPOSTAVA I PRAVNI POLOŽAJ RIJASETA ISLAMSKJE ZAJEDNICE U BOSNI I
HERCEGOVINI 1882–1899.

Imamović Mustafa: PRAVNI POLOŽAJ I UNUTRAŠNJO-POLITIČKI RAZVITAK BOSNE I

HERCEGOVINE OD 1878. DO 1914. – 3. izdanje

EDITIO VADEMECUM IURIS

Dedić Sead, Gradašćević-Sijerčić Jasminka: MEĐUNARODNI RADNI STANDARDI

U RADNOM ZAKONODAVSTVU BIH

Šemić Hilmija (prir.): IZVORI TRGOVAČKOG PRAVA U FEDERACIJI BOSNE I HERCEGOVINE
– PRAKTIKUM

Omanović Sanjin: DRAFT NOVOG ZAKONA O PARNIČNOM POSTUPKU FEDERACIJE BiH S
KOMENTAROM / COMMENTARIES TO THE DRAFT CIVIL PROCEDURE CODE OF THE
FEDERATION OF B&H

Lepušina Milenko, Senjak Kata: Zbirka PROPISA O NOTARIMA SA STRUČNIM OBJAŠNJENJIMA

Dautbašić Bakir: VODIČ KROZ PROPISE O DRŽAVLJANSTVU BiH

EDICIJA NJEMAČKO PRAVO

ZAKON O KRIVIČNOM POSTUPKU SAVEZNE REPUBLIKE NJEMAČKE (StPO)

Limbach Jutta: SAVEZNI USTAVNI SUD NJEMAČKE

Vorländer Hans: USTAV. IDEJA I HISTORIJA

EDITIO SECURITAS

Masleša Ramo: TEORIJE I SISTEMI SIGURNOSTI

Šaković Asim: EKONOMSKA KRIMINALISTIKA

EDITIO DISERTATIO

Vukadin Dragan: INDIVIDUALNA I KOLEKTIVNA LJUDSKA PRAVA

Sadiković Lada: VANREDNO STANJE I LJUDSKA PRAVA

Bandović Sanjin: INSTITUCIJE KAO DIO SISTEMA JUSTINIJANOVE KODIFIKACIJE

Hamidić S. Mirsad: ODUZIMANJE IMOVINSKE KORISTI PRIBAVLJENE KRIVIČNIM
DJELOM U BiH

EDITIO MEDICA

Kurtović-Alajbegović Azra, Alajbegović Salem, Kapidžić-Duraković Suada,

Mehmedika-Suljić Enra: MULTIPLA SKLEROZA

Alajbegović Azra, Denišlić Miro (ur.): MULTIPLA SKLEROZA

Alajbegović Azra, Suljić Enra, Đelilović-Vranić Jasminka, Alajbegović Salem:

KLINIČKA NEUROLOGIJA: UDŽBENIK ZA STUDENTE STOMATOLOGIJE

Resić Halima, Mešić Enisa, Kukavica Nihad, Alečković Mirna: KLINIČKI ASPEKTI
HEMODIJALIZE

EDITIO POLITIKON

Moeckli Silvano: POLITIČKI SISTEM ŠVAJCARSKÉ

Banović Damir/Gavrić Saša (priredili): DRŽAVA, POLITIKA I DRUŠTVO U BOSNI I HERCEGOVINI

– ANALIZA POSTDEJTONSKOG POLITIČKOG SISTEMA (Zbornik radova)

Pelinka Anton/Rosenberger Sieglinde: AUSTRIJSKA POLITIKA: OSNOVE, STRUKTURE,
TRENDovi

Pejanović Mirko: DRŽAVA BOSNA I HERCEGOVINA I DEMOKRATIJA

Boban Davor/Cipek Tihomir: POLITIČKI SUSTAV RUSIJE

EDICIJA MUSTAFA IMAMOVIĆ BIRA ZA VAS

Imamović Mustafa: KNJIGE I ZBIVANJA

Branković Jasmin: MOSTAR 1833-1918. – UPRAVNI I POLITIČKI POLOŽAJ GRADA

Schulze Hagen: KRATKA NJEMAČKA POVIJEST

Donia J. Robert: IZ SKUPŠTINE REPUBLIKE SRPSKE 1991-1996.

