

مقدمه

روش های تحقیق را بر اساس معیارهای گوناگونی می توان طبقه بندی نمود؛ از جمله: بر اساس هدف (بنیادی، کاربردی و توسعه ای)؛ بر اساس زمان گردآوری (تاریخی، پیمایشی و آزمایشی)؛ بر اساس ماهیت داده ها (کمی و کیفی)؛ و بر اساس ویژگی های موضوع .

یکی از متداول ترین طبقه بندی های روش های تحقیق، طبقه بندی بر اساس ماهیت داده های پژوهش است. بر این اساس، تحقیقات به دو گروه تحقیقات «کمی» و «کیفی» طبقه بندی می شوند. این تحقیقات به روش های گوناگونی انجام می گیرند که در جدول شماره یک به آن ها اشاره شده است .

جدول ۱ – انواع روش های تحقیق

انواع روش های تحقیق	
کمی	کیفی
روش آزمایشی	مطالعه میدانی
روش پیمایشی	مطالعه موردی
تحلیل محتوا	تحلیل گفتمان
تحلیل داده ای	اسنادی یا کتابخانه ای

همان گونه که در جدول مشاهده می شود تحلیل محتوا یکی از انواع روش های کمی است. این روش علی رغم داشتن تفاوت هایی با سایر روش های تحقیق کمی، وجوه مشترکی نیز با آن ها دارد. در ذیل به برخی از این وجوه مشترک اشاره می گردد:

۱. اطلاعات یا کمی اند و یا در صورت کیفی بودن، محقق آن ها را تبدیل به کمی و data می کند؛

۲. با روش های آمار تجزیه و تحلیل می شوند؛

۳. چون اطلاعات کمی هستند، آن ها را در قالب جدول ماتریس داده ها تنظیم می کنند .

تعریف روش تحلیل محتوا

تحلیل محتوا از رویکردی خاص برای تحلیل داده ها برخوردار است. این رویکرد خاص عمدتاً ناشی از نحوه تلقی از موضوع تحلیل (محتوا) می باشد. تحلیل محتوا را تکنیکی پژوهشی برای استنباط تکرار پذیر و معتبر از داده ها در مورد متن آن ها تعریف کرده اند.

برنارد برلسون تحلیل محتوا را «روشی برای مطالعه عینی، کمی و سیستماتیک فرآورده های ارتباطی (محتوای آشکار پیام) جهت رسیدن به تفسیر «تعریف کرده است. در این تعریف بر سه واژه «عینیت»، «کمیت» و «سیستماتیک بودن» تأکید شده است. «عینیت» اشاره به این دارد که این پژوهش بر اساس قواعد، احکام و روش های مشخص انجام می گیرد. بنابر این، به منظور اجتناب از سوگیری نظر محقق در فرآیند تحقیق می بایست تحقیق توسط مجموعه صریح و مشخصی از قواعد هدایت شود.

«نظامدار و سیستماتیک بودن» آن نیز بدین معناست که مطالعه علاوه بر روشمندی، دایره شمول و طرح محتوا یا مقوله ها بر طبق قواعد کاربردی ثابتی مشخص شده است. باید توجه داشت که دو شرط عینیت و نظامدار بودن، قابلیت تکرار این روش را می رساند، به گونه ای که سایر پژوهشگران نیز بتوانند با استفاده از روش های یکسان و اطلاعات مشابه، به نتایج مشابهی برسند.

از آن رو که هدف، تحلیل محتوای پیام ها در قالب عبارت های عددی و در نتیجه، استفاده از فنون کمی است که قابلیت این روش را افزایش می بخشد، باید داده های ما به صورت کمی (درصد و شمارش) تبدیل شود. در غیر این صورت، تحلیل محتوا نیست.

