

به نام خدا

تحلیل محتوای مواد آموزشی رشته جغرافیا

بخش اول

کلیات

تعاریف :

تحلیل محتوا یک شیوه پژوهشی است که برای تشریح عینی، منظم و کمی محتوای آشکار پیام های ارتباطی به کار می رود (Belerson)

روش تحلیل محتوا معنانشناسی آماری و ابزاری است که برای بررسی و تبیین کلمات، مفاهیم واژه ها، مضامین، عبارات و جملات خاصی از درون یک متن یا مجموعه ای از متون مورد استفاده قرار می گیرد (Kaplan)

تحلیل محتوا روشی است نظام مند و قابل تکرار که به منظور فشرده کردن تعداد بیشتری از کلمات و واژه های یک متن به گروه ها و طبقات کوچکتر (کد گذاری) انجام میشود. رویکردی است از یک روش منظم جهت اندازه گیری و توجه به تکرار و فراوانی و اهمیت کلمات، واژه ها، عبارات و یا جملات موجود در متن (Weber Krippendorff)

فرایندی است که به معنی، نیت، پیامدها و محتوای عبارات و واژه ها با جملات توجه دارد (Vombulet)

تعریف جامع: روش تفسیر پیام با تعریف هدفمند و منظم ویژگیهای آن

چارچوب

مفهومی است ساده و کلی که تحلیل گر در محدوده آن نقش خود را ایفا می کند شامل :

الف- متن داده ها که در دسترس محقق قرار می گیرد

ب- سوالی که تحلیلگر در متن در جستجوی آن است

ت- انتخاب چارچوب (اسکلت بندی) معنی دار داده توسط تحلیل گر

ث- چگونگی تفکیک واقعیت ها با توجه دانش تحلیل گر

نکته : پایه اصلی تحلیل : استنباطهایی است که به سوالات تحقیق پاسخ می دهند

سه کارکرد چارچوب :

- ۱- تجویزی : چارچوب باید راهنمای مفهوم سازی و طرح عملی تحلیل محتوا باشد .
- ۲- تحلیلی: چارچوب باید بررسی انتقادی نتایج تحلیل محتوای دیگران را تسهیل کند.
- ۳- شناختی بودن: چارچوب باید به رشد و پیشرفت نظامدار روش هایتحلیل محتوا منجرشود.

موارد استفاده :

دامنه کاربرد تحلیل محتوا وسیع بوده و در مطالعات فرهنگی، جامعه شناسی، علوم سیاسی، روانشناسی، علوم شناختی و ارتباطات بیشترین کاربرد را داراست

- جستجو و پیدا کردن ارتباط بین ایده ها،- توجه به زبان محتوا- تفاوت بین ملل در محتوای ارتباطات- شناسایی گرایش های فردیو گروهی توصیف نگرش و پاسخهای رفتاری و....

تفاوت با سایر روش ها

در تحلیل محتوا داده ها از قبل مشخص است بنابراین مانند روش های دیگر نیست که پاسخ آزمونها منجر به خطا شود

در تحلیل محتوا بر خلاف پرسشنامه کهدارای ساختار مشخصی است مطالب و منابع بدون ساختار است و هر مطلبی را می. پذیرد

تحلیل محتوا به متن حساس است و قادر به پردازش شکل های نمادین نیز می باشد

تحلیل محتوا می تواندحجم عظیمی ازداده ها را مورد بررسی قرار دهد

مزیت

بدون ارتباط با زمان و مکان در مورد متون و منابعی که در زمان های گذشته یا در فرهنگ های دیگر تولید شده اند به کار گرفته می شود و می توان اطلاعات پر ارزشی حتی در مورد جوامع و فرهنگ هایی که مطالعه مستقیم آن ها امکان پیر نیست به دست آورد.

بدون صرف هزینه های زیاد مالی و زمانی می توان به خصوصیات روانی و اجتماعی افراد پی برد به تفسیر متون و اهداف تکامل دانش های تخصصی به کار گرفته می شود

معایب

علی رغم کاربرد و مزایای فراوان روش تحلیل محتوا محدودیت ها، نواقص یا معایبی نیز دارد

