



مروری بر شیوه تحلیل محتوا با تاکید بر کاربرد آن در

روانشناسی و علوم تربیتی

محمود بحرانی mbahrani@Shirazu.ac.ir

چکیده

شیوه تحلیل محتوا یکی از این روش‌هایی است که کاربردهای متنوعی در علوم مختلف بویژه علوم انسانی دارد. این مقاله سعی دارد شیوه تحلیل محتوا را به اجمال معرفی کند. در این راستا ابتدا مرور مختصری بر تعاریف و همچنین تاریخچه تحلیل محتوا شده است، آنگاه کاربردها و مراحل انجام یک تحقیق به شیوه تحلیل محتوا بیان گردیده، و بحث کوتاهی هم درباره اعتبار و پایایی این شیوه ارائه شده است. در پایان تحلیل محتوای کمی و تحلیل محتوای کیفی در پژوهش‌های محتوایی مورد بحث قرار می‌گیرد و در مبحث تحلیل محتوای کیفی از یک نوع تحلیل محتوای سنتی، جهت‌دار و تلخیصی نام برده و شرح کوتاهی از هر نوع ارائه گردیده است. لازم به ذکر است که برای تهیه این مقاله از منابع مختلفی استفاده شده، که به اقتضای حوصله مقاله این برداشتها عموماً با تلخیص صورت گرفته است، از این رو در نقل مطالب از علامت نقل قول کمتر استفاده شده است.

کلید واژه‌ها: تحلیل محتوا، روش تحقیق، تحلیل کمی و کیفی.

مقدمه

تحلیل محتوا یکی از شیوه‌های پژوهش و تحلیل اطلاعات است که دارای سابقه طولانی در دوره‌های گذشته و علوم قدیم است. در قرن اخیر استفاده از این شیوه بویژه در علوم اجتماعی و مخصوصاً مردم‌شناسی رونق گرفت و به تدریج در زمینه‌های علوم سیاسی، روزنامه‌نگاری و جامعه‌شناسی رواج یافت. امروزه کمتر حوزه‌ای از علوم هست که در آن از این شیوه استفاده نشود.

از آنجا که شیوه تحلیل محتوا در گذشته بیشتر با آمار و شمارش واژه‌ها و مفاهیم سرو کار داشت، بیشتر یک شیوه کمی به حساب می‌آمد. با این وجود نتیجه‌گیری‌ها آماری نبود، بلکه ماهیتی¹ بود. علاوه بر این در توسعه تاریخی تحلیل محتوا به سمت شیوه‌های کیفی پیش رفته است و امروزه بهترین شیوه‌های مطالعه هم عملیات کمی و هم کیفی را روی متن به کار می‌برند (ویر، 1985؛ به نقل از تسک، 1995).

تحلیل محتوا ریشه در پژوهش‌های مربوط به ارتباطات دارد (کریندورف، 2002). و یک نام کلی برای بیان تحلیل‌های متنی است که شامل مقایسه، مقابله و طبقه‌بندی توده‌ای از اطلاعات می‌باشد که در حال حاضر مقاصد شمارشی و تفسیری را در بر می‌گیرد (اسکوانت، 2001، به نقل از گریبک و واستیسی، 2005).

¹ - substantive



هولستی (1373، ترجمه سالارزاده امیری) اشاره دارد به اینکه روشهای بسیاری وجود دارد که می‌توانیم از طریق آنها، رفتار انسان را مطالعه کنیم، می‌توانیم او را در آزمایشگاه مورد آزمایش قرار دهیم، به او پرسشنامه بدهیم یا با او مصاحبه کنیم (پژوهش پیمایشی)، او را مورد مشاهده قرار دهیم، یا مصنوعات (باستان‌شناسی) و ارتباطاتش (تحلیل محتوا) را مورد بررسی قرار دهیم، و می‌افزاید: در صورت زیاد بودن حجم اطلاعات و تنوع آن شیوه تحلیل محتوا مفید خواهد بود (ص 29). وی همچنین نمونه‌هایی از تحقیقات کلاسیک را که با این شیوه به اجرا درآمده است به شرح زیر معرفی می‌کند:

- به لحاظ فرهنگی در ترانه‌ها و ادبیات ملت‌های مختلف چه تفاوت‌هایی منعکس می‌شود (سبالد، 1962 و لوین، 1947)؟

- محافظه‌کاران آمریکایی نمادهای سیاسی نیودیل را تا چه اندازه پذیرفته‌اند. (پروتزو، 1956)؟
- چه ویژگی‌هایی رفتار زبانی بیماران اسکیزوفرنی را از اشخاص عادی متمایز می‌کند (من، 1944 و فایربانک، 1944)؟
- واکنش شوروی نسبت به سخن پراکنی آمریکا چه بوده است (نیکس، 1952)؟
- طول جمله چگونه با قابلیت درک ادبیات مربوط می‌شود (کولمن، 1962)؟
- عبارت «نیاز به موفقیت» چگونه با مراحل توسعه تمدن ارتباط می‌یابد (مک‌کله‌لاند، 1961، دچارمز و مولر، 1962)؟
- چه ویژگی‌های محتوایی کتاب‌های پر فروش را از دیگر داستان‌ها متمایز می‌سازد (هاروی، 1953)؟
- شیوه تحلیل محتوا امروزه در پژوهش‌های بسیاری به کارگرفته می‌شود به عنوان نمونه‌هایی از تحقیقات جدید با شیوه تحلیل محتوا نیز تحقیقات زیر قابل ذکر است:

- تحلیل محتوای تلاش‌های شخصی: تداوی‌ها با مصرف مواد مخدر و الکل (سیمون و دیگران، 2006)
- رفتار زبانی دانشجویان در مباحث گروهی آنلاین: با تأکید بر جنسیت (گوپلر و دورندل، 2006).
- تعریف تحلیل محتوا
- تقریباً پژوهش‌های علوم اجتماعی و انسانی، به هر طریق به مطالعه دقیق منابع بستگی دارد. اما چه خصوصاتی روش تحلیل محتوا را از دیگر مطالعات دقیق اسنادی متمایز می‌سازد؟ جواب به این سؤال که هولستی (1373، ص 12) مطرح کرده می‌تواند تعریف تحلیل محتوا را روشن سازد. وی با بیان بعضی تعاریف مربوط به این روش نکات مشترک آنها را بیان می‌کند:

- کارت رایت اصطلاح تحلیل محتوا را معادل «رمزگذاری» برای توصیف عینی منظم و کمی رفتارهای نمادی بیان می‌کند.

- بارکوس معتقد است که «تحلیل محتوا» به معنای تحلیل علمی پیام‌های ارتباطی است. از نظر وی این روش کاملاً علمی است و با وجود جامع بودن، نیازمند تحلیل دقیق و نظام‌یافته است.

- پیسلی بر این است که تحلیل محتوا مرحله‌ای از جمع‌آوری اطلاعات است که در آن محتوای ارتباطات از طریق به کارگیری عینی و منظم قواعد مقوله‌بندی، به اطلاعاتی که می‌توانند خلاصه و با هم مقایسه شوند، تغییر شکل می‌یابد.

طبق توضیح هولستی در تعریف‌های فوق سه شرط «عینیت»^۱، «نظام دار بودن»^۲ و «کلیت»^۳ مورد توافق است. شرط عینیت تصریح می‌کند که هر مرحله از فرایند پژوهش باید بر اساس قواعد، احکام و روش‌های مشخص انجام گیرد.

¹ - Objectivity

² - Systematic

³ - Generality



بطوریکه تصمیم‌گیری در مورد جایگاه یک واحد تحلیل در بین مقوله‌های مختلف بر اساس معیارهای از پیش تعیین شده صورت گیرد. به گونه‌ای که پایایی نظرات تحلیل‌گران را به همراه داشته باشد.

شرط نظام‌دار بودن، وابسته به این است که بر اساس قواعد مشخصی، دایره شمول و طرد محتوا یا مقوله‌ها روشن گردد. رعایت این شرط باعث جلوگیری از سوءگیری جمع‌آوری اطلاعات به سمت تمایلات پژوهشگر در فرضیات خود می‌شود.

هولستی می‌افزاید هر گونه جمع‌آوری اطلاعات را بطور عینی و نظام دار نمی‌توان تحلیل محتوا نامید، مگر آنکه شرط اساسی دیگر که ارتباط نظری بین یافته‌هاست مورد بررسی قرار گیرد، مثل مقایسه با ویژگی‌های دیگر همان اسناد، منابع دیگر، خصوصیات اشخاصی که آن سند را بوجود آورده‌اند. شرایط اجتماعی جامعه‌ای که صاحب سند در آن زندگی می‌کرده و مخاطبان این اسناد. بنابراین تحلیل محتوا وابسته به مقایسه است و نوع مقایسه را چارچوب نظری پژوهشگر تعیین می‌کند. شروط عینیت، نظام دار بودن، و کلیت، منحصر به روش تحلیل محتوا نیست بلکه در دیگر پژوهش‌های علمی نیز این شرایط ضرورت دارد. بنابراین، روش تحلیل محتوا به بیان کلی، بکارگیری روش‌های علمی برای بررسی محتوای مدارک اسنادی است.

کرپندورف (1383) نیز تحلیل محتوا را چنین تعریف می‌کند: «تحلیل محتوا تکنیکی پژوهشی است برای استنباطی تکرارپذیر و معتبر از داده‌ها در مورد متن آنها.» (ص 25، ترجمه هوشنگ نابی). استملراستیو (2001) تعریف هولستی «هر شیوه استنتاج از طریق شناسایی عینی و منظم ویژگی‌های مورد نظر پیام‌ها» را جامع‌تر ارزیابی می‌کند، چون این تعریف می‌تواند هم تحلیل محتوای نقاشی‌های دانش‌آموزان و هم فیلم‌های ویدیویی را شامل شود.

تاریخچه تحلیل محتوا

قبل از اینکه متون مربوط به ارتباطات جمعی با فنون جدید قرن بیستم که بوسیله علوم انسانی تنظیم شده‌اند تحلیل شوند، به شیوه‌های مختلف به بررسی متون می‌پرداختند. تعبیر رویاهای کهن یا نو، تفسیر مذهبی، تفسیر انتقادی بعضی از متون ادبی و حتی علوم مختلف مثل اخترشناسی و تحلیل روانی انواع مختلف تفسیر هستند. علم منطق و علم معانی و بیان جزء علمی هستند که قبل از تحلیل محتوا در بررسی مقالات کاربرد داشته‌اند. علم منطق مناسب‌ترین نوع بیان را برای سخنوری‌های قاطع بررسی می‌کرد. علم معانی و بیان با تحلیل نوشته یک مقاله و ارتباط مطالب آن، سعی می‌کرد قواعد رسمی تفکر منطقی و صحیح را معین کند (لورنس باردن، 1374، ترجمه آشتیانی و یمنی دوزی ص: 8).

تاریخ تحلیل محتوا قبل از آن که به صورت مکتوب درآید، در بر دارنده موارد خاصی است مثل بررسی‌هایی که در سال 1620 در سوئد در مورد صحت سروده‌های مذهبی به عمل آمد، که آیا تعدادشان نود است و آیا ممکن است بر پیروان مذهب «لوتر» اثر نامطلوبی بگذارند؟ بی، بوربون¹ فرانسوی (1888-1892) به طریقی نسبتاً دقیق با آماده سازی متن و طبقه بندی موضوعی کلمات معنی‌دار، روی قسمتی از تورات کار کرد. کمی بعد (1908-1918) مطالعه‌ای وسیع و جامعه‌شناسانه توسط «توماس»² و «زنانیک»³ در مورد یکپارچگی مهاجران لهستانی اروپایی در آمریکا انجام گرفت که تکنیکی ابتدایی از تحلیل محتوا، یعنی نظم دادن به قرائت ساده متون بود، شامل خاطرات، نامه‌ها، مقالات روزنامه‌ها و نحوه روابط رسمی.

¹ - B. Bowbon

² - Tomas

³ - Znanieki



اولین نامی که تاریخ تحلیل محتوا را واقعاً روشن می‌کند «هارولد لاسول»^۱ است او تقریباً از سال 1915 تحلیل‌هایی از مطبوعات و تبلیغات به عمل می‌آورد و در سال 1927 تکنیک‌های تبلیغات در دنیای جنگ را منتشر کرد. در این دوره که رفتارگرایی در آمریکا حاکم مطلق در علوم روانشناسی بود، ذهنی‌گرایی و بررسی‌های مکاشفه‌ای و ادراکی کنار گذاشته شده بود. روانشناسی که مانند جامعه‌شناسی بعد از دورکیم از موضوع مورد مطالعه‌اش فاصله گرفته بود، پیدایش تحلیل محتوا را اقتضا می‌کرد.