FROM THE REPUBLIKA SRPSKA ASSEMBLY 1991-1996

Imamović Mustafa: KNJIGA PAMĆENJA

Zbornik radova [urednici Velagić Adnan, Krhan Asim] BOSANSKOHERCEGOVAČKI GRADOVI U PROCESU POLITIČKE MODERNIZACIJE (1850-1950)

Zbornik radova [urednici Drino Dževad, Krhan Asim] ULOGA GRADA I REGIJE U PRIVREDNOM RAZVOJU I POLITIČKOM ŽIVOTU BOSNE I HERCEGOVINE (1851-1995)

Donia J. Robert: RADOVAN KARADŽIĆ : UZROCI, POSTANAK I USPON GENOCIDA U BOSNI I HERCEGOVINI

Armakolas Ioannis: POLITIKA I DRUŠTVO U TUZLI OD 1992. DO 1995. GODINE: POLITIČKO NATJECANJE I GRAĐANSKA ALTERNATIVA

Teronić Oruč Ivana (prir.): PORTRET SPISATELJA – SAVREMENA KRITIKA O DJELU MUSTAFE IMAMOVIĆA

EDITIO STYLOS

Tataragić Elma: STIL FILMSKOG SCENARIJA

Katnić-Bakaršić Marina: STILISTIKA DRAMSKOG DISKURSA

Dizdar Srebren: OBLICI I UMIJEĆA AKADEMSKOG PISANJA

Murtić, Edina: UMJETNOST PRIPOVIJEDANJA BRANKA ČOPIĆA

EDITIO PRAXIS

Fejzić Emir: POJAVA I RAZVOJ ŽELJEZNICE I ŽELJEZNIČKIH PUTNIČKIH TERMINALA

Fejzić Emir: SUVREMENI ŽELJEZNIČKI PUTNIČKI TERMINALI

Fejzić Emir: FUNKCIONIRANJE I PRORAČUN ŽELJEZNIČKIH PUTNIČKIH TERMINALA

Zildžo Hamid, Gačanović Rasim: NUMERIČKO MODELIRANJE OSNOVANO NA TEORIJI ELEKTROMAGNETSKIH POLJA

U saradnji sa:

Pravnim centrom Fonda otvoreno društvo BiH

Hartley T. C.: OSNOVI PRAVA EVROPSKE ZAJEDNICE – USTAVNO I UPRAVNO PRAVO

Udruženjem izbornih zvaničnika u BiH

Arnautović Suad (prir.): LOKALNI IZBORI 2004. – NAUČENE LEKCIJE

Centrom za Srednjoistočnu Evropu i Balkan

Grupa autora: PRAVDA NA TLU EVROPE – Zakonski principi u proširenoj Evropi

Izdanja Antibarbarus Zagreb, Sa(n)jam knjige u Istri, Pula

Karpatský Dušan: EPISTOLAR

Knjižara OPENBOOK, Franje Račkog 1 (Filozofski fakultet)

tel/fax: (++ 387 33) 22 62 76

e-mail: openbook@bih.net.ba

EDITIO CIVITAS
Knjiga dvadesetšesta

Najil Kurtić
**KVANTITATIVNA I KVALITATIVNA
ANALIZA SADRŽAJA**

Izdavač:
IKD UNIVERSITY PRESS – Magistrat izdanja Sarajevo

Lektor:
Dr.sc. Refik Bulić

Korektor:
MA Amela Delić

DTP:
Rešad Grbović

Design korice:
Aida Redžović

Štampa:
„Off-set“ d.o.o. Tuzla

Tiraž:
300 primjeraka

Sarajevo, novembra/studenog 2017. godine

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 interpretiranjima 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