در این روش، پژوهشگر ارتباط مستقیم با پیام ها دارد و تنها به سراغ محصولات ارتباطی نظیر: روزنامه ها، کتاب ها، گزارش ها، نظر سنجی ها، فیلم ها، سریال ها، نامه ها، خاطرات، عکس ها و سخنرانی ها می رود و با فرستنده پیام و انسان ها به طور مستقیم در ارتباط نیست. این مهم ترین وجه تمایز بین این روش با سایر روش هاست. از این رو روش مزبور روش بدون واکنش، مزاحمت و عکس العمل دانسته اند؛ چون کاری با مردم ندارد.

هدف از تحلیل محتوا

در ابتدا روش تحلیل محتوا تنها در تحلیل ویژگی های پیام به کار می رفت. در این زمینه دو مسئله مطرح بود: یکی، دلالت؛ یعنی رابطه بین دلیل و مدلول که همان بررسی معنا و مفهوم و جنبه شناختی پیام می باشد و دیگری، بررسی سبک و ساخت پیام یا جنبه زیبا شناختی آن.

یکی از مسائلی که امروزه در مورد تحلیل محتوا مطرح می باشد این است: آیا می توان با تحلیل پیام، به جز ویژگی های خود پیام، اطلاعاتی را نیز درباره فرستنده، گیرنده، اثر و چرایی آن نیز به دست آورد؟ پاسخ این پرسش کم و بیش مثبت است.

به طور کلی می توان گفت: تحلیل محتوا یکی از اهداف زیر را دنبال می کند:

– تحلیل ویژگی های پیام به منظور توصیف آن و پاسخ به پرسش های «چه خبری؟»، «به که؟» و «چگونه؟»؛

– تحلیل پیشینه ای پیام به منظور توصیف فرستنده و پاسخ به پرسش های «که؟» و «چرا؟»؛

– تحلیل پی آمدهای پیام به منظور شناختن اثر آن روی مخاطب که پاسخ به پرسش «با چه اثری؟»

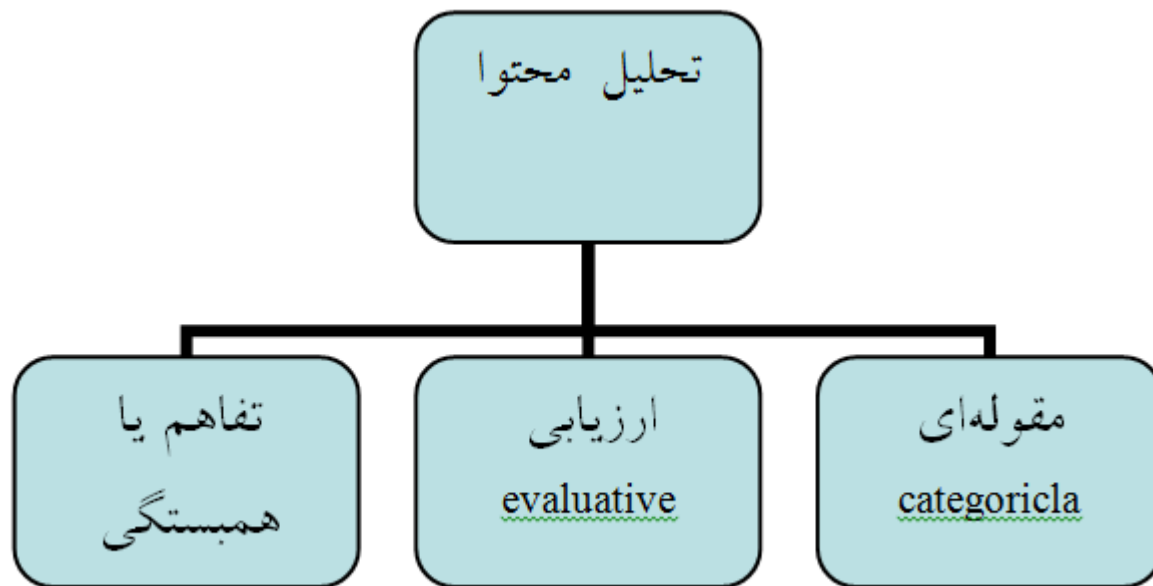
انواع تحلیل محتوا

معروف ترین انواع پژوهش تحلیل محتوا عبارتند از:

۱. تحلیل محتوای مقوله ای (Catagorical)

۲. تحلیل محتوای ارزیابی (Evaluative)

۳. تحلیل محتوای تفاهم یا همبستگی (Correlative)



نمودار ۱ - انواع تحلیل محتوا

تحلیل محتوای مقوله‌ای

از میان سه نمونه مزبور تحلیل محتوای مقوله‌ای بیش از بقیه معروف است و در ایران در برخی از پژوهش‌ها تنها از آن استفاده شده است.

در این روش ابتدا متن مورد نظر (انواع پیام‌ها مثل فیلم، مجله و...) را به اجزایی تجزیه می‌کنند. سپس اجزا را به طبقاتی تقسیم می‌نمایند، و با شمارش فراوانی هر طبقه، درصد آن‌ها را مشخص و در پایان، آن درصدها را تحلیل می‌کنند. مثال‌های زیر، نمونه‌هایی از این روش می‌باشند:

مثال اول: یک پژوهشگر می‌خواهد بررسی کند که هر یک از موضوعات سیاسی، اقتصادی، مذهبی، اجتماعی، علمی، ورزشی و سایر موضوعات چند درصد از برنامه‌های تلویزیون را به خود اختصاص داده است تا از این طریق نقش این رسانه را در فرهنگ سازی در حوزه‌های مختلف بدست آورد. برای این کار، ابتدا اجزا را طبقه‌بندی می‌کند و هر کدام را یک واحد قرار می‌دهد. واحد می‌تواند یک برنامه، یک سکانس، یا کدام پلان باشد. سپس طبقه‌های فوق را درصdBندی می‌کند؛ مثلاً، برنامه سیاسی ۲۰ درصد، اقتصادی ۳۰ درصد، اجتماعی ۱۵ درصد و سپس این درصدها را تحلیل می‌کند.

مثال دوم: پژوهشگری تصمیم گرفته است بررسی کند کتاب‌های درسی ابتدایی چه هنجارهای جنسیتی را به طور مستقیم تلقین می‌کنند و در آن‌ها چه فعالیت‌هایی برای زنان و مردان ترسیم شده است. به این منظور، تصاویر و مطالب مرتبط با این فعالیت‌ها را بر اساس نوع فعالیت زن‌ها و مردها طبقه‌بندی می‌نماید سپس آنها را درصد بندی کرده و در نهایت، نتیجه می‌گیرد. که مثلاً مشاغل پیچیده، سخت، علمی و مدیریتی به مردها نسبت داده شده است و مشاغل پایین تر و خانوادگی به خانم‌ها؛

یعنی به طور ضمنی این مطلب در ذهن دانش آموزان تلقین می شود که کارهای ساده مربوط به خانم هاست و کارهای پیچیده و سخت مربوط به آقایان.

مثال سوم: تعدادی پژوهشگر می خواهند نامه های افرادی را که در شرف خودکشی بوده اند مورد بررسی قرار دهند تا از این طریق بتوانند نامه هایی را که به طور جدی تهدید به خودکشی کرده اند (چه در عمل خودکشی کرده باشند و چه نکرده باشند) شناسایی و مشخص نمایند آیا آن ها توسط خود مقتول نوشته شده اند یا دیگران؟

بدین منظور، این نامه ها و نامه های معمولی را از ابعاد گوناگون، از جمله نسبت تعداد صفات، قیدها، افعال و اسامی به کار برده شده، مورد بررسی قرار می دهند و به این نتیجه می رسند که افرادی که قصد خودکشی دارند در نامه ها خود بیشتر از صفت و قید استفاده کرده اند تا فعل و اسم. علت بیشتر بودن نسبت صفت و قید به اسم و فعل این است که افرادی که دست به خودکشی می زنند در یک بحران روحی، عاطفی و احساسی به سر می برند و تعادل روحی خود را از دست داده اند و به همین خاطر در نوشتن و حرف زدن، بیشتر صفت و قید به کار می برند تا اسم و فعل و از واژه هایی همچون بیچاره ترین، بی کس ترین، تنهاترین و بدبخت ترین زیاد استفاده می کنند ^{۱۴}. بنابراین، از طریق تحلیل محتوا و بررسی و طبقه بندی جملات و قید و صفت ها و اسم و فعل ها می توان فهمید که کدام نامه مربوط به افراد در شرف خودکشی است.