- در مواقعی که سطح بالایی از تفسیر صورت گیرد امکان خطا زیاد است
- پشتیبانی کتابخانه ای و مبانی نظری جهت ترسیم معنی دار ارتباطات موجود در موارد مطالعه ضعیف است
- رایانه ای کردن آن نسبت به رویکردهای عینی با مشکلات زیادی همراه دارد
- امکان بی خبری و عدم آگاهی از بستر و شرایطی که متن مورد تحلیل در آن شکل گرفته زیاد است
- مراحل تحلیل محتوا
- ۱- تعیین موضوع پژوهش و محدود ساختن آن
- ۲- تعیین اهداف پژوهش
- ۳- تعیین جامعه آماری (در تحلیل محتوا معمولاً تحلیل گر با یک و یا چند متن مواجه است)
- ۴- تعیین ویژگی های خاص موجود در متن و درک و ثبت آن ها

سوالاتی که بر اساس نظر Krippendorff محقق باید برای انجام تحلیل محتوا به آن ها پاسخ دهد

- چه نوع داده هایی باید تحلیل شوند؟
- این داده ها از کجا و از جمعیتی استخراج شده اند؟
- زمینه و بستری که داده های مربوط به آن می خواهند تحلیل شود چیست و چه ویژگی هایی دارد؟
- حد و مرز تحلیل کدامند و تا کجا بایستی پیش رفت؟
- هدف از استنباط به دست آمده از تحلیل چیست؟

برای پاسخ به این سوالات

- کل متن به واحدهایی از معانی و ایده ها تقسیم بندی می شوند به نام واحد تحلیل.
- واحد تحلیل: واحدهایی هستند که هر یک ایده یا معنای ویژه ای را به همراه دارند.
- واحدها باید محدود شوند و در قالب یک کلمه یا عبارت انتخابی به عنوان نماد یا یک مجموعه یا کل در نظر گرفته شوند و بیانگر ایده اصلی و چکیده آن طبقه است
- یکی از شیوه های معمول جهت ایجاد طبقه استفاده از یک واژه نامه است که به کمک آن واژه ها تعریف و معانی مناسب و مربوط به آن تعیین میشوند (همیشه مناسب نیست در مواردی نمی توان به معانی واقعی واژه ها در واژه نامه پی برد و تحلیل متون بر این اساس کیفیت لازم را نخواهد داشت.
- تحلیل گر باید با استفاده از روش های دیگر معنای واقعی نهفته شده در کلمات و عبارات را یافته و این راه به طور غیر مستقیم تحلیل گر را به مواردی که باید در فرایند تحلیل مورد توجه قرار دهد هدایت می کند

انواع

بر اساس تعریف Metron سه شکل تحلیل محتوا قابل تفکیک است

- تحلیل محتوای توصیفی

- تحلیل محتوایی بعد از وقوع است. یعنی توصیف کمی بارز یک متن. برای بررسی محتوای توصیفی و تحلیل متن، اجزا آن را می توان به عنوان واحدهای منطقی بررسی در نظر گرفت. این اجزا شامل ابعاد متن، لغات خاصی که در یک فهرست از پیش تعیین شده اند. لغات خارجی، گروهی از لغات مانند واژگان و ضرب المثل ها، جمله ها و پاراگراف ها باشد.

- تحلیل محتوای استنباطی

در این روش این فرض که بین برخی از مشخصه های بارز داخل متن و مشخصه های بارز خارجی همبستگی وجود دارد در نظر گرفته میشود. تحلیل محتوای استنباطی ادامه و گسترش تحلیل محتوای تویفی است. استنباط در این مفهوم به این معنی است که مشخصه های خاص درون متن با وضعیت اجتماعی مرتبط است. این روش صرفاً توصیف محتوای متن نیست بلکه هدف آن نتیجه گیری از محتوای یک متن در مورد جنبه هایی از واقعیت اجتماعی است.

- تحلیل محتوای ارتباطی

این روش تمامی مسیر یک ارتباط را مورد بررسی قرار می دهد. موضوع تحلیل در این روش به یک واحد متن تعیین شده منحصر نمی شود، بلکه جنبه های فرآیند ارتباط و همچنین پیدایش و به کارگیری علایم کلامی و غیر کلامی را نیز در بر می گیرد. هدف تحلیل محتوای ارتباطی دستیابی به نتایجی در مورد منظور فرستنده، تأثیر آن بر گیرنده و وضعیت ارتباط بر اساس محتوی یک ارتباط است. برای مثال تحلیل ارتباطی ۵ سال اول زندگی معلمان با مدرک دکتری بعد از فارغ التحصیلی.

روش های تحلیل محتوا

تحلیل کیفی

در حال حاضر سه رویکرد سنتی، هدایت شده و جامع مطرح است

تمام رویکردها برای تفسیر مفهوم محتوای متن به ککار گرفته می شوند. در روش سنتی طبقات مستقیