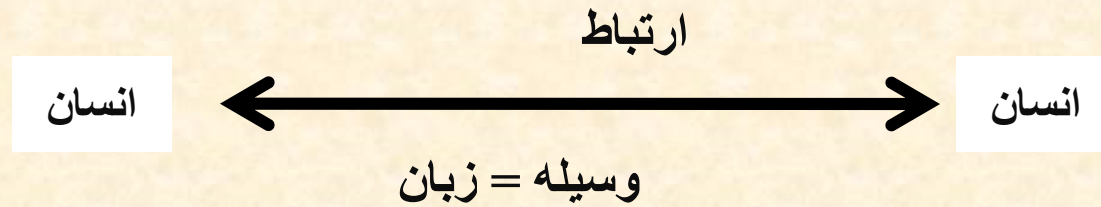


تحليل محتوا ۱

مدرس: معصومه داوری

ارزشیابی

از مباحث و مطالب هر دو پاورپونت و فصل اول کتاب در اولین جلسه
ی تشکیک کلاس امتحان گرفته خواهد شد



۱- مقدمه:

بسیاری از افراد مدعی هستند که از گفته های فلان شخص خصوصیات فردی واجتماعی او را به دست آورده اند مثلاً دانشجو معتقد است که از صحبت های فلان استاد به گرایش های سیاسی او پی برده است. این دانشجو با چه ضوابطی قابل اعتمادی می تواند دیگران را نسبت به برداشت خود متقاعد کند؟

۱- مقدمه:

خصوصیات فردی و اجتماعی شخص شونده یا خواننده (دریافت کننده پیام (Recipient) معمولاً بر روی ادراک او از گفته یا نوشته یا هر نوع پیام یا محتواهای تبادل نظرات تاثیر می گذارد. لذا نمی توان به سادگی بطورین ذهنی به استنباطها و تحلیلهای افراد از صحبتها و نوشته ها و دیگر محتواها اعتماد نمود.

پس باید به دنبال ضوابط و روشی گشت که از طریق آن بتوان به طور قابل اعتماد محتواها را تحلیل نمود. از همین جا می توان تعریف تکنیک محتوا را بدست آورد.

۱- مقدمه: (ادامه)

منظور از این روش آن است که بتوان براساس آن، خصوصیات زبانی یک متن گفته یا نوشته شده را به طور واقع بینانه یا عینی و بطور سیستماتیک شناخت و از آنها نیز استنتاج هایی درباره مسایل غیرزبانی یعنی درباره خصوصیات فردی و اجتماعی گوینده یا نویسنده و نظرات و گرایش های وی نمود

۲- تعاریف و مفاهیم تحلیل محتوا:

از تحلیل محتوا تعاریف گوناگونی به عمل آمده که بخشی از اختلاف به تاریخچه این تکنیک و روند تکاملی آن بر می گردد و بخشی دیگر از آن مربوط به تفاوت در حوزه گسترده این تکنیک است.

➤ تحلیل محتوا از تکنیک‌های مربوط به روش اسنادی در پژوهش علوم اجتماعی می‌باشد. روش اسنادی به کلیه متدهایی گفته می‌شود که در آن‌ها هدف پژوهش با مطالعه، تحلیل و بررسی اسناد و متون برآورده می‌شود.

➤ چنانچه از نام تحلیل محتوا پیداست، این تکنیک به تحلیل و آنالیز محتوا می‌پردازد و می‌کوشد با استفاده از تحلیل داده‌هایی را در مورد متن استخراج کند. با این حال آنچه تحت نام تحلیل محتوا نامیده شده است، گونه خاصی از تحلیل است که با شیوه‌های دیگری که می‌کوشند یافته‌هایی را از متن استخراج کنند، تفاوت دارد

۲- تعاریف: (ادامه)

- محققان به تحلیل محتوا به منزله روشی انعطاف پذیر برای تحلیل اطلاعات توجهی ویژه دارند. تحلیل محتوا بیانگر رویکردهای تحلیل گوناگون است و از رویکردهای برداشت گرایانه **حدسی و تفسیری** تا **رویکردهای نظام مند** و دقیق را دربرمی گیرد.

- هر محقق با توجه به نوع مطالعه و با توجه به علاقه خود می تواند نوع ویژه ای از تحلیل محتوا را برگزیند. اگرچه انعطاف پذیری تحلیل محتوا برای انواع گوناگون تحقیق سودمند است ولی **فقدان تعریف و رویه قطعی** می تواند محدودیت جدی در کاربرد این روش تحقیق پدید آورد.

۲- تعاریف (ادامه):

یکی از تعاریف اولیه و رایج تحلیل محتوا از برلسون است به اعتقاد او در تحلیل محتوا، ویژگیهای ظاهری یک پیام (متن، مکالمه و...) را به شکل عینی (مستقل از برداشت شخصی محقق) و نظام مند (برطبق قواعد معین و کمی براساس شاخه های آماری) توصیف می کنند .

از نظر گروهی از محققان، صرف محتوای ظاهری پیام چندان ارزشمند نیست و یک پژوهشگر باید استنباط و قضاوت خود را نیز به کار ببرد.

۲- تعاریف (ادامه):

➤ **کریپندورف** تحلیل محتوا را تکنیکی پژوهشی معرفی می کند که به منظور استنباط تکرارپذیر و معتبر از داده ها در مورد متن آنها بکار می رود (کریپندورف، ۱۳۷۸). او هدف این تحلیل را همانند سایر تکنیک های پژوهشی فراهم آوردن شناخت، بینشی نو، تصویر واقعیت و راهنمای عمل می داند.

➤ **لورنس باردن** نیز به نقل از لاندری می نویسد:

➤ «تحلیل محتوا فنی است که توصیف های ذهنی و تخمینی را تلطیف و تصفیه می کند و ماهیت و قدرت نسبی محرک هایی را که به شخص داده می شود، به صورت عینی آشکار می سازد (باردن، ۱۳۷۴)

➤ **دانیل رایف** تحلیل محتوا را بطور خلاصه چنین تعریف می کند:

➤ «قراردادن قاعده و محتوای ارتباطات در طبقات (مقوله های) خاص براساس قواعد، و تحلیل روابط بین آن مقوله ها با استفاه از آزمون های آماری» (رایف، ۱۳۸۱، ۴).

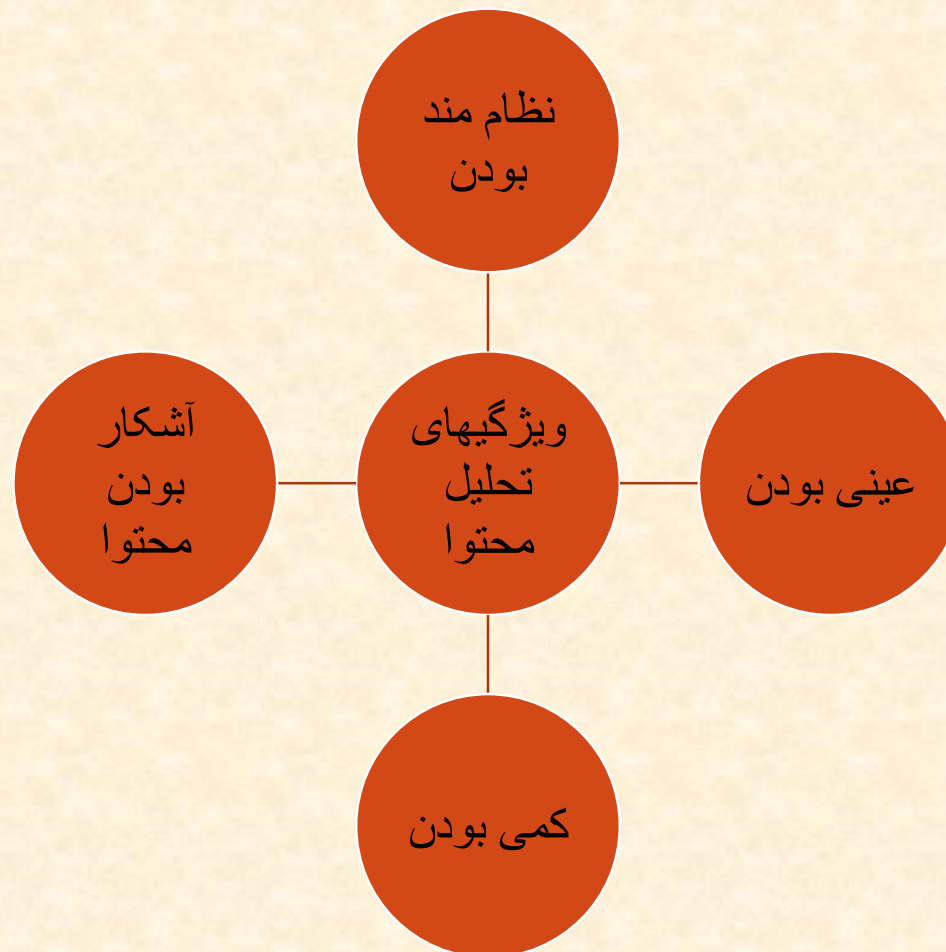
۲- تعاریف: تعریف جامع تحلیل محتوا

تحلیل محتوای کمی، آزمون نظام مند (سیستماتیک) و تکرارپذیر نمادهای ارتباطی است که طی آن، ارزش های عددی بر اساس قوانین معتبر اندازه گیری، به متن نسبت داده می شود و سپس با استفاده از روش های آماری، روابط بین ارزشها تحلیل می شود. این عمل به منظور توصیف محتوای ارتباطات / استخراج نتیجه درباره معنی آن یا پی بردن به بافت و زمینه ارتباط، هم در مرحله تولید و هم در مرحله مصرف صورت می گیرد.

”دانیل رایف / استفن

لیسی / فریدریک جی. فیکو“

۳- اصطلاحات کلیدی تعریف تحلیل محتوا



۳-۱- نظام مند یا سیستماتیک بودن

منظور از نظام مند یا سیستماتیک بودن در تحلیل محتوا این است که :

۱- روش کار و نحوه جمع آوری داده ها برای تمام بخش های تحقیق به صورت منظم و یکسان صورت گیرد. بدین ترتیب انتخاب موارد یک شیوه مشخص دارد و خودسرانه نیست.

۲- مقوله ها به صورتی انتخاب شوند که تمام محتوای مربوط به موضوع مورد تحلیل را دربرگیرند.

۳- داده های تحقیق طوری جمع آوری شوند که سؤال ها و فرضیه های تحقیق را پاسخ گویند و به آنها مربوط باشند.

۳-۲- تکرارپذیری یا عینی بودن

➤ اگر تحلیل محتوا به عنوان یک روش علمی مطرح است، باید عینی باشد. اصل **عینیت (objectivity)** را باید در مقابل اصل **ذهنیت (subjectivity)** در نظر داشت. معنی عینیت این است که مقوله های تحقیق باید طوری تعریف شوند که اگر پژوهشگر دیگری همان محتوا را با همان تعاریف مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد به نتیجه یکسان برسد. اگر تحلیل محتوا بر پایه های ذهنی استوار باشد، هر فردی می تواند تحلیل و تفسیر خود را از بررسی پیام های مورد نظر ارائه دهد. محاسبه **ضریب قابلیت اعتماد یا پایایی** تحقیق به همین منظور صورت می گیرد.

➤ **تکرارپذیری و عینی بودن دو ویژگی مهم علم به حساب می آید.** به نظر دومینیک و ویمر خصلت ها، تعصب های فردی، دیدگاه ها و باورهای خاص یک محقق نباید بر روش و یافته های تحقیق او تاثیر بگذارد.

۳-۳- کمی بودن

منظور از کمیت: ثبت مقادیر عددی یا فراوانیهای مقوله ها و زیرمقوله های تحقیق است. در تحلیل محتوا "واحد تحلیل" باید قابل اندازه گیری یا شمارش باشد. بسیاری از مفاهیم مورد نظر در تحلیل محتوا، کیفی است. توانایی پژوهشگر در تبدیل متغیرهای کیفی به کمی، یکی از مهمترین و مشکل ترین مراحل تحلیل محتواست.

عده ای معتقدند، تحلیل محتوای کمی معمولاً ساده و پیش پا افتاده است و تنها به مطالب سطحی توجه دارد و به عمق موضوع مورد بررسی نمی پردازد. در حالی که طرفداران کمیت، اظهار می دارند، بدون در نظر گرفتن اصل کمیت، نمی توان به یافته های تحقیق اعتماد کرد. همان طور که اشاره شد، توانایی پژوهشگر در تبدیل "مفاهیم کیفی" به "مفاهیم کمی" که قابل مشاهده، شمارش و اندازه گیری باشند، می تواند تحلیل محتوا را به یک روش کارا و مناسب برای تحلیل پیام های ارتباطی تبدیل سازد.

۳-۴- محتوای آشکار

به طور کلی، آنچه در تحلیل محتوا مورد بررسی و تحلیل قرار می گیرد، **محتوای آشکار** پیام در برابر **محتوای نهان** است. به عبارت دیگر، پژوهشگر نباید براساس استنباط های شخصی خود به حدس و گمان برای تحلیل پیام ها بپردازد. جنبه های مخفی و نهان پیام نمی تواند مورد تجزیه و تحلیل عینی قرار گیرد. بررسی **محتوای نهان** پیام، معمولاً به اصل عینیت و پیاپی تحقیق لطمه می زند و نهایتاً نمی توان به یافته های تحقیق اعتماد کرد.