بخشهای علوم سیاسی در زمینه مسائل جنگ جهانی دوم در پیشرفت تحلیل محتوا نقش مهمی داشته‌اند که 25 درصد از این بررسی‌ها را شامل می‌شوند. از تحلیل محتوا برای رسواسازی روزنامه‌ها و مطبوعات مضمون که تبلیغات مخربی به نفع نازی‌ها می‌کردند کمک خواسته بودند مثلاً مقایسه دو نشریه مضمون و دو نشریه میهن‌پرستی.

درزمینه روانشناسی، تحلیل شخصیت یک زن عصبی و مشهور به نام «جنی» از اولین کوشش‌های تحلیل محتوا بود. این نامه‌ها که تعدادشان 167 عدد بود، جزء مواد انتخابی روان‌شناسی اجتماعی شدند زیرا این نامه‌ها که توسط بالدوین^۲ تحلیل گردید، توجه آلپرت^۳ را به خود جلب کرد و آنها را در سال 1946 به عنوان موردی بخصوص جالب برای بررسی شخصیت به چاپ رسانید. تحلیل بالدوین به صورت تحلیل ساختار فردی شخصیت صورت گرفت و هدف آن کمک به پزشک برای معاینه دقیق و درک بهتر یک حالت عصبی است.

از نظر روش‌شناسی، سالهای 40-50، بخصوص به دلیل تعیین قواعد تحلیل توسط «برلسون»^۴ با کمک لازارسفلد، قابل ذکر است. پیشرفت‌های بعد از لاسول و برلسون نشان می‌دهد در این دوران بررسی اعتبار روش کار، و نتایج تحقیقات و بازرسی صحت عمل رمزگذاری مورد توجه بوده است. چنانکه در سال‌های 60-1950 سؤال‌ها و ابهاماتی در مورد روش‌شناسی تحلیل محتوا پیش می‌آید و خوشبینی‌های قبلی مورد تردید قرار می‌گیرد اما راه‌حل‌های روش‌شناختی روشن‌گر راه می‌شود، و دوباره از حدود سال‌های 60 دومین دوره شکوفایی تحلیل محتوا آغاز می‌شود. بنا به گفته باردن (1375) بخشی از این تحول ناشی از شکوفایی گسترش میدان علمی رشته‌های مرتبط با تحلیل محتوا مانند نشانه‌شناسی و زبان‌شناسی است، و بخش دیگر مربوط به بکارگیری کامپیوتر و تسهیلاتی که این فناوری در اختیار تحلیل محتوا قرار می‌دهد بوده است.

هولستی در مقدمه‌ای که راجع به تاریخچه تحلیل محتوا ذکر می‌کند می‌گوید: اوج شکوفایی استفاده از این روش در طول دهه 1950 بوده که فراوانی بررسی‌های به عمل آمده با استفاده از این روش به حدود 100 بررسی در سال افزایش یافت. پژوهش‌های تحلیل محتوایی انجام شده در سال‌های 1950 تا 1958 از تمام پژوهش‌های انجام شده در نیمه اول قرن بیستم بیشتر بود. طی دو دهه نخست قرن بیستم، بیش از 98 درصد از بررسی‌ها، اصولاً، محتوای متن را مورد بحث قرار می‌دادند. اما تا دهه 1950 این رقم به 75 درصد تنزل یافت و از هر شش بررسی یکی درباره نظریه و روش بود. بدین ترتیب توجه به جنبه‌های نظری و روش‌شناسی نیز رو به افزایش گذاشته است.

کاربردهای تحلیل محتوا

¹ - H. Lasswel

² - A. L. Boldwin.

³ - Allport

⁴ - B. Berelson.



تقریباً 75 درصد از کل بررسی‌های تجربی در زمینه تحلیل محتوا در سه رشته علمی جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی (27/7 درصد)، ارتباطات عمومی (25/9 درصد) و علوم سیاسی (21/5 درصد) انجام شده است. بارکوس با به کارگیری مقوله‌های اختصاصی‌تر دریافت که بیش از 60 درصد از کل پژوهش‌های تجربی تحلیل محتوایی در 5 زمینه متمرکز شده‌اند، شامل بررسی ارزشهای اجتماعی، تحلیل‌های تبلیغی، بررسی‌های روزنامه نگارانه، رساله‌های گروهی و پژوهش روان‌شناسانه و روانکاوانه، که هر یک از آنها حداقل 10 درصد از کل بررسی‌های را شامل شده‌اند (هولستی، 1373، ص:38).

امروزه علاقه به تحلیل محتوا در حال گسترش است چنانکه زمینه‌های مختلف مثل زبان‌شناسی، ارتباطات، علوم سیاسی، ریاضیات، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی، زبان انگلیسی، موسیقی، آگهی و بازاریابی، علوم اطلاعات و علوم کامپیوتری را در بر می‌گیرد.

بورگ و گال¹ (1989) ضمن نقل تعریف تحلیل محتوا از برنارد برلسون به عنوان "یک شیوه تحقیقی برای توصیف عینی سیستماتیک و کمی محتوای آشکار ارتباطات"، اضافه می‌کنند مواد خام برای کسی که کار تحقیقی با استفاده از تحلیل محتوا انجام می‌دهد می‌تواند هر نوع ارتباطی باشد، معمولاً مواد نوشتاری مورد تحلیل قرار می‌گیرند اما انواع دیگر ارتباطات مثل موسیقی، تصاویر، یا حالات چهره² را هم نباید کنار گذاشت. کتاب‌های درسی، انشاهای دبیرستانی، روزنامه‌ها، تبلیغات مجلات و سخنان سیاسی بعضی از این منابع هستند. تحلیل محتوا اغلب با مطالعات مشاهده‌ای همراه است. رفتار کلامی ضبط شده در کلاس، از روی نوار بازنویسی شده و محتوای آن بعداً توسط محقق بر اساس متغیرهای مورد نظر او تحلیل می‌شوند.

اغلب تحلیل‌های محتوایی در تعلیم و تربیت به منظور جوابگویی به سؤالاتی صورت گرفته است که مستقیماً به تحلیل مواد درسی مربوط است. این تحلیل‌ها عموماً به طبقه‌بندی‌ها یا جدول‌بندی‌های ساده اطلاعات خاصی توجه داشته‌اند. مثلاً تحلیل محتوای انشاهای دانش‌آموزان می‌تواند یک طبقه‌بندی از خطاهای دستوری، املائی و همچنین اطلاعاتی راجع به انواع مختلف خطاها بدست دهد. این اطلاعات را می‌توان مستقیماً در اصلاح و بازنگری دوره‌های آموزشی یا تدوین برنامه‌های جبرانی به کار برد. تحلیل محتوای کتاب‌های جاری جبر یک پایه دبیرستان می‌تواند مثلاً به ما بگوید چه عناوینی در همه کتاب‌های رشته‌های مختلف مشترک است؟ روی هر عنوان چقدر تأکید شده؟ تسلسل عناوین چگونه است؟ چه عبارات ریاضی ارائه شده؟ و چه سیستمی از علائم بیشترین فراوانی را دارند؟ چنین تحلیل‌های محتوایی اغلب بوسیله مؤسسات آزمون‌ساز که آزمون‌های استاندارد پیشرفت را تهیه می‌کنند سفارش داده می‌شوند، تا معلوم کنند که آیا آزمون‌های آنها از اعتبار محتوایی بالایی برخوردار هستند یا نه.

در میان مهمترین تحلیل‌های محتواهای اولیه درباره کتاب‌های درسی، شمارش ساده کلمات به منظور شناسایی کلماتی که بیشترین استفاده را در زبان انگلیسی دارند قابل ذکر است. سپس این فهرست کلمات مبنایی برای تعیین میزان قابلیت خواندن کتاب‌های درسی و طرح کتاب‌های خواندن و فهرست هجایی اولیه قرار گرفت. البته قابلیت خواندن کنشی از عوامل دیگر جدا از فراوانی حضور کلمه است، از این رو محققین سپس تلاش کردند یک تحلیل محتوای پیچیده‌تر از مواد درسی در تدوین فرمول قابلیت خواندن تهیه کنند. از دیگر زمینه‌های آموزشی که با استفاده از تحلیل محتوا مورد مطالعه قرار گرفته است می‌توان تحلیل تبلیغات، اثرات جامعه‌شناختی خواندن، طرز رفتار با سیاهان در کتاب‌های تاریخ، اتحاد جماهیر شوروی در کتاب‌های درسی آمریکا و ملی‌گرایی ادبیات کودکان، برنامه‌های تلویزیون،

¹ - Walter R.Borg & M.D. Gall.

² - gestures



قابلیت خواندن کتاب‌ها و روزنامه‌ها را نام برد. از این مثال‌ها می‌توان دریافت که تحلیل محتوا می‌تواند وسیله با ارزشی برای بدست آوردن انواع خاصی از اطلاعات مفید در شناخت و حل مسائل آموزشی باشد. در حالی که اغلب مطالعات اولیه متکی به شمارش فراوانی تعداد متغیرهای موردنظر (مثل خطاهای هجایی بودند، مطالعات اخیر، بیشتر با هدف کسب بینش نسبت به تغییرات پیچیده اجتماعی و روانشناختی، تحلیل محتوا را به کار برده‌اند. مثلاً یک مطالعه به مقایسه انواع کلماتی که توسط کودکان سیاه پوست سه، چهار و پنج ساله به کار رفته بود پرداخت. چنین مطالعه‌ای می‌تواند بینش ارزشمندی در مورد قضایای نظری مربوط به رشد فرایندهای شناختی و عاطفی کودکان به ما بدهد. همچنین در این مطالعه برای هدایت تحلیل محتوا یک کامپیوتر بکار گرفتند و برای جمع‌آوری نمونه‌هایی از زبان کودکان از میکروفون - بی‌سیم استفاده شد. این امکانات تکنولوژیکی سرعت و قدرت کار تحلیل محتوا را افزایش داده است.

مطالعات اخیر تحلیل محتوایی نه تنها به فراوانی محتوا توجه دارد بلکه روابط درونی بین تغییرات محتوا، یا روابط متغیرهای محتوا با سایر متغیرهای تحقیقی را نیز مورد توجه قرار داده است. نمونه‌ای از آن در مطالعه زهوریک^۱ است درباره انواع جملات بازخوردی که معلمین در برابر صحت جواب دانش‌آموزان به آنها می‌دهند. مثل «بسیار خوب»، «آفرین»، «دلیل خود را بگو» و «کسی می‌تواند نظر دیگری بدهد». برای مطالعه بازخورد رفتار معلم، زهوریک، مباحث کلاسی معلمین پایه سوم و ششم را ضبط و رونوشت برداری کرد. محتوای این بحث‌ها سپس بوسیله ابزاری که برای این تحقیق طرح شده بود که شامل 25 مقوله برای طبقه‌بندی بازخورد معلم بود مورد تحلیل قرار گرفت. آنگاه طی تحلیل‌های پیچیده‌تری داده‌ها مورد بررسی قرار گرفت. استفاده معلمین از انواع بازخورد با سطح نمره کلاس، هدف درس، استفاده معلمین از سؤالات، و کیفیت جواب‌های دانش‌آموز در رابطه بود. این تحقیق شواهد خوبی در زمینه وسعت بازخوردهایی که معلمین می‌توانند ارائه کنند فراهم کرد. چنین تحلیل‌هایی درباره ماهیت تعاملات کلاسی بینش‌های ارزشمندی را به ارمغان می‌آورد مثلاً یکی از مهمترین یافته‌های زهوریک این بود که بازخوردهای کلامی معلم بیشتر از لحاظ تنوع و عمق محدود بودند.

در بسیاری زمینه‌های تحقیقاتی اسناد یکی از منابع مهم داده‌ها هستند. و شیوه تحلیل آنها مشابه آن چیزی است که بوسیله تاریخ‌دانان به کار برده می‌شود. این تحلیل متوجه توصیف وضعیت منفی پدیده‌ها در یک زمان خاص یا توسعه آن در یک دوره زمانی معین می‌باشد. این فعالیت را می‌توان به عنوان تحقیق توصیفی دسته‌بندی کرد، به جهت شناخت مسئله، صورت‌بندی فرضیه، نمونه‌گیری، و مشاهده منظم رابطه متغیرها ممکن است به تعمیم‌دهی منجر شود. این شیوه در افزودن دانش در زمینه‌های پژوهشی و در تبیین پدیده‌های اجتماعی خاصی کمک مفیدی می‌نماید. کاربرد آن در تحقیقات آموزشی در بعضی مطالعات مانند موارد زیر پیشنهاد شده است. در تحلیل‌های اسنادی این موارد می‌تواند به عنوان منابع داده‌ها به کار برده شود: یادداشت‌ها، گزارش‌ها، فرم‌های چاپی، نامه‌ها، زندگینامه‌شخصی، وقایع‌نگاری‌ها^۲، انشاء‌ها^۳، نمرها یا موضوع مباحث، یا کارهای علمی دیگر، کتابها، مجلات ادواری، بولتن‌ها یا کاتالوگ‌ها، سرفصل‌ها^۴، آراء قضایی، تصاویر، فیلم‌ها و کارتون‌ها. هنگام استفاده از منابع اسنادی، ممکن است به ذهن فرد خطور کند که داده‌های چاپی، لزوماً دارای اعتبار نیستند. اسناد به کار رفته در تحقیقات توصیفی، بایستی در معرض انواع مشابهی از نقدهای دقیق مورد استفاده تاریخ‌دانان، قرار گیرد.

¹ - Zehorik
² - diaries
³ - composition
⁴ - syllabi



نه تنها، موثق بودن سند مهم است، که اعتبار محتوای آن هم حیاتی است. محقق وظیفه دارد که قابل اعتماد بودن همه داده‌هایی را که از منابع اسنادی بیرون می‌کشد معلوم کند.

جان بست و کاهن (1986) اهداف تحلیل‌های اسنادی را به شرح زیر دسته‌بندی نموده و در هر مورد مثالی از مطالعات واقعی ارائه کرده‌اند:

- 1- برای توصیف اعمال یا شرایط دسترسی
- شرایط ورودی دانشگاه‌های شیکاگو، چنانکه در یک تحلیل از بولتن‌های دانشکده آشکار می‌شود.
- معیارهای ارزیابی شاگردان ابتدایی مورد استفاده در کارتهای گزارش ماریون.
2- برای معلوم کردن اهمیت نسبی، یا علاقه‌مندی به عناوین یا مسائل خاص.
- اطلاعات مربوط به وضعیت سواد عمومی مردم چنانکه از پوشش روزنامه‌ای در سه منطقه شهری روزنامه‌های روزانه طی ماه دسامبر 1908 اندازه‌گیری شده است.
- مفاهیم آماری ارائه شده در متون دانشگاهی در زمینه تحقیقات آموزشی منتشر شده از 1940.
3- مشخص کردن سطح مشکل بودن مطالب در متون آموزشی یا انتشارات دیگر.
- سطح لغات در متون علمی دوره‌های میانی - مفاهیم انتزاعی یافت شده در پایه اول.
4- ارزیابی سوء‌گیری، پیشداوری یا تبلیغات در ارائه کتب درسی.
- واحد شوروی چنانکه در کتاب تاریخ دوره دبیرستان آمده است.
5- برای تحلیل انواع خطاهای موجود در کارهای دانش‌آموزان.
- اشتباهات تاپیی دانش‌آموزان ترم اول ماشین‌نویسی.
- اشتباهات کاربرد انگلیسی یافت شده در نامه‌های تقاضای پذیرش در دانشگاه وسیکانسین.
6- برای تحلیل استفاده از علائم نشان دهنده، افراد، انجمن‌ها یا جوامع سیاسی، کشورها، یا نقطه نظرات.
- نماد بریتانیای کبیر، آنگونه که در کاریکاتورهای روزنامه‌های شهر نیویورک در دهه 1930-1940 آمده است.
7- برای تشخیص سبک ادبی مفاهیم یا اعتقادات یک نویسنده.
- استفاده شکسپیر از کنایه.
- تفسیرجان دیویی از تعلیم و تربیت به عنوان رشد (ترقی).
8- برای تبیین عوامل احتمالی مرتبط با بعضی اهداف، عمل‌ها یا پدیده‌ها.
- اثر پوشش رسانه‌ای بر نتیجه انتخابات ریاست جمهوری 1976.
- تأثیر سرمقاله‌های روزنامه‌ها بر مسائل خاص.

بدین ترتیب تحلیل محتوا یا سند می‌تواند برای بدست آوردن اطلاعاتی مفید واقع شود که در ارزیابی یا تبیین اعمال آموزشی و اجتماعی بکار می‌آیند. از آنجا که زمینه‌های مهمی برای تحقیق وجود دارد، طراحی مطالعاتی صرفاً برای شمارش یا فهرست کردن از اعتبار کمی برخوردار است. بلکه تحلیل‌های عمیق تر و استنتاجی می‌تواند اطلاعات سودمند بیشتری را فراهم نماید.

هولستی (1969) پانزده کاربرد عمده تحلیل محتوا را در سه مقوله اصلی گروه‌بندی و خلاصه کرده است:

- کسب استنتاج‌هایی راجع به پیشینه ارتباط یا پیام.
- توصیف یا استنتاج ویژگی‌های پیام.



-استنباط اثرات پیام.

وی همچنین این کاربردها را در زمینه الگوی ارتباط اساسی قرار می‌دهد.

جدول زیر پانزده کاربرد تحلیل محتوا به صورت هدف کلی آنها، عنصر الگوی ارتباطی که درباره آن اعمال می‌شود و سؤال کلی که به آن پاسخ می‌دهند را نشان می‌دهد.

کاربردهای تحلیل محتوا به تفکیک هدف، عنصر ارتباط و سؤال ^۱			
هدف	عنصر	سؤال	کاربرد
استنباط پیشینه پیام (ارتباط)	منبع	چه کسی؟	- پاسخ به سؤالاتی درباره بحث مالکیت سند
	فرایند رمزگذاری	چرا؟	- مسائل سری سیاسی و نظامی - تحلیل صفات شخصیتی افراد - استنباط جنبه‌ها و تغییرات فرهنگی - فراهم کردن شواهد حقوقی و ارزشیابی
توصیف و استنباط ویژگیهای پیام	مجرا	چگونه؟	- تحلیل تکنیک‌های متقاعد سازی - تحلیل سبک
	پیام	چه؟	- شرح روندها در محتوای ارتباط - ارتباط ویژگیهای معین منابع با پیام‌هایی که می‌دهند. - مقایسه محتوای ارتباط با معیارها
	گیرنده	به چه کسی؟	- رابطه ویژگیهای معین شنوندگان با پیام‌ها - شرح الگوهای ارتباط
استنباط پی‌آمدهای ارتباطات	فرایند رمزگشایی	با چه اثری؟	- اندازه‌گیری خوانایی - تحلیل جریان اطلاعات - ارزیابی پاسخ ارتباطات

ترکیب تحلیل محتوا با روش‌های دیگر:

روش تحلیل محتوا می‌تواند به عنوان منبعی برای تکمیل اطلاعات در کنار روشهای دیگر به کار رود. مثلاً در پژوهشی درباره «چشمداشت جوانان نسبت به آینده» که مطالعه‌ای چند ملیتی بود، پرسشنامه‌ای را در بین نمونه‌ای از دانشجویان ایالات متحده، زلاندنو، آفریقای جنوبی، مصر، مکزیک، فرانسه، ایتالیا، آلمان، ژاپن و اسرائیل توزیع کردند. پس از جمع‌آوری اطلاعات

1- منبع <http://en.Wikipedia.Org/wikipedia>, free encyclopedia



برای رمزگذاری سؤالهای باز، از روش تحلیل محتوا سود جستند. همچنین از دانشجویان خواسته شده بود، درباره زندگی آینده‌شان در سال 2000 میلادی، 1000 تا 2000 کلمه بنویسند. محتوای این خود نگاره‌ها¹ برای تکمیل اطلاعات پرسشنامه، مورد تحلیل قرار گرفت (گیلسی و آلپورت، 1955).

مثالی دیگر از به کارگیری توأمان روش تحلیل محتوا با فنون دیگر، در بررسی ساختار اجتماعی جامعه توسط جینز (1958) دیده میشود. وی نام اشخاص یا مؤسسه‌هایی که در دو روزنامه محلی شهر «ایلینی» به چاپ رسیده بود، را جدول‌بندی کرد. تحلیل اطلاعات نشان داد که توزیع فراوانی نام خانواده‌ها بر حسب دفعات ذکر شده در روزنامه‌ها شاخصی معتبر برای ساختار طبقاتی محلی بود. از این تحلیل، اطلاعات مفیدی نیز درباره دیگر ویژگیهای جامعه مثل روابط خانوادگی و مشارکت سازمانی به دست آمد.

انجام یک تحلیل محتوا

کرپندورف (1980، به نقل از استملر 2001) می‌گوید برای هدایت یک طرح تحلیل محتوا بایستی به شش سؤال اساسی توجه کرد:

- 1- چه داده‌هایی مورد تحلیل قرار می‌گیرد؟
- 2- چگونه این داده‌ها تعریف می‌شوند؟
- 3- از چه جمعیتی بیرون کشیده می‌شوند؟
- 4- در رابطه با چه زمینه‌ای این داده‌ها تحلیل می‌شوند.
- 5- مرزها و حدود تحلیل کدام است؟
- 6- هدف استنتاج‌ها چیست؟

نئوندورف در کتاب راهنمای تحلیل محتوا، فرایند نوعی تحلیل محتوا را در فلوچارتی به شرح زیر خلاصه کرده است:

1) نظریه و منطق: چه محتوایی بررسی می‌شود و چرا؟
 آیا نظریه‌ها یا رویکردهای خاص وجود دارد که نشان دهد این محتوای پیام خاص برای مطالعه با اهمیت است؟ (مثلاً مطالعات مربوط به خشونت‌های تلویزیونی نشان داده که اینها ممکن است بر کودکان اثر گذارند، لذا ما محتوا و نوع پرخشگری‌ها نشان داده شده در تلویزیون را تحلیل می‌کنیم)
 در این به کارهای کتابخانه‌ای نیاز است. آیا شما یک مدل انسجام یافته را مورد استفاده قرار می‌دهید که تحلیل محتوا را با داده‌های دیگر پیوند دهد تا ارتباط با منبع یا ویژگیهای گیرنده را نشان دهد؟
 آیا سؤال تحقیق یا فرضیه‌هایی دارید؟



2) تجسم تصمیم‌های موردنظر¹: بخاطر داشته باشید که تصمیم‌گیرنده شما هستید! هیچ راه درستی هم وجود ندارد (چه متغیرهایی را در مطالعه مورد استفاده قرار خواهید داد و چگونه آنها را بصورت مجسم تعریف می‌کنید؟ ممکن است نمونه‌هایی از محتوای مورد بررسی را بخواهید غربال کنید تا مطمئن شوید همه چیز را پوشش داده‌اید.

¹- Autobiography



3) به عمل درآوردن سنجش²: اندازه‌گیری‌های که به عمل می‌آورد بایستی با آنچه در نظر داشته‌اید بسنجید همخوانی داشته باشد (چیزی که به آن اعتبار درونی گویند). چه واحدی از جمع‌آوری داده‌ها را مورد استفاده قرار می‌دهید؟ ممکن است بیش از یک واحد داشته باشید (مثلاً یکی با طرح کدگذاری گفتار و یکی با کدگذاری گوینده). آیا متغیر به خوبی اندازه‌گیری می‌شود (مثلاً در یک سطح اندازه‌گیری بالا با مقوله‌هایی که جامع و مانع باشند)؟ یک طرح کدگذاری از قبل تعیین شده که همه اندازه‌گیری‌هایی که بایستی به عمل آید را توضیح دهد بایستی ایجاد شود. هم روایی صوری و هم محتوایی در این مرحله می‌توانند ارزیابی شوند.

کدگذاری دستی

4. ب) طرح‌های کدگذاری. به موارد زیر نیاز دارید.
1- شرح کد (با توضیح تمام متغیرهای مورد سنجش)
2- فرم کدگذاری

کدگذاری کامپیوتری

4. الف) طرح‌های کدگذاری. در اینجا هم به شرح کدنیاز است که شرح کاملی از لغات و شیوه اعمال آنهاست

5) نمونه‌گیری. آیا یک سرشماری از محتوا مقدور است. (اگر بله به شماره 6 بروید). چگونه یک نمونه تصادفی از محتوا می‌گیرید؟ می‌تواند بصورت زمانی، موضوعی، صفحه‌ای، کانالی و غیره باشد.

6) آموزش و پایایی اولیه. طی یک مرحله آموزشی که کدگذاران با هم کار می‌کنند، معلوم می‌شود که آیا روی کدگذاری متغیرها توافق دارند. سپس در یک آزمون کدگذاری مستقل، پایایی روی هر متغیر مورد توجه قرار می‌گیرد. در هر مرحله چنانچه لازم باشد شرح کد فرم کدگذاری مورد تجدیدنظر قرار می‌گیرد.

7) ب) کدگذاری- اعمال فرهنگ واژه‌ها
در متن نمونه برای تهیه فراوانی برحسب واحد (مثلاً، برحسب واحد خبر، داستان)

7) الف) کدگذاری- حداقل دو کدگذار به کار گرفته می‌شود تا پایایی کدگذاران بررسی شود. کدگذاری بایستی مستقل

¹- Conceptualization decisions
²- Operationalization measures



برای برای هر واژه،
انجام بعضی کنترل‌های اعتباری.

باشد و با حداقل 90٪ همپوشی
آزمون پایایی.

8) پایایی نهایی. محاسبه شکلی از پایایی (مثلاً درصد توافق،
Pi اسکوت، رواسپیرمن یا T پیرسون) برای هر متغیر

9) جدول بندی و گزارش. مشاهده نمونه هایی از تحلیل محتوا برای آگاهی از شیوه هایی که نتایج گزارش می شوند .
آمارها و شکل‌ها ممکن است تک متغیری یا بصورت چند متغیری وجداول توافقی باشند. روندهای زمانی هم معمول است.
در اجرای طولانی روابط بین تحلیل محتوا و مقیاس‌های دیگر می تواند گویای روایی ملاکی و سازه ای باشد.

در چارچوب فلوجارت فوق توضیحات بورگ و گال (1989) در این باره می تواند بحث طراحی یک مطالعه تحلیل محتوا را کامل کند. آنها برای انجام یک پژوهش با استفاده از تحلیل محتوا مراحل زیر را بر شمرده اند:

الف- مشخص کردن اهداف- اولین قدم در طراحی یک مطالعه تحلیل محتوا بنا نهادن اهداف ویژه‌ای است که باید به آنها رسید یا طرح فرضیه‌هایی است که باید آزموده شوند. تحلیل محتوا معمولاً برای دستیابی به یکی از اهداف زیر به کار گرفته می‌شود:

1- فراهم نمودن اطلاعات توصیفی. بطور مثال یک تحلیل محتوای موضوعات کتاب تاریخ مدارس شوروی اطلاعات توصیفی بدست می دهد که فهم بهتری از شهروندان شوروی درباره تاریخ و چگونگی تفسیر آنها از وضعیت بین المللی را فراهم می کند. اغلب تحلیل محتواهای آموزشی برای تهیه اطلاعات توصیفی صورت می‌گیرد.

2- اعتباریابی متقابل یافته‌های تحقیقی. تحلیل محتوا ابزار مفیدی برای مقایسه نتایج حاصل از تحقیقات با شیوه‌های دیگر مثل مصاحبه است بطور مثال، یافته‌های یک مطالعه درباره ضعف‌های نوشتاری دانشجویان تازه وارد که بر اساس مصاحبه با استادان زبان انگلیسی بدست آمده را می‌توان با انجام تحلیل محتوا روی نمونه‌ای از انشاءهای آنان مقایسه کرد. با مقایسه نتایج از طریق شیوه‌های مختلف، اعتبار نتایج را می‌توان آزمود و شواهد تحقیقات را مدل نمود. از آنجا که تحلیل محتوا غیر واکنشی و کم هزینه است برای این جایگزینی روش مناسب تری است.

3- آزمون فرضیه‌ها، تحلیل محتوا می‌تواند برای کشف روابط و آزمون تئوری‌ها بکار رود. مثلاً یک مطالعه اخیر توسط ریچارد برون از تحلیل محتوا جهت بررسی پوشش روزنامه‌ای مسئله تنظیم خانواده، برای آزمودن نظریه لوین، درباره یک ابزار جلوگیری از بارداری استفاده کرد.

ب - تعیین جایگاه داده‌های مورد نظر



وقتی که اهداف مشخص شدند، مرحله بعدی در تحلیل محتوا، یافتن داده‌هایی است که با این هدفها مرتبط هستند. کلاس کریپندرف مشاهده کرد، هر چیزی که با پدیده مورد علاقه محقق مرتبط باشد می‌تواند به عنوان داده‌های تحلیل محتوا قرار گیرد. البته بایستی نسبت به روابط غیرمستقیم و ظریف که اطلاعاتی در مورد فرضیات می‌دهند هشیار بود. نمونه‌ای از تحلیل محتوای شواهد غیرمستقیم، درباره هویت و خودپنداری سیاهان صورت گرفت. محققان چنین فرض گرفتند که تحرک طبقاتی سیاهان که از اواسط دهه 1960 شروع شده، منجر به این شده که هویت و خودپنداری آنان تغییر مثبتی پیدا کند. آنها دلیل می‌آورند که اگر چنین تغییری صورت گرفته باشد، جستجوی نشریات آنان کاهش تبلیغات در زمینه صاف کردن مو و کرم‌های پوستی را نشان خواهد داد. آنگاه بدنبال یافتن تعداد و نسبت تبلیغات مزبور نشریات از 1949 تا 1974 بررسی شد. میانگین سالانه تعداد این تبلیغات سال‌های 1961 تا 1966 معادل 6/69 مورد و از 1967 تا 1972 برابر 6/51 مورد بود. این تحقیق نشان داد تحلیل محتوا می‌تواند برای مطالعه رفتار و نگرش‌ها، مقیاس‌های غیرمستقیم و ناآشکاری را به کار گیرد. در مورد بسیاری این رویکرد غیرمستقیم برای مسائل حساس اطلاعات معتبرتری نسبت به شیوه‌های مستقیم مثل مصاحبه یا پرسشنامه فراهم می‌کند.

اغلب مطالعات تحلیل محتوا روی داده‌های موجود صورت می‌گیرد. اما می‌توان از طریق پرسشنامه یا درخواست نوشتن انشاهایی، یا مصاحبه کردن و پیاده کردن مطالب روی کاغذ، اطلاعاتی در مورد اهداف خود تولید کرد. مثلاً در مطالعه‌ای از 1000 دانش‌آموز خواسته شد تا به سؤال: «کشیدن سیگار از نظر شما چگونه است؟» پاسخ کتبی دهند. سپس محتوای پاسخ‌ها، مورد تحلیل قرار گرفت و برای پایه‌های مختلف و افراد سیگاری و غیرسیگاری مورد مقایسه قرار گرفت. مطالعه‌ای از این نوع بینش‌های با ارزشی درباره چگونگی تصور دانش‌آموزان درباره سیگار کشیدن، فراهم می‌سازد، که می‌تواند پیشنهادهایی برای کاهش این رفتار ارائه کند.

ج- جمع‌آوری شواهد زمینه‌ای

بعد از در اختیار داشتن داده‌هایی برای تحلیل بایستی بین این داده‌ها و استنتاج‌هایی که در نظر داریم از داده‌ها به عمل آوریم ارتباط برقرار سازیم. به عبارت دیگر برهانی طرح کنیم که داده‌های تحلیل محتوا واقعاً با هدف و فرضیه‌ها مرتبط هستند. راه‌های معمول برای تهیه این شواهد زمینه‌ای شامل: یک نظریه یا مدل، مرور تحقیقات پیشین، یا ذکر دیدگاه تجربی (تخصصی) است که رابطه بین داده‌ها و اهداف مطالعه را مورد حمایت قرار دهد. مثلاً در مطالعه هویت‌یابی سیاهان‌نویسندگان از دیدگاه متخصصان و تحقیقات قبلی برای حمایت از موضوع مورد بحث استفاده کردند.

د- نمونه‌گیری

مرحله بعدی در طراحی مطالعه تحلیل محتوا طرح نقشه‌ای برای بدست آوردن نمونه معرفی از داده‌های موردنظر است اگر افراد دست‌اندر کار تحقیق شیوه‌های رضایت‌بخشی برای انتخاب نمونه از محتوای مورد مطالعه را به کار نگیرند تحلیل محتوا ممکن است دچار انحراف یا سوگیری شود. در بسیاری از تحلیل‌های محتوایی، همه محتوای مربوط به مسئله تحقیق مورد مطالعه قرار می‌گیرد. بطور مثال یک تحلیل که به تئوریهای آموزشی نویسنده (منفردی) می‌پردازد، معمولاً تألیفات آن نویسنده را در رابطه با سؤال خود مورد تحلیل قرار می‌دهد. اما اغلب تحلیل محتوا با سرفصل‌هایی کار دارد که از بخش وسیعی از مواد آموزشی مستند بیرون کشیده می‌شود. از این رو مواد آموزشی مورد تحلیل، با بعضی شیوه‌های نمونه‌گیری انتخاب می‌شوند. مطالعه‌ای از گرایش‌ها در فلسفه آموزشی به گونه‌ای که در 50 سال گذشته در روزنامه‌ها منتشر شده،



شامل حجم زیادی از مواد علم خواهد بود. در این حالت یک شیوه نمونه‌گیری به کار گرفته می‌شود تا محتوای مورد تحلیل را به مقدار قابل اجرایی کاهش دهد. ممکن است محقق از هر پنج سال انتشار یک سال و در مجموع 10 سال را انتخاب کند، سپس با استفاده از جدول اعداد تصادفی چند عدد را به عنوان روزهای سال انتخاب کند و روزنامه آن روزها را برگزیند. داده‌های نمونه‌گیری برای تحلیل محتوا را به هریک از شیوه‌های نمونه‌گیری می‌توان جمع‌آوری کرد. ولی نمونه‌گیری تصادفی بهترین شیوه است و در تحلیل محتوا بسیار ساده‌تر قابل حصول است تا در شیوه‌های دیگر تحقیق.

هـ - اجرای شیوه‌های کدگذاری

پس از این که محتوا با شیوه نمونه‌گیری مناسب انتخاب شد، یک سیستم کدگذاری یا طبقه‌بندی برای تحلیل آن لازم است. اگر امکان داشته باشد بهتر است از یک نظام کدگذاری که در تحقیق قبل از آن به کار گرفته شده استفاده شود. با این کار هم از لحاظ وقت صرفه جوی می‌شود و هم مقایسه نتایج را با تحقیقات دیگر ممکن می‌سازد. در نتیجه احتمال بیشتری وجود خواهد داشت که پروژه تحقیقاتی در نظریه و دانش حوزه تحقیق سهمی داشته باشد. فرهنگ‌های لغاتی برای این منظور طرح شده است. نمونه‌ای از آن دیکشنری روانی اجتماعی هاروارد III است که برای تحلیل محتوا هم در حوزه روانشناسی و هم جامعه‌شناسی به کار برده می‌شود. این دیکشنری در بردارنده مقوله‌های محتوایی در زمینه‌هایی مثل اشخاص، نقش‌ها، اشیای فرهنگی، فرایندهای فرهنگی، فرایندهای روانشناختی و اعمال اجتماعی - عاطفی است. اگر چنین دیکشنری در اختیار نباشد لازم است محقق برای تحقیق خود آنها تهیه کند، زیرا تعریف مقوله‌هایی که متغیرها را اندازه‌گیری می‌کند ضروری است (متغیرهایی که بوسیله اهداف و فرضیه‌های تحقیق مشخص می‌شوند). مثلاً اگر علاقه‌مند به بررسی فراوانی ارجاع‌های شخصی^۱ مثبت و منفی در مصاحبه‌های مشاوره‌ای هستید لازم است مجموعه‌ای از مقوله‌ها و قواعد برای تصمیم‌گیری در مورد اینکه چه عباراتی نمره‌گذاری می‌شوند فراهم کنید. مقوله‌های معینی مثل کلمات معین (مثلاً هر نوع کلمه‌ای که نشان دهنده «من» باشد) از لحاظ تهیه و نمره‌گذاری نسبتاً آسان هستند. مقوله‌های محتوایی که وابسته به تفسیر و ارزیابی فرد هستند مشکل‌تر هستند، از آنجا که معمولاً تحلیل محتوا وابسته به شمارش فراوانی‌هاست، خیلی مهم است که طول محاورات کنترل شود. برای مثال، شما می‌دانید که مراجعین به خدمات مشاوره دانشجویی خود ارجاع‌های منفی بیشتری را در اولین مصاحبه نسبت به مصاحبه بعدی صورت می‌دهند. قبل از تفسیر این یافته بایستی مشخص شود که طول مصاحبه تا چه اندازه باشد که مطمئن شویم آنها قابل مقایسه‌اند. مراجعه‌کنندگان ممکن است در اولین مصاحبه، بیشتر از مصاحبه‌های بعدی صحبت کنند. بنابراین، تغییر آشکار در فراوانی خود ارجاعی را می‌توان به تغییر در پرحرفی مراجعین نسبت داد.

دو رویکرد پیرامون کدگذاری داده‌ها وجود دارد که قواعد آنها اندکی با یکدیگر متفاوت است: یکی کدگذاری تکوینی^۲ و دیگری کدگذاری از قبل طرح شده^۳ در کدگذاری تکوینی مقوله‌ها در پی از یکسری آزمایشات مقدماتی داده‌ها طرح می‌شوند.

مراحل کدگذاری تکوینی را هنری و همکارانش (1998) چنین خلاصه کرده‌اند.

اول: مواد تحلیل محتوا توسط دو نفر مرور می‌شوند و چک لیستی از ویژگی‌های آن تهیه می‌شود.

دوم: یادداشت‌ها از سوی محققین مقایسه و تفاوت چک لیست‌های اولیه و اکاوی و برطرف می‌شود.

سوم: محققین یک چک لیست منسجم برای کدگذاری مستقل به کار می‌گیرند.

¹ - Self- renfernces

² - emergent coding

³ - priori doding



چهارم: پایایی کدگذاری از سوی محققین بررسی می‌شود (ضریب توافق 95٪ یا کاپای 80٪ توصیه شده است). اگر سطح پایایی قابل قبول نبود، مراحل قبلی تکرار می‌شود. و اگر مطلوب بود، کدگذاری در سطح وسیع اجرا و کنترل‌های دوره‌ای نیز به عمل می‌آید. در کدگذاری از قبل طرح شده، مقوله‌ها پیش از تحلیل، بر مبنای بعضی جنبه‌های نظری طرح می‌شوند. با تأیید مقوله‌ها توسط افراد صاحب‌نظر و متخصص کدگذاری روی داده‌ها اعمال می‌شود و هر جا لازم شود مورد تجدیدنظر قرار می‌گیرند تا حداکثر ملاک جامع و مانع بودن حاصل گردد. با این توضیح به سراغ واحدهای کدگذاری می‌رویم.

و - واحدهای کدگذاری

برای تعریف واحدهای کدگذاری چند راه وجود دارد. روش اول تعریف فیزیکی آنها به صورت حدود طبیعی و ذاتی مثل مقاله‌های روزنامه، نامه‌ها و اشعار است. راه دوم تعریف واحدهای دستوری است. در این روش از جداکننده‌هایی مثل کلمه، جمله یا پاراگراف برای تعریف واحدهای کدگذاری استفاده می‌شود. روش سوم تعریف واحدهای کدگذاری استفاده از واحدهای ارجاع است. این واحدها به شیوه‌ای که یک واحد بازنمایی می‌شود اشاره دارند. مثلاً یک مقاله ممکن است به دلیلی بوش، رئیس‌جمهور، پریزنت یا دلیلی اشاره کند. وقتی علاقه‌مند به استنتاج‌هایی درباره نگرش‌ها و ترجیحات افراد باشیم واحدهای ارجاعی سودمند هستند. روش چهارم تعریف واحدهای کدگذاری استفاده از واحدهای گزاره‌ای است. این شیوه احتمالاً پیچیده‌ترین روش تعریف واحدهای کدگذاری است، چون با شکستن متن برای آزمایش و بررسی فرضیات زیربنایی سروکار دارد. در این روش از خلال عبارات، مفاهیم موردنظر جستجو می‌شود.

واحدهایی که در تحلیل محتوا به کار می‌روند سه نوعند: واحدهای نمونه‌گیری، واحدهای مثبتی و واحدهای متن.

واحدهای نمونه‌گیری بخش‌هایی از واقعیت مورد مشاهده منبع تحقیق هستند که مستقل از هم به شمار می‌آیند واحدهای نمونه‌گیری وابسته به منظور محقق هستند. این واحدها می‌توانند کلمات، جمله‌ها، یا پاراگراف‌ها باشند واحدهای مثبتی به ندرت با مرزهای فیزیکی تعریف می‌شوند. هولستی واحد مثبت را «بخش خاصی از محتوا که بر حسب جایگاهش در مقوله‌ای معین شرح داده می‌شود» تعریف می‌کند. گاهی ایده‌های موردنظر که باید از خلال مطلب استنباط شوند واحدهای مثبتی محسوب می‌شوند.

واحدهای متن حدود اطلاعات متن را که می‌توان برای توصیف واحد مثبت به کار رود معین می‌کنند. واحدهای متن آن بخش از مطالب را که بصورت نمادین برای توصیف واحد مثبت مورد بررسی قرار می‌گیرند مشخص می‌کنند. واحدهای متنی لازم نیست بصورت مستقل یا جداگانه قابل توصیف باشند، ممکن است با واحدهای مثبتی همپوشی داشته یا آنها را شامل شوند. واحدهای مثبتی برای آنچه مثبت می‌شود محدودیت فیزیکی ایجاد می‌کنند.

اعتبار و پایایی در تحلیل محتوا

اعتبار

اعتبار استنتاج‌های به عمل آمده براساس داده‌های یک رویکرد تحلیلی وابسته به استفاده از منابع چندگانه اطلاعات است. در تحقیقات کیفی اعتبار از یک ترکیب مثلی حاصل می‌شود. ترکیب منابع متعدد داده‌ها، شیوه‌ها، جستجوگران یا تئوریها باعث اعتبار یافته‌ها می‌شود. مثلاً اگر تحلیلی روی اسناد مدرسه درباره رسالت مدرسه صورت گیرد که سؤال تحقیق معطوف به

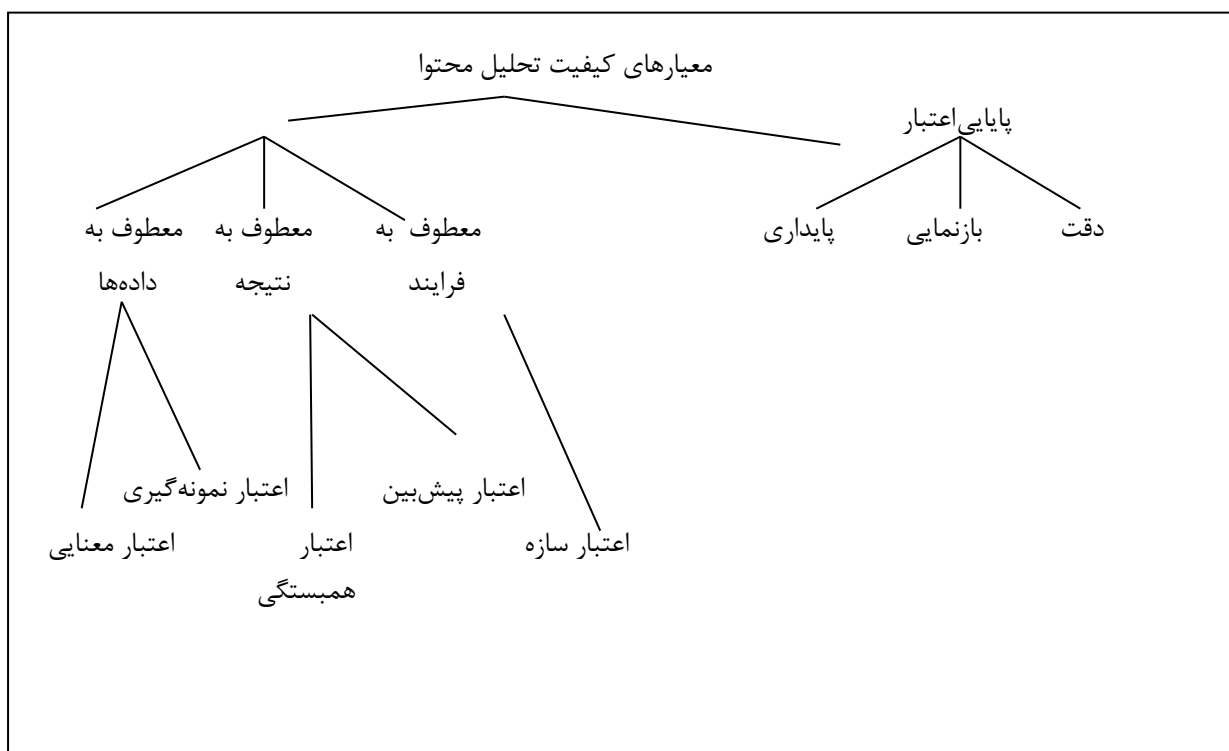


کشف هدف مدرسه از دیدگاه مؤسسه باشد، برای اعتبار متقابل یافته های تحلیل محتوا می توان مصاحبه مسئولین و هیئت امناء مدرسه در هنگام استخدام معلمین را از لحاظ چگونگی تأکید آنها بر اهداف مدرسه بررسی کرد.



طبق گفته کریپندوزف (1383)، اعتبار به برخورداری از خصیصه‌ای اطلاق می‌شود که به موجب آن داده‌ها با واقعیت‌های مسلم و بی‌چون و چرا پذیرفته می‌شوند. تحلیل محتوا را در جایی معتبر می‌خوانیم که استنباط‌های آن در برابر شواهدی که به طور مستقل به دست آمده تأیید شود اعتبار بخشیدن یعنی کاهش خطر اتکاء به یافته‌های گمراه‌کننده بجای یافته‌های درست.

کریپندوزف اعتبار درونی را همان پایایی می‌داند و اعتبار به معنای اخص کلمه را اعتبار بیرونی در نظر می‌گیرد. اعتبار بیرونی از نظر وی میزان تناظر تغییرات درون فرایند تحلیل با تغییرات بیرون آن است یعنی تشخیص اینکه یافته‌ها همانگونه که ادعا شده، معرف پدیده‌های واقعی در متن داده‌ها هستند. دسته بندی کریپندوزف از انواع اعتبار در تحلیل محتوا به شرح زیر است:



در این دسته بندی اعتبار اطلاعات تحلیل محتوا با توجه به داده‌ها، فرایند و نتیجه تحلیل قابل بررسی است.

اعتبار مربوط به داده‌ها به دو نوع اعتبار معنایی و اعتبار نمونه‌گیری تقسیم می‌شود.

اعتبار معنایی ارزیابی میزان حساسیت روش به معانی نمادین مربوط به متنی معین است. اعتبار معنایی بالا زمانی حاصل می‌شود که معانی زبان داده‌ها، با معانی منبع، دریافت‌کننده یا هر متنی که داده‌ها نسبت به آن مورد بررسی قرار می‌گیرد متناظر باشد.

اعتبار نمونه‌گیری - ارزیابی میزان غیرسوگیرانه بودن نمونه برگرفته از جامعه مورد بررسی است. یعنی نمونه را بتوان معرف جامعه آماری دانست. نمونه تا جایی معتبر است که ترکیب آن از لحاظ مقیاس یا توزیع با ترکیب جامعه آماری موردنظر متناظر باشد.



اعتبار عملی یا معطوف به نتیجه - ارزیابی میزان مناسب بودن روش در شرایط گوناگون است. موفقیت تحلیل محتوا وابسته به این است که نشان دهد نتایج آن با چیزی که مدعی ارائه آن است همبستگی و همخوانی دارد. کریپندوزف اعتبار معطوف به نتیجه را به دو نوع اعتبار همبستگی و اعتبار پیش بین تقسیم می‌کند.

اعتبار همبستگی - میزان همبستگی یافته‌های بدست آمده با یک روش با یافته‌های حاصل از روش دیگر و در نتیجه قابلیت جایگزینی آنهاست. در تحلیل محتوا اعتبار همبستگی، همبستگی بالای استنباط‌های تحلیل محتوا و سایر اندازه‌های همان ویژگی‌های متن از یکسو (اعتبار همگرا) و همبستگی پایین بین استنباط‌ها و اندازه‌های ویژگی‌های دیگر است (اعتبار افتراقی).

اعتبار پیش‌بین - میزان همخوانی پیش‌بینی‌های حاصل از یک روش با واقعیت‌هایی است که به طور مستقیم مشاهده می‌شوند. در تحلیل محتوا اعتبار پیش بین مستلزم آن است که استنباط‌های حاصله از همخوانی بالایی با حالات، ویژگی‌های یا رویدادهای متن داده‌ها برخوردار باشند و با خصوصیتی از متن که این استنباط منطقاً شامل آنها نمی‌شود همخوانی نداشته باشند.

اعتبار معطوف به فرایند - ارزیابی میزان مدل‌سازی یا شبیه‌سازی یا ارائه کارکردی روابط درون متن داده‌ها بوسیله عمل تحلیل است. در تحلیل محتوا این قسم اعتبار اساساً به ماهیت سازه تحلیلی مربوط می‌شود که بر اساس تناظر ساختاری - کارکردی معلوم فرایندها و مقوله‌های تحلیل با نظریه‌ها یا مدل‌ها یا شناخت قابل قبول درباره متن داده‌ها، سازه تحلیلی تصدیق یا رد می‌شود. کریپندوزف این نوع اعتبار را همان اعتبار سازه می‌خواند.

محاسبه پایایی

استیو استملر (2001) پایایی را در دو عبارت توضیح داده و نحوه محاسبه آن را با کمک فرمول کوهن (1960) بیان کرده است:

پایداری^۱ یا پایایی درون کدگذار. آیا یک کدگذار (داور) در دفعات مختلف به نتایج مشابهی دست پیدا می‌کند؟ پایداری همچون بازآزمایی میزان عدم تغییر در طول زمان است و موقعی آشکار می‌شود که کدگذار در زمان دیگری مجدداً یک رشته داده‌ها را کدگذاری کند. بازتولیدی^۲ یا پایایی بین داوران، آیا طرح‌های کدگذاری باعث می‌شوند که افراد مختلف یک متن را در مقوله‌های مشابهی کدگذاری کنند. به این نوع پایایی «اجماع» نیز گفته می‌شود. یکی از راه‌های اندازه‌گیری پایایی که کاربرد زیادی دارد، محاسبه درصد توافق بین داوران (کدگذاران) است که با شناسایی تعداد مواردی که توسط دو کدگذار به صورت مشابهی کد شده‌اند و تقسیم آن بر تعداد کل موارد کدگذاری بدست می‌آید. اما مشکل این روش، این است که سهم شانس را به حساب نمی‌آورد. چون بخشی از توافقی‌های بین داوران ممکن است ناشی از شانس باشد. برای جبران این نقص، محاسبه ضریب کاپای کوهن پیشنهاد شده است که با فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$k = \frac{P_A - P_c}{1 - P_c} \quad \text{در این فرمول } P_A \text{ نسبت واحدهای مورد توافق.}$$

و P_c : سهم شانس در توافق‌هاست که همچون جداول توافقی. از حاصل ضرب جمع ستونی در جمع ردیفی بدست می‌آید.

¹ - Stability

² - reproducibility



ضریب حاصله بین 0 و 1 متغیر است که نشان دهنده پایایی کامل و عدم توافق مگر بر اثر شانس را نشان می‌دهد. یادآوری شود. هولستی (1373) فرمول مشابهی به شرح زیر را نقل کرده و آن را به اسکات (1955) نسبت داده است:

درصد توافق مورد انتظار - درصد توافق مشاهده شده

$P_i =$

درصد توافق مورد انتظار - 1

کریپندورف (1383) به قسم سوم از پایایی با عنوان «دقت» نیز اشاره می‌کند و آن را میزان تطابق کارکردی یک فرایند با استاندارد مشخص یا به بار آوردن چیزی که برای بار آوردن آن طراحی شده است تعریف می‌کند. به بیان ساده تر «دقت» مقایسه نتایج تحلیل محتوا با یک استاندارد خارجی مثل نظر متخصصان است و چنانکه کریپندورف هم اشاره نمود، چنین استاندارد در تحلیل محتوا کمتر یافت می‌شود.

پایایی فردی حدود توافق رمزگذاران را منعکس می‌کند. آموزش در افزایش پایایی فردی نقش به‌سزایی دارد. برای تشخیص قضاوت‌هایی که با گروه فاصله دارند، آزمونهایی انجام می‌شود. این کار با جدول‌بندی درصد توافق موجود بین هر جفت از قضاوت‌ها صورت می‌گیرد.

پایایی مقوله بستگی به توانایی تحلیل‌گر در تنظیم مقوله‌هایی دارد که شواهد تجربی در مورد آنها به اندازه کافی روشن باشد به طوری که داوران در مورد تعلق یا عدم تعلق مجموعه‌ای خاص به مقوله‌های موردنظر توافق داشته باشند. هنگامی که از طریق پیش‌آزمون توافق کمی بین کدگذاران مشاهده شود و با آموزش هم برطرف نشود. به احتمال زیاد مقوله‌ها مبهم تعریف شده‌اند.

هولستی برای رفع مشکلات پایایی مقوله‌ها چند پیشنهاد کرده است: اولاً مقوله‌ها به طور دقیق و جامع تعریف شوند تا رمز گذاری از یک کار تخصصی به یک کار غیر تخصصی تقلیل یابد. دوم، یکی کردن مقوله‌های فرعی و خودداری از الزام به تمایزات ظریف بین مقوله‌های فرعی. سوم، افزایش داوران، برای گسترش زمینه توافق.

اندازه ضریب پایایی مرکب با افزایش داوران، افزایش می‌یابد ضریب پایایی مرکب از طریق فرمول زیر محاسبه می‌شود:

(میانگین توافق بین داوران) N

= پایایی مرکب

1 + [(N-1) میانگین توافق بین داوران]

راه حل عملی تر برای مقوله بندی، تعریف آن به عنوان مجموعه‌ای از تصمیم‌های دوگانه است. در این حالت رمزگذار بین دو شق مختلف تعریف شده برای یک موضوع تصمیم‌گیری می‌کند. مثلاً آیا نظر یک نماینده مجلس به پرداخت وام است یا کمک بلاعوض، برای اهداف نظامی است یا اقتصادی، برای کشورهای متحد یا بی طرف. ثابت شده است که فن تصمیم دوگانه توافق بین داوران را افزایش می‌دهد.

همچنین با مصاحبه با معلمین دانش‌آموزان می‌توان میزان آگاهی آنها از رسالت مدرسه را زمینه‌یابی کرد. یا با نگاهی به کلاس از چگونگی اجرای اهداف مدرسه آگاهی یافت (استملر استیو، 2001).



شپیرو و مارکوف (1997) معتقدند تحلیل محتوا تا جایی معتبر است که نتایج آن با اندازه‌گیری‌های دیگر همبسته باشد. از این دیدگاه بررسی رابطه بین پیشرفت دانش آموزان متوسطه روی مقیاس‌های شناختی و تأکید بر اهداف شناختی در عبارات درج شده در اسناد رسالت مدرسه مبین اعتبار یافته‌ها خواهد بود (همان منبع)

پس از طرح نظام طبقه‌بندی باید تعیین کرد آیا پایایی بین رتبه دهندگان از درجه بالایی برخوردار است یا نه؟ اگر پایایی کم باشد بایستی ابهامات نظام طبقه بندی مشخص و برطرف شوند. گاهی خوب است که مجموعه‌ای از قواعد نمره گذاری تدوین شود تا پایایی افزایش یابد. این کار در تحقیقی بوسیله گال (1968) انجام گرفت. فرض این بود که افراد خلاق بیشتر از افراد غیرخلاق نسبت به خصوصیات زیبایی شناختی، پویایی و عاطفی اشیاء حساس هستند. برای آزمون این فرضیه، گال فراوانی افراد خلاق که انواع معینی از اصلاح کننده‌های اسمی (صفات، اصول، صفات پیش بین) را در توصیف لکه‌های جوهر رور شاخ به کار می بردند با فراوانی به کارگیری اصلاح کننده‌های اسمی توسط افراد غیرخلاق مقایسه کرد. به منظور اطمینان از اینکه رتبه گذاران بطور پایایی اصلاح کننده‌های اسمی مشخص می کند، محقق یک مجموعه قواعد برای نمره گذاری اصلاح کننده‌های اسمی را طراحی کرد تا ابهامات موجود در طبقه بندی اولیه را برطرف کند. با استفاده از این نوع قواعد، پایایی بین کدگذاران به حداکثر می رسد. پایایی بین کدگذاری در تحلیل محتوا بسیار مهم است و باید گزارش شود.

ح- شیوه‌های تحلیل آماری

مرحله آخر تحلیل محتوا تصمیم‌گیری درباره شیوه‌های آماری مورد استفاده است. مثل سایر تحقیقات برای خلاصه کردن داده‌ها و سهولت تفسیر، به شیوه‌های آماری نیاز است. عمومی‌ترین شیوه خلاصه کردن اطلاعات در تحلیل محتوا از طریق فراوانی‌های مطلق مثل تعداد رویداد موردنظر در داده‌ها، فراوانی نسبی، یعنی نسبت رویدادهای معین به کل رویدادها است. آماره‌های توصیفی همچون میانگین میانه و انحراف معیار هم برای مقایسه میزان وقایع مختلف به کار می‌رود. در تحلیل‌های محتوایی که رابطه‌ها بررسی می‌شود، جداول تقاطعی ساده یا تحلیل مجذور خی، اغلب استفاده می‌شود که برای تحلیل داده‌های مقوله‌ای مناسب هستند.

استفاده از کامپیوتر

در سالهای اخیر کامپیوتر تحلیل محتوا را متحول کرده است بسیاری عملیات‌ها مثل شمارش فراوانی لغات به سرعت و دقت توسط کامپیوتر انجام پذیر است. تکنولوژی به آنجایی رسیده که توسط اسکانر صفحات چاپی خوانده شده و مستقیماً وارد کامپیوتر می‌شود. در حال حاضر برنامه‌های متعددی مثل Word و Intext وجود دارد که برای تحلیل متن به کار می‌روند و عمدتاً در تحلیل‌های کمی مورد استفاده قرار می‌گیرند. اما برای تحلیل‌های تفسیری و استنتاجی، برنامه‌های دیگری لازم است که امید می‌رود با پیشرفت‌های هوش مصنوعی فراهم شوند.

تحلیل کمی و تحلیل کیفی

بحث کمی یا کیفی بودن شیوه تحلیل محتوا نیز یکی از مباحث مطرح در خصوص روش‌شناسی تحقیق است که در انتها این مقاله توضیح آن لازم می‌نماید. هولستی با طرح سؤال زیر به بحث در این زمینه می‌پردازد:



«آیا روش تحلیل محتوا باید به صورت کمی انجام گیرد؟ و آیا باید محدود به محتوای آشکار پیام باشد، یا می‌تواند جنبه‌های پنهان ارتباطات را نیز مورد بررسی قرار دهد؟ شرط کمی بودن اطلاعات هم از سوی مدافعین و هم منتقدین ضروری قلمداد شده است. کاپلان و گلدن، (1949) هدف تحلیل محتوا را طبقه‌بندی محتوای پیامهای ارتباطی در عبارات عددی دانسته‌اند. اما بعضی نیز بررسیهای نظام دار اسنادی را شکل مهم و احتمالاً معنادارتری از روش تحلیل محتوا دانسته‌اند.»

«برخی از نیازهای طرحهای پژوهشی بوسیله بازگویی تعداد نهادها یا موضوعهای پیام برآورده می‌شود. مثلاً مقایسه تعداد دفعاتی که دو نامزد ریاست جمهوری آمریکا، از سیاست آمریکا در جنگ ویتنام سخن گفته‌اند برای نتیجه‌گیری در مورد این که موضع‌گیری در مقابل جنگ ویتنام چه تأثیری بر کسب آراء داشته است کفایت می‌کند. این کار یعنی محدود ساختن روش تحلیل محتوا به نظام واحد شمارشی، بر مبنای این فرض صورت می‌گیرد که فراوانی، تنها شاخص معتبر ارتباط، تمایل، شدت و نظایر آن است.»