مراحل پژوهش تحلیل محتوا

گذشته از مراحل عمومی پژوهش که شامل انتخاب موضوع، مطالعه اولیه و اکتشافی، تهیه طرح تحقیق و... است، مهمترین مراحل پژوهش تحلیل محتوا عبارتند از:

۱- تعریف و تعیین متغیرها

در این پژوهش مانند هر پژوهش دیگری باید سؤال و متغیر اصلی مورد پژوهش مشخص شود. نکته مهم این است که پژوهشگر ممکن است به بررسی یک متغیر بپردازد؛ مانند بررسی موضوع برنامه های تلویزیون، یا به بررسی چند متغیر مثل طبقه بندی کردن برنامه های تلویزیون بر اساس موضوع، فرم، ارزشی بودن، ایرانی یا خارجی بودن.

جدول ۲ - متغیرها

واحد تحلیل	رده ها	متغیر	ردیف
برنامه	سیاسی، اقتصادی، دینی و غیره	موضوع	۱

برنامه	اخبار، مستند، فیلم، سریال و غیره	قالب (فرم)	۲
صحنه	رعایت شده رعایت نشده کم متوسط، زیاد	رعایت موازین اسلامی	۳

۲- تعریف و تحدید اسناد بعد از انتخاب سؤال و متغیر تحقیق، باید مجموعه ای از اسناد یا پیام ها را که می توان با کمک آن ها به این سؤال پاسخ داد تعریف، مشخص و جمع آوری کرد. برای مثال، اگر هدف بررسی نظرات بیان شده در مورد نظام جدید آموزشی در یک سال اخیر باشد، باید تمام مقاله ها و مدارک انتشار یافته در باره این موضوع را که در طول مدت مورد نظر انتشار یافته اند جمع آوری کرده، مورد بررسی قرار داد. در حقیقت، این مجموعه جامعه آماری را که باید مورد ارزیابی قرارگیرد مشخص می نماید.

۳- رده بندی و رمزگذاری

رده بندی و کد گذاری دو اقدام لازم و ملزوم در تحلیل محتوا می باشند. مثلاً اگر درصدد تحلیل محتوای رمان های منتشره در یک دوره ده ساله باشیم، نخست عوامل موضوعی یا محتوایی رمان ها را به چند مقوله یا رده تقسیم می کنیم؛ رمان های ادبی، عشقی، عرفانی، افسانه ای، حماسی، سیاسی، اجتماعی، دینی و مانند آن. اصطلاحاً به هر یک از این مقوله ها یک رده می گویند.

بعد از رده بندی، برای هر یک از این مقوله ها یک کد و رمز در نظر می گیریم. رمز گذاری فرآیندی است که به وسیله آن داده های خام به صورت منظم در واحدهایی که امکان توصیف دقیق محتوا را فراهم می آورد قرار می گیرد.

یکی از انتخاب های مهم در رمزگردانی و رده بندی تعیین شاخص ها و واحد تحلیل است :

واحد تحلیل : واحد تحلیل (واحد بررسی) بخش خاصی از محتواست که مورد تحلیل قرار می گیرد. واحد بررسی از یک تحلیل به تحلیلی دیگر متفاوت است و با توجه به نوع پیام تعیین می شود. اگر پیام ما مکتوب باشد، واحد تحلیل می تواند کلمه، عبارت، مضمون، جمله بندی و مطالب مقاله باشد. در تحلیل از حروف کمتر استفاده می شود.

اگر پیام فیلم یا سریال باشد، واحد تحلیل فریم، پلان، صحنه، سکانس، قسمت و کل برنامه، انتخاب می شود.

انواع واحد تحلیل

پژوهشگر پیش از رمز گذاری باید واحدهای آن را تعیین کند. واحد تحلیل محتوا انواع متعددی دارد؛ از جمله «واحد ثبت» و «واحد فحوا»

«واحد ثبت» بخشی از متن است که پژوهشگر هنگام مطالعه هر گاه با آن برخورد می کند، با توجه به هدفی که دارد، به آن یک کد اختصاص می دهد. بنابراین، وقتی متن مکتوب را تحلیل می کند اگر واحد ثبت کلمه باشد هر بار که به کلمه مورد نظر برخورد کرد، کد مخصوص را به آن می دهد. برای مثال، اگر پژوهشگری سر مقاله های روزنامه های معروف را تحلیل محتوا کند و بخواهد گرایش سیاسی آن ها را تحلیل کند، کلماتی مانند: دموکراسی، آزادی و مردم سالاری را که نشان دهنده گرایش سیاسی خاصی است در نظر گرفته، به آن ها کد خاصی می دهد. هر گاه در متن به این واژه ها برخورد کرد آن کد را می نویسد و با توجه به درصد کاربرد آن واژه ها، مشی سیاسی آن روزنامه را مشخص می کند.

یا مثلاً، برای تحلیل و بررسی رعایت موازین شرعی (روابط زن و مرد) در فیلم های تلویزیون، بر اساس واحد تحلیل صحنه برای هر نوع رابطه یک کد اختصاص داده می شود. برای مثال، به هر یک از گزینه های «اصلاً رعایت نمی شود»؛ «تا حدی رعایت می شود» و «کاملاً رعایت می شود» یک کد خاص می دهیم. در اینجا هر نوع روابط زن و مرد یک واحد ثبت است.

پژوهشگر در هر صحنه که برخورد زن و مردی رخ می دهد نوع رابطه را کد گذاری می کند و بر اساس درصدی که به دست می آید به تجزیه و تحلیل پراخته، نتیجه گیری می کند.

جدول ۳ – متغیرهای رعایت موازین شرعی در روابط زن و مرد در برنامه های صدا و سیما

تعداد کاربرد	کد	نوع متغیر
۱X	۱	کاملاً رعایت شده
۲X	۲	تا حدی رعایت شده
۳X	۳	اصلاً رعایت نشده

یا مثلاً در تحلیل نامه هایی که تهدید به خود کشی کرده اند، به واحدهای ثبت «اسم»، «فعل»، «صفت» و «قید» کد داده و به بررسی نسبت آن ها پرداخته می شود.

جدول ۴ – متغیرهای بررسی نسبت اسم، فعل، صفت و قید در نامه های تهدید به خودکشی

قید	صفت	فعل	اسم	واحد ثبت
۴	۳	۲	۱	کد
X۴	X۳	X۲	X۱	کاربرد

اما توضیح «واحد فحوا (زمینه)»: طبقه بندی واحد ثبت بدون اشاره به زمینه ای که آن واحد در آن ظاهر می شود ممکن نیست. گاهی برای اینکه مشخص شود واحد ثبت چه کدی دارد، تنها مراجعه به یک کلمه مثل دموکراسی (برای مشخص کردن گرایش سیاسی یک روزنامه) کافی نیست؛ چرا که ممکن است نویسنده دیدگاهی منفی نسبت به این واژه داشته باشد. بنابراین، باید به بخشی از متن مراجعه نمود و بر اساس فحوای آن کدگذاری کرد^{۲۰}.

از این رو، می گویند: واحد ثبت «کلمه» است و واحد فحوا «جمله یا پاراگراف».

درست است که اینجا به کلمه کد داده می شود، ولی جمله را می خوانند تا دیدگاه مثبت و منفی نویسنده نسبت به این کلمه روشن شود.

و اگر تمام مقاله خوانده شود پس کد گذاری گردد، اعتبار بالاتر می رود؛ زیرا هر چه واحد سطح بزرگ تر باشد تحقیق کیفی تر می شود، ولی پایایی پایین می آید و به عکس، هر چه واحد تحلیل کوچک تر شود تعریف کمی تر می شود و ذهنیت پژوهشگر در آن کمتر تأثیر گذاشته و در نتیجه، پایایی بالا می رود؛ زیرا هر پژوهشگری تعداد کلمات را بشمارد، تعداد کدها یکسان خواهد بود.

۴. نمونه گیری از مجموعه اسناد (یا جامعه آماری)

گفته شد جامعه آماری ما در اینجا مجموعه افراد نیست بلکه مجموعه اسنادی است که با سؤال و متغیر تحقیق ارتباط دارد. این جامعه آماری می تواند مجموعه صحنه سریال ها و فیلم های تلویزیون در سال ۱۳۸۳ یا مجموعه مقالات مربوط به نهمین انتخابات ریاست جمهوری و ... باشد. در اینجا اگر جامعه آماری بزرگ نباشد و بتوانیم همه موارد را تحلیل کنیم این کار را انجام می دهیم، در غیر این صورت، نمونه گیری خواهیم نمود و همان شرایط نمونه گیری در تحقیقات کیفی باید رعایت شود؛ یعنی نمونه معرف جامعه آماری باشد. برای رسیدن به نمونه معرف رعایت دو شرط لازم است: ۱. از روش های نمونه گیری تصادفی استفاده شود؛ ۲. حجم نمونه طبق روش های علمی دقیق انتخاب شود.

۵. کاربرد و شمارش رمزها

در این مرحله، اینکه کدام مقوله یا مطلب باید جزء کدام رده قرار گیرد و چه کدی بدان اختصاص یابد و اینکه باید محاسبه شود یا خیر، مورد توجه می باشد. تحلیل گری که در صدد است به تحلیل کمی داده های محتوای یک یا چند اثر بپردازد باید عملیات کد گذاری خود را تابع مقررات مربوط به استخراج اطلاعات کند. برخی از جنبه های استخراج اطلاعات در تحلیل محتوا عبارتند:

۱. نتیجه نهایی کدگذاری تحلیلگر باید به اطلاعات عددی و کمی و آماری تبدیل شود؛

۲. تحلیلگر در یادداشت برداری خود بین واحدهای تحلیلی تفاوت قائل شود؛

۳. به هنگام کدگذاری یا شماره گذاری ضروری است تا تعداد کل و یا مأخذ شماره گذاری در نظر گرفته شود؛ مثلاً، بیان اینکه واژه «استبداد» در یک کتاب ۵۰ بار ذکر شده است، بدون ذکر تعداد کل واژه های کتاب، اطلاعات مختصری در اختیار تحلیلگر می گذارد.

پس از کد گذاری باید شمارش فراوانی ها یعنی تعداد هر کد در هر واحد تحلیل یا کل متن آغاز شود و فراوانی های محاسبه شده به صورت جدول ماتریس داده ها به صورت فراوانی، درصد و نظایر آن به نمایش درآید.

با به دست آوردن تعداد فراوانی های هر رده می توان از سایر عملیات آماری مثل تعیین همبستگی بین رده ها، میزان و شدت آن و استفاده از مجذور کای و مانند آن ها بهره جست.

۶. تجزیه و تحلیل داده ها

در این مرحله، ابتدا به پردازش داده های رمز گذاری شده به وسیله دست یا کامپیوتر پرداخته می شود و بر اساس نتایج به دست آمده محقق می تواند به تجزیه، تحلیل، تفسیر و تهیه گزارش بپردازد.

تحلیل محتوای ارزیابی (تحلیل گفتارهای ارزشی)

گفتارهای ارزشی مطالبی هستند که یک نوع جهت گیری نسبت به موضوع دارند. این نوع گفتارها می تواند مطالب مقاله ها، گفتار شفاهی مردم، کتاب های درسی و مانند آن ها باشد. برخی مواقع لازم است تا شدت و نوع جهت گیری این گفتارها ارزیابی شود. در این موارد از روش تحلیل محتوای ارزشی استفاده می گردد.

در این روش، هر کدام از گفتارهای ارزشی را بر حسب واحد جمله ملاحظه می کنند و اگر جملات مرکب باشد آن ها را تجزیه کرده، به صورت جملات ساده و بسیط در می آورند. سپس اجزای هر کدام از جملات بسیط را به موضوع، محمول، فعل و قید تقسیم می کنند و در پایان، با توجه به وزنی که به موضوع، محمول، قید و فعل می دهند و آن وزن فاصله بین ۳+ تا ۳- است، نوع و شدت این گفتارها را مشخص می کنند. برای مثال، اگر بخواهیم وزن ارزشی عبارت «صدام وحشیانه ترین رژیم دیکتاتوری را به وجود آورده است» را ارزیابی کنیم، ابتدا به تجزیه این عبارت می پردازیم.

در عبارت مزبور، «صدام»، موضوع «رژیم دیکتاتوری»، محمول «وحشیانه ترین» «قید و «به وجود آورده است»، فعل می باشد. طبق قواعد، به هر یک از اجزای جمله وزنی می دهند. برای مثال، در نظام سیاسی بین المللی «دیکتاتوری» «بدترین صفت است، از این روی، به آن نمره ۳- و به «وحشیانه ترین» هم چون صفت عالی است نمره ۳- می دهیم و فعل «به وجود آورده است» چون مثبت است ۱+ نمره داده می شود. نتیجه نمره به دست آمده نشان دهنده ارزش منفی این جمله است.

یادآوری: نکته اساسی در این نوع تحقیق مشخص شدن قواعد به طور عینی است؛ چون اگر وزن دهی ذهنی باشد شرط اصلی تحقیق که عینیت است به وجود نمی آید. بنابراین، تصریح و مشخص کردن قواعد مهم است. مثلاً، بگوییم: اگر صفت از نوع تفصیلی باشد وزن ۲+ دارد و اگر صفت عالی باشد وزن ۳+ یا ۳- دارد.

تحلیل محتوای تفاهم یا همبستگی

در تحلیل همبستگی نه مثل تحلیل مقوله ای به دنبال شمارش واحدها هستیم و نه مثل تحلیل ارزیابی به دنبال اندازه گیری شدت گفتارها، بلکه دنبال این هستیم که چه واحدهایی کنار هم قرار می گیرند یا همدیگر را دفع می کنند. به عبارت دیگر،

درصد دیدیم تداعی مثبت و منفی واحدها را نسبت به هم بررسی کنیم بدین روی، به این تحلیل، تحلیل همبستگی می گویند. مراد از تداعی مثبت این است که واحدها بیش از حد انتظار کنار هم ظاهر شوند و مراد از تداعی منفی این است که واحدها کمتر از حد انتظار در کنار هم ظاهر شوند.

در این نوع تحلیل حتماً به دو واحد مثبت و محتوا نیاز داریم. برای مثال، اگر اسناد و مدارکی مورد تحلیل ما باشد ممکن است واحد مثبت کلمه و واحد فحوا جمله باشد و در اینجا می خواهیم ببینیم در یک جمله کدام کلمات بیش از حد انتظار و کدام کلمات کمتر از حد انتظار کنار هم قرار خواهند گرفت.

این تحلیل برای سبک شناسی نویسندگان و تعیین ساختارهای جملات نویسندگان به کار می رود؛ چون هر نویسنده یک ساختار خاصی دارد.

کاربرد دیگر آن تعیین کلمات یک متن است؛ مثلاً، برای بررسی کلماتی که ادعا شده است از کتاب مقدس مسیحیان افتاده است از این روش استفاده شده و بررسی کرده است آیا واژه ادعا شده با ساختار انجیل تناسب دارد یا نه؟