مفهوم محتوای آشکار نیز مورد انتقاد برخی از پژوهشگران قرار گرفته است. طرفداران بررسی های محتوای نهان به اصل عینیت عنایت ندارند و با تحلیل های ذهنی خود از پیام های نهان که ممکن است به دلیل محدودیت های آزادی بیان در برخی از کشورها وجود داشته باشد واکثر مخاطبان نیز توانایی درک آنها را نداشته باشند به پژوهشهای علمی لطمه می زنند.

۳-۴- تفاوت محتوای آشکار و نهان

- طرفداران تحلیل محتوای آشکار فرض را بر این می گذارند که درمورد پیام "آن چه می بینید، همان است که می فهمید" یعنی معنی پیام در ظاهر پیام است. درحالی که محتوای نهان یا پنهان "خواندن بین سطور" است. به عبارت دیگر محتوای آشکار دربرگیرنده معنی صریح است، معنایی که بیشتر مردم برای نمادهای مفروض به کار می برند. این که می گویند تحلیل محتوای آشکار نامناسب و ناکارآمد است، حرف عجیبی است.
- معنای محتوای پنهان یا ضمنی، معنایی فردی است که افراد به نمادها می دهند. به کارگیری قواعد یکسان در طبقه بندی قابل اعتماد محتوای ارتباطات، ناشی از عدم تحمل دلالت های معنایی از سوی کدگذاران است.
- الزامات یک تحقیق علمی و عینی اقتضا می کند که کدگذاری به محتوای آشکار محدود شود و لذت ناشی از تحلیل محتوای پنهان، نه در کدگذاری بلکه در مرحله تفسیر حاصل شود.
- هالستی معتقد است: تحلیل محتوای کمی بامحتوای آشکار سروکار دارد و هیچ ادعایی هم فراتر از آن ندارد.

۳-۴- مزایای تحلیل کمی محتوای آشکار (ادامه)

۱- این تکنیک "ناخودآگاه"، "غیرکنش پذیر" و "اندازه گرفتنی" است. پیام‌ها از ارتباط گران و دریافت کنندگان جدا هستند، محقق می‌تواند با مجهز شدن به ساختار نظری قوی، از مشاهده محتوا به نتایجی دست یابد بدون این که نیاز به تماس با ارتباط گرانی باشد که قادر یا مایل نیستند به طور مستقیم مورد آزمون قرار بگیرند.

۲- با این تکنیک، با استفاده از مواد آرشیوی که عمر آنها بیشتر از عمر ارتباط گران، مخاطبان یا حتی رویدادهای توصیف شده است، امکان انجام مطالعات طولی میسر می‌شود.

۳- این تکنیک در مواردی که حجم مواد بیش از توان محقق برای آزمون باشد، قابل استفاده است.

۴- از این تکنیک در مواردی که استفاده از زبان خود ارتباط گر خطرناک است استفاده می‌شود. (مانند تحلیل‌های روان شناختی)

۴- پیدایش و گسترش تحلیل محتوا

(1982)Merten / Ruhrmann

معتقدند که این تکنیک در یونان باستان و بعدها در قرن هفتم میلادی در فلسطین (برای استخراج تورات) بکار برده شده است.

در علوم اجتماعی این تکنیک در هنگام جنگ جهانی دوم به گونه ای جدید و نسبتاً دقیق بکار برده شده است

۴- پیدایش و گسترش تحلیل محتوا (ادامه)

- اولین نامی که در این عرصه تاریخ تحلیل محتوا را واقعا روشن می کند، «هارولد لاسول» است. او تقریباً از سال ۱۹۱۵ تحلیل هایی از مطبوعات و تبلیغات به عمل می آورد.
- در سال ۱۹۲۷ تکنیک های تبلیغات در «دنیای جنگ» منتشر می شود. هارولد لاسول و همکارانش در بخش مطالعه ارتباطات دوران جنگ کتابخانه فعالیت می کردند. هانس اسپایر نیز گروه تحقیقی را در سرویس اطلاعات سخن پراکنی های خارجی کمیسیون ارتباطات فدرال آمریکا به راه انداخته بود تا رویدادهای آلمان نازی و متحدانش را شناخته و پیش بینی کند و اثر عملیات نظامی را بر روحیه جنگ برآورد کنند. بعد از جنگ جورج به بررسی این گزارش ها پرداخت که نتیجه آن کتاب تحلیل تبلیغات بود که سهم عمده ای در اهداف مفهوم سازی و فرآیند های تحلیل محتوا پیدا کرد
- بعد از جنگ جهانی و احتمالاً در نتیجه اولین تصویر ترکیبی از تحلیل محتوا که لازارسفلد (۱۹۴۸) و برلسون (۱۹۵۲) ارائه کردند، تحلیل محتوا به تعدادی از رشته های علمی دامن گسترده.
- در سال ۱۹۴۷ رمان اتوبیوگرافی «پسر سیاه» نوشته ریچارد رایت توسط ار.کا. وایت تحلیل شد. این تحلیل یک تحلیل آماری ارزش ها بود

۴-پیدایش و گسترش تحلیل محتوا (ادامه)



البته مرتن و رورمن (۱۹۸۲) نشان داده اند که قبل از لاسول دانشمندان دیگری نظیر Wilcox (۱۹۰۰) Stoklossa (۱۹۱۰) با پیدایش و گسترش روزنامه های یومیه به چنین کارهایی دست زده بودند البته بسیار قبل از دانشمندان غربی **مولوی** به مسئله اصلی تحلیل محتوا توجه داشته

نکته ها می گفت او آمیخته
ظاهر رقعہ اگر چه مدح بود

در جلاب قند زهری ریخته
بوی خشم از مدح اثرها می نمود

- آقای لاسول (Lasswell-1949) در پی یافتن روشی برآمد که دارای ضوابط نسبتاً عینی باشد تا نشان دهد که در بین ماههای مارس تا دسامبر ۱۹۴۳ روزنامه "The true American" چند بار جملات و اصطلاحاتی برله یا علیه آمریکا بکار برده است.

جملات و اصطلاحات	علیه آمریکا	له
آمریکا از درون فاسد است	۳۰۱	۳۴
سیاست خارجی آمریکا غیرمسیحی است	۴۱	۰
رئیس جمهور آمریکا قابل انتقاد است	۱۵۰	۱۷

بدین ترتیب مشخص شد که روزنامه مزبور یک جهت گیری به سود آلمان داشته است.

۴- پیدایش و گسترش تحلیل محتوا (ادامه)

جمع بندی تاریخیچه

۱) پیشروان، که شامل رویکردهای متفاوتی به تحلیل و مقایسه متون در زمینه های هرمنوتیکی (مانند تفاسیر انجیل)، تحلیل روزنامه قدیم و روندهای خط شناسی تا تحلیل رویا توسط زیگموند فروید می شود.

۲) بنیاد تئوریک ارتباط براساس تحلیل محتوای کمی توسط پل اف. لازارسفلد و هارولد لاسول در آمریکا در دهه های ۲۰ و ۳۰ قرن بیستم بنا نهاده شد و اولین کتاب درسی درباره این روش منتشر شد.

۳) توسعه چند رشته ای و افتراق، در دهه شصت قرن ۲۰ رویکرد روش شناختی راه خود را به زبان شناختی، روان شناسی، جامعه شناسی، تاریخ، هنر و... باز کرد. روندها پالایش شده و مدل های مختلف ارتباط بررسی شد.

۴) انتقادات کیفی، از اواسط قرن بیستم ضدیت هایی علیه تحلیل صوری بدون در نظر گرفتن محتواهای پنهان و زمینه ها که با ساده سازی و کمی سازی تحریف کننده کار می کرد برخاست به دنبال آن رویکردهای کیفی به تحلیل محتوا ایجاد شد.

انواع تحلیل محتوا

در یکی از جدی ترین تقسیم های تحلیل محتوا، دو گونه **کمی و کیفی** ذکر می شود.

روش کیفی تحلیل محتوا که گاهی استنباط نتایج بر اساس بودن یا نبودن ویژگی هایی که در پیام تعریف شده است، غالباً برای اجرای بهتر مسایل در علوم اجتماعی - کاربردی مورد توجه قرار گرفته است. حامیان فنون کیفی این فرض را مورد تردید قرار داده اند که برای نتیجه گیری فراوانی شاخص ها لزوماً نشانه اهمیت آنهاست. از نظر این گروه، ممکن است وجود یا حذف صنعتی واحد در اسناد، از فراوانی نسبی خصوصیات دیگر اهمیت بیشتری داشته باشد. (هولستی، ۱۳۷۳، ۲۲).

موضوع تحلیل محتوای کیفی می تواند تمامی انواع ارتباط ثبت شده در دست نوشته های مصاحبه ها، گفتمان ها، قواعد مشاهدات، نوارهای ویدئو، مستندات و... باشد.

در تحلیل کمی، از شمارش واحدهای محتوایی استفاده می شود و تلاش می گردد تا ویژگی های خاصی در متن اندازه گیری شود.