باردن در این باره چنین توضیح می‌دهد: در تعریفی که از تحلیل محتوا شده است بعضی بر ویژگی کمی آن تأکید کرده‌اند و برخی از اعتبار تحلیل کیفی دفاع کرده‌اند. برداشت کمی بر پایه فراوانی بعضی عناصر پیام صورت می‌گیرد و برداشت کیفی به شاخص‌های غیربسامدی که امکان استنباط را فراهم می‌کنند مربوط است. برای مثال حضور (یا غیبت) نشانه‌ای، گاهی به اندازه بسامد یا بیشتر از آن مفید است مثلاً در سخنان یک مقام سیاسی ظهور یک کلمه غیرمنتظره یا مخصوص مخالفین به عنوان نشانه‌ای مهم عمل می‌کند.

در برداشت کمی داده‌های توصیفی با یک روش آماری بدست می‌آیند. این روش به دلیل شمارش منظم، قطعی، تر، عینی‌تر و مطمئن‌تر است زیرا مشاهده با نظارت بیشتری صورت می‌گیرد. برداشت کیفی به روشی شهودی‌تر ارتباط دارد، اما قابل انعطاف‌تر است و با نشانه‌هایی پیش‌بینی نشده می‌توان آن را تطبیق داد. این روش اجازه می‌دهد که روابط ممکن بین یک نشانه در پیام و یک متغیر یا متغیرهای مربوط به گوینده (با وضعیت ارتباط) به ذهن بیاید.

تحلیل کیفی دارای ویژگیهای خاصی است، مخصوصاً برای استنتاج‌های خاص در مورد یک حادثه یا متغیر خاص معتبر است، اما خطراتی متوجه آن است زیرا برداشتها و مقایسه‌ها جنبه ذهنی پیدا می‌کنند و ممکن است ایایی رمزگذاری را دچار مشکل کنند. در این موارد درک صحیح معانی مهم است.

بهرحال بحث برداشت کمی - کیفی بر می‌گردد به آغاز قرن بیستم که ویژگی تحلیل محتوایی را کمی بودن و در نتیجه غیرقابل انعطاف بودن تشکیل می‌داد اما بعداً به این امر توجه شد که ویژگی تحلیل محتوا استنباط است. و چگونگی استنباط می‌تواند بر مبنای معرف‌های مقداری باشد یا نباشد. بدیهی است در انتخاب نوع اندازه‌گیری ماهیت ماده تحلیلی نقش دارد.

همچنین با توجه به شیوه‌ای دیگر می‌توان به هر سخنرانی، بر اساس اینکه موضوع اصلی آن چه بوده است، رمزی مجزا داد و به یک قضاوت کیفی درباره تمام اسناد دست زد.

در بحث از تحلیل‌های کمی و کیفی چنانکه لازارسفلد و بارتون (1951) گفته‌اند، همه نظریه پردازان اندازه‌گیری، اتفاق نظر دارند که کیفیت و کمیت، ویژگیهای دوگانه‌ای نیستند، بلکه در طول یک پیوستار قرار دارند.

از این رو تحلیل‌گر محتوا باید از روشهای کیفی و کمی برای تکمیل یکدیگر توأمان استفاده کند. ارتباط بین این دو روش، ارتباطی دورانی است. هر یک از آنها بینشی را شکل می‌دهند که دیگری از آن تغذیه می‌کند. با این وجود تمایزات آشکاری بین این شیوه برقرار است و از لحاظ روش‌شناسی می‌توان تحلیل محتوای کمی و کیفی از هم تفکیک نمود.



. وایت و مارش (2006) ضمن بیان مراحل مطالعه در تحلیل محتوای کمی به شرح زیر، فرق تحلیل محتوای کمی و

کیفی را توضیح می‌دهد.

مراحل تحلیل محتوای کمی:

- 1- بنای فرض یا فرضیه‌ها
- 2- شناسایی داده‌های مناسب
- 3- تعیین شیوه نمونه‌گیری و واحد نمونه
- 4- نمونه‌گیری
- 5- تدوین واحد جمع‌آوری داده‌ها و واحد تحلیل
- 6- تدوین طرح کدگذاری که آزمون فرضیه را ممکن سازد.
- 7- کدگذاری داده‌ها
- 8- واریسی پایایی کدگذاری و در صورت لزوم اصلاح آن
- 9- تحلیل داده‌های کدگذاری شده اعمال آزمون آماری مناسب
- 10- تدوین گزارش یافته‌ها

توضیح اینکه، در تدوین فرضیه، تحلیل محتوای کمی از یک سنت تحقیق اثبات‌گرایی¹ پیروی می‌کند و رویکرد آن قیاسی است. هدف تحلیل محتوای کمی آزمون فرضیه‌هاست نه بسط آن. همچنین فرضیه‌ها روش‌شناسی تحلیل را مشخص می‌کند و تعیین می‌کند چه داده‌هایی برای تست فرضیه لازم است. نمونه‌گیری به منظور تعمیم نتایج از موارد خاص به موارد عام صورت می‌گیرد و سعی در به کارگیری شیوه‌های تصادفی در انتخاب نمونه است.

در تحلیل محتوای کمی طرح کدگذاری قبل از شروع کدگذاری تدوین می‌شود. طرح کدگذاری مفاهیم را که ممکن است خودبخود بی‌نظم و قسمت‌بند عملیاتی می‌کند مقوله‌هایی را طرح می‌کند که مربوط و معتبر باشند طرح کدگذاری باید جامع و مانع باشد و تعاریف روشنی برای مقوله‌ها ارائه کند.

تحلیل محتوای کمی از سنت انسان‌گرایی نشأت می‌گیرد و نه اثبات‌گرایی. روش کیفی استقرایی است. محقق تحلیل محتوای کیفی ممکن است فرضیه‌های قابل آزمونی را به کار گیرد اما این مقصد اجتناب‌ناپذیر آن نیست محقق ممکن است در حین بررسی متن به مفاهیم و الگوهای برخوردار کند که از قبل پیش‌بینی نشده‌اند اما مهم هستند و به سبب آنها علائق و سوالات تحقیق او تغییر کند این فرایند داد و ستدی به منزله یک چرخه هرمنوتیک است و کریپندورف آن را این‌گونه بیان می‌کند. "مرور مجدد زمینه، تغییر دوباره، تعریف دوباره تحقیق، تا رسیدن به تفسیری رضایت‌بخش".

در مورد نمونه‌گیری هم محققین کمی و هم کیفی از متن نمونه می‌گیرند و متنی را انتخاب می‌کنند که با هدف آنها مرتبط باشد. اما محققین کیفی بر منحصر به فرد بودن متن متمرکز می‌شوند و آگاهانه متوجه تفاسیر متعددی که از آن بر می‌آید نسبت به مرور آن هستند. نیاز به مطالعه دقیق و مکرر معمولاً اندازه نمونه را در تحلیل کیفی محدود می‌سازد. علاوه بر این از آنجا که هدف تحلیل کیفی انتقال‌پذیری² است نه تعمیم‌پذیری، نیاز به نمونه‌گیری تصادفی ندارد. انتقال‌پذیری به قضاوت درباره اینکه آیا یافته‌ها از یک زمینه به زمینه‌ای دیگر قابل استفاده هستند یا نه

¹ - positivist

² - Transferability



می‌پردازد. در تحلیل کیفی نمونه‌گیری باید نظری و هدفمند باشد. انتخاب موارد (کیس‌های) جدید ممکن است تحت تأثیر انتخاب‌های قبلی صورت بگیرد و تحلیل موارد جدید تا جایی ادامه پیدا کند که الگوها یا یافته‌های مربوط جدیدی مشاهده نشود. وقتی الگوهای جدیدی یافت نشود، عموماً چنین فرض می‌گیرند که هم الگوهای مرتبط کشف شده اند و کار اضافه تنها تأیید یافته‌ها را در پی دارد.

در تحلیل محتوای کیفی رویکردهایی شبیه به روایی و پایایی برای ارزیابی دقت کدگذاری و تحلیل طرح شده است وایت و مارش (2006) چهار ملاک مورد استفاده برای اندازه‌گیری درستی یافته‌ها را از قول لیکلن و گیبا نقل کرده اند که قابلیت اعتماد و اعتبار تحقیق را نشان می‌دهند:

اعتبار^۱ معادل روایی درونی است و در پی شناسایی همه عامل‌های مهم در سؤال تحقیق و توضیح درست و کامل راهپایی است که از طریق آنها این عامل‌ها در جمع‌آوری داده‌ها انعکاس پیدا می‌کنند.

انتقال‌پذیری یا روایی بیرونی بحثی است راجع به قابلیت به کارگیری یافته‌ها از یک زمینه به زمینه‌ای دیگر. عموماً یک محقق کیفی سعی می‌کند یافته‌های خود را در یک نمونه (پارادایم) نظری مرتبط قرار دهد. درک مناسب یافته‌ها در آن پارادایم را می‌توان به زمینه‌های همانند دیگر هم با اطمینان زیادی اعمال کرد. همچنین محقق کیفی سعی می‌کند داده‌های مربوط به یک عامل منفرد یا جنبه‌های سؤال را از منابع متعدد جمع‌آوری کند. چون می‌داند یافته‌های مبتنی بر منابع چندگانه با اطمینان بیشتری قابل انتقالند. این روش که برای بالا بردن اعتبار و تأییدپذیری یک مطالعه کیفی به کار می‌رود، چند جانبه‌نگری^۲ نامیده می‌شود.

قابلیت اعتماد^۳ اشاره به نقطه نظر تکرارپذیری دارد و به صورت «پایداری بعد از کاهش تغییرات یافته‌ها هنگام تکرار مطالعه» تعریف شده است.

تأییدپذیری^۴ به موضوع عینیت بر می‌گردد که در تحلیل کمی با پایایی بین کدگذاران سنجیده می‌شود. در تحقیقات کیفی یافته‌ها با نگاه به داده‌ها تأیید می‌شوند نه تحلیل‌گران، تا از آن طریق تعیین گردد که آیا داده‌ها نتیجه‌گیری را تأیید می‌کند یا نه. ملاک مهم توافق مقداری بین کدگذاران نیست، بلکه ثبات مفهومی بین مشاهده و نتیجه‌گیری است.

هسیه و شانون (2005) سه رویکرد تحلیل محتوای کیفی شامل: تحلیل محتوای سنتی، تحلیل محتوای جهت دارو

تحلیل محتوای تلخیصی را در مقاله‌ای با همین عنوان توضیح داده‌اند.

الف- تحلیل محتوای سنتی^۵- تحلیل محتوای سنتی عموماً در مطالعاتی به کار می‌رود که هدف آنها توصیف یک پدیده (مثل «واکنش‌های عاطفی بیماران بستری ناعلاج) است. این گونه طرح‌ها معمولاً وقتی مناسب است که در زمینه پدیده تئوری وجود ندارد و ادبیات تحقیق در آن زمینه محدود است. محقق از به کارگیری مقوله‌های از قبل مشخص شده پرهیز می‌کند. بلکه اجازه می‌دهد مقوله‌ها و اسم آنها از داده‌ها برآیند. محقق در داده‌ها غوطه‌ور می‌شود. تا بینش جدید^۶ حاصل کند. به شیوه تحلیل محتوای سنتی، طرح مقوله استقرایی^۶ هم می‌گویند.

¹ Credibility-

²- Triangulation

³-dependability

⁴-Confirmability

⁵- Conventional Content analysis

⁶ - Inductive Category development



در تحلیل محتوای سنتی چنانچه داده‌ها بوسیله مصاحبه جمع‌آوری شوند، با استفاده از سؤالات باز تعبیرهای شرکت‌کنندگان از پدیده‌ها بررسی می‌شود. تحلیل داده‌ها با خواندن مکرر همه داده‌ها شروع می‌شود تا با غرق شدن در آنها معنای کلی آنها فهمیده شود (شبيه به خواندن یک رمان). سپس داده‌ها کلمه به کلمه مطالعه می‌شوند تا کدهایی استخراج شوند. این کار ابتدا با علامت‌گذاری کلماتی از متن که به اندیشه‌ها و مفاهیم کلیدی دست می‌اندازد انجام می‌گیرد. سپس محقق با دقیق شدن در ایده‌ها، افکار، و تحلیل اولیه خود به متن نزدیک می‌شود. همچنانکه این فرایند ادامه پیدا می‌کند، برچسب‌هایی برای کدها ظاهر می‌شود که انعکاسی از متن هستند و از آن پس مبنای کدگذاری اولیه قرار می‌گیرند. بعد بر اساس ارتباط کدهای مختلف با یکدیگر، آنها را در مقوله‌هایی مرتب می‌کند. از مقوله‌های بدست آمده برای سازمان‌دهی و گروه‌بندی کدها در خوشه‌های معنادار استفاده می‌شود. تعداد خوشه‌ها به صورت ایده‌آل بین 10 تا 15 خوشه است تا برای مرتب کردن شمار زیادی از کدها گستردگی کافی داشته باشند. بسته به روابط بین مقوله‌های فرعی. محققین می‌توانند آنها را در تعداد کمتری سازمان‌دهی کنند (به شکل طرح درختی)، سپس مقوله‌ها، مقوله‌های فرعی و کدها تعریف می‌شوند. نمونه‌هایی هم برای گزارش در نظر گرفته می‌شود.

با یک رویکرد سنتی به تحلیل محتوا، تئوریهای مرتبط با یافته‌های تحقیقاتی دیگر در قسمت بحث و نتیجه‌گیری گزارش تحقیق، مورد اشاره و بحث قرار می‌گیرند. مزیت رویکرد سنتی این است که اطلاعاتی که از آزمودنیها بدست می‌آید مستقیم و بدون دخالت مقوله‌های از قبل طرح شده و درویکردهای تئوریک حاصل می‌شود. یک چالش روش سنتی این است که اثر زمینه¹ در آن مورد غفلت قرار می‌گیرد و لذا ممکن است مقوله‌های کلیدی شناسایی نشوند و منجر به یافته‌هایی شود که داده‌ها را بطور واقعی نمودار نمی‌سازند.

مسئله دیگر این است که با روش‌های کیفی دیگری مثل گراند تئوری یا پدیدارشناسی قابل اشتباه است. باید توجه کرد که شیوه‌های مزبور به تحلیل‌های گسترده تری می‌پردازند که به تئوری یا رویکردهای جدید منجر می‌شود. در حالیکه رویکرد سنتی تحلیل محتوا محدود است، چون هم نمونه‌گیری و هم شیوه‌های تحلیل، استنباط روابط نظری بین مفاهیم از طریق یافته‌ها را مشکل می‌سازد. رویکرد سنتی تحلیل محتوا به توسعه مفاهیم و ساخت مدل یعنی توصیف ارتباط بین سازه‌ها کمک می‌کند.

ب - تحلیل محتوای جهت دار². گاهی راجع به یک پدیده تحقیق قبلی یا تئوری وجود دارد که کامل نیست یا به توضیح بیشتری نیاز دارد. هدف یک رویکرد جهت دار به تحلیل محتوا اعتباریابی یا بسط مفهومی یک چارچوب تئوریک یا تئوری است. تحقیق یا تئوری موجود می‌تواند بر تمرکز بر سؤال تحقیق کمک کند. می‌تواند پیش‌بینی‌هایی راجع به متغیرهای موردنظر یا روابط بین متغیرها ارائه کند، لذا به تعیین طرح اولیه کدگذاری یا رابط بین کدها کمک می‌کند. به این عمل، کاربرد قیاسی مقوله می‌گویند.

این رویکرد از رویکرد سنتی فرایند ساختار یافته تری دارد. با استفاده از تئوری موجود یا تحقیق قبلی محققین بوسیله شناسایی مفاهیم کلیدی یا متغیرهای همچون مقوله‌های اولیه کدگذاری شروع می‌کند. سپس، با استفاده از تئوری تعاریف عملیاتی برای هر مقوله تعیین می‌شود.

مثلاً در یک تحقیق راجع به شناسایی مراحل هیجانی بیماران ناعلاج، محقق ممکن است بطور خاص تجارب بیماران را در زمینه افکار، خشم، ستیز، افسردگی و پذیرش موضوع در چارچوب یک تئوری بررسی کند. بسته به سؤال تحقیق دو نوع

¹ - Context

² - birected content analysis



روش کدگذاری وجود دارد: اگر هدف شناسایی و مقوله‌بندی تمام موارد یک پدیده خاص مثل واکنش‌های هیجانی باشد، خوب است تمام مصاحبه خوانده شود و آنچه در نگاه اول نشانه واکنش هیجانی است علامت گذاری شود. در مرحله بعد این موارد با کدهای از پیش تعیین شده کد می‌شوند و هر موردی که قابل مقوله‌بندی با این طرح کد نبود، کد جدید می‌گیرد.

استراتژی دوم کدگذاری در تحلیل محتوای جهت دار این است که از ابتدا با کدهای از قبل تعیین شده شروع به کدگذاری کنیم. داده‌هایی که در این چارچوب نگنجد بعداً شناسایی و تحلیل می‌شوند تا معلوم شود آیا در مقوله یا زیر مقوله‌ای از کدهای موجود قابل بیان هستند یا نه. تئوری یا تحقیق قبلی بحث یافته‌ها را جهت می‌دهد. مقوله‌های تازه شناسایی شده می‌تواند باعث دقیق‌تر کردن، بسط یا غنی‌تر شدن تئوری گردد. نیرومندی اصلی رویکرد جهت دار به تحلیل محتوا، این است که تئوری موجود می‌تواند حمایت و گسترش پیدا کند. همچنین با رشد تحقیقات در یک زمینه روشن می‌شود که محققین از ساده‌انگاری در بررسی پدیده اجتناب کرده‌اند، انگیزه که اغلب به طرح‌های طبیعت‌گرا زده می‌شود.

رویکرد جهت دار برای پارادایم طبیعت‌گرا چالش‌های در پی دارد. استفاده از تئوری این محدودیت را ایجاد می‌کند که محقق با نوعی سوگیری به داده‌ها نزدیک می‌شود و نیز محقق باید بدنبال شواهدی برای حمایت تئوری نه عدم حمایت آن باشد. همچنین پاسخگویان با اطلاع از موضوع ممکن است پاسخ‌های سوگیرانه‌ای ارائه دهند. علاوه بر این تأکید زیاد بر تئوری ممکن است محقق را از اثر زمینه بر پدیده غافل نماید.

برای پرهیز از سوگیری و نیل به حال طبیعی در نتایج می‌توان واریسی و دقت بیشتری را معمول داشت. می‌توان از فرد دیگری خواست که تعریف‌ها را قبل از تحلیل مرور و واریسی کند تا دقت مقوله‌های تعیین شده افزایش یابد.

ج- تحلیل محتوای تلخیصی^۱: یک مطالعه با رویکرد تلخیصی به تحلیل محتوای کیفی، نوعاً با شناسایی شمارش کلمات یا محتوای معینی در متن با هدف فهم کاربرد زمینه‌ای کلمات یا محتوا شروع می‌شود این کمی‌سازی تلاشی است نه برای استنباط معنا بلکه برای کشف کاربرد. تحلیل ظاهری کلمات یا محتوا در مواد متنی به عنوان تحلیل محتوای آشکار شناخته می‌شود. اگر تحلیل در این نقطه متوقف شود تحلیل کمی خواهد بود، که بر شمارش فراوانی کلمات و محتوای خاصی متمرکز است. یک رویکرد تلخیصی از شمارش صرف فراتر رفته و تحلیل محتوای ناآشکار را شامل می‌شود که فرایند تفسیر محتواست (هولستی، 1969) و تأکید بر کشف معانی زیربنایی کلمات یا محتوا دارد.

یک مثال تحقیقاتی از تحلیل محتوای تلخیصی: تحقیق پیرامون کاربرد واژه‌های مرگ و مردن. واژه‌های مرگ و مردن به صورت تابو در آمده و آمریکایی‌ها از حسن تعبیرهایی مثل درگذشتن، و رفتن به جای بهتر استفاده می‌کنند. اشتباه در کاربرد واژه‌های صریح، ممکن است رابطه پزشک و بیمار را دچار مشکل کند. از این رو طی تحقیقی میزان به کار گرفتن واژه‌های اصلی در برابر حسن تعبیرها در بین کادر بیمارستان، بیماران و اطرافیان بیمار بررسی شد. سؤال تحقیقاتی این بود که واژه‌های مرگ و مردن در بحث‌های بیمار و پزشک و دیگران چگونه به کار می‌رود. تحت چه شرایطی واژه‌های صریح به کار می‌روند. طرحی برای نمونه‌گیری از پزشکان و بیماران و بیمارستان در نظر گرفته شد که تنوع ویژگی‌های پزشک و بیماران در نمونه پدید آید. جلسات ویزیت بیماران رو به مدت مثبت و ضبط گردید و رونوشت برداری شد. تحلیل داده‌ها با جستجو کامپیوتری واژه‌های مرگ و مردن آغاز شد. تعداد واژه‌های موردنظر شمارش و با کل واژه‌های هر سند مقایسه شد. فراوانی هر واژه در صحبت‌های گویندگان مختلف (بیمار، پزشک، پرستار و اطرافیان بیمار) با فراوانی کل واژه‌های مصاحبه‌او مقایسه شد. سپس واژه‌ها یا عبارات جایگزین شناسایی و کدگذاری شدند و با فراوانی واژه‌های اصلی در صحبت هر گوینده مقایسه گردید. بدین ترتیب الگوهایی از پدیده مورد تحلیل با توجه به زمینه (ویژگی‌های گویندگان) بدست آمد. این کار امکان تفسیر

¹- Summative



زمینه ردر رابطه با عبارات و کلمات را فراهم می نماید. محققین سعی می کنند کاربرد واژه را کشف یا دامنه معانی که یک کلمه می تواند در استفاده معمول داشته باشد را معین کنند.
مزیت این روش غیر مزاحم بودن^۱ و غیر واکنشی بودن روش مطالعه پدیده است. می تواند بینش اساسی راجع به چگونگی کاربرد کلمات بدست دهد. اما یافته ها به خاطر عدم توجه به معنای گستره تر موجود در داده ها دچار محدودیت هستند.

منابع

باردن، لورنس (1375). تحلیل محتوا. ترجمه ملیحه آشتیانی و محمد یمینی دوزی سرابی، تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی .
کرپیندورف، کلوس (1383). تحلیل محتوا، مبانی روش شناسی. ترجمه هوشنگ ناییبی، تهران: نشر نی.
هولستی، ال. آر. (1373). تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی . ترجمه نادر سالارزاده امیری، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.

- Best, John w. and James V. Kahn (1989) .Research in Education . New Jersey: Englewood Cliffs.
- Borg, Walter R. and Meredith Damien gall(1989). Educational Research :An introduction . Fifth Edition, New York & London Longman.
- Content Analsis .Avaialbe from: [Http:// en.Wikipedra. Org/wikipedia](http://en.Wikipedra.Org/wikipedia), free enyclopedia.
- Gerbic, Philippa and Elizabeth Stacey(2005). Apurposive approach to content analysis :Desining analytical frameworks.The Internet and Higher Education ,Vol.8(1),pp.45-59.
- Guiller Jane and Alen Durndell (2006).Students' linguistic behaviour in online discussion groups : Does gender matter ? Computers in Human Behavior, Article in press ,Avaialbe online :www.scinedirect.com/ob=article ISRI&vdi=B6VDC-4IXRX3C. 5 pages.
- Hsieh, Hasiu-Fang nad sarah e. Shannon(2005).Three approaches to qualitative content analysis.Qualitative Health Research, Vol.15(9), pp.1277-1288.
- Neundorf, Kimbly A. (2006).The content analysis guidebook. [Http:// academic.csuho.edu /kuenunendorf/content/resources/flowc.htm](http://academic.csuho.edu/kuenunendorf/content/resources/flowc.htm).
- Stemler, Steve (2001).AN over view of content analysis.Practical Assessment,Research & Evaluation, Vol7 (17).
- Simons Jeffrey and Others (2006). Acontent analysis of personal stivings: Associations with substsnce use.Addictive Behaviors, Vol.31(7),pp.1224-30.
- Tesch Reneta (1995). Qualitative Research: Analysis Type and Software Tools. New York .The Falmer Press
- White, Marilyn Domas and Emily E. Marsh(2006).content analysis : A flexible methodology. Librarytrends Vol.55(1),pp.22-45.

¹ - unobstrasive



کنفرانس ملی دانش و فناوری
روانشناسی، علوم تربیتی و جامع شناسی ایران



WWW.OSCONF.IR
info@osconf.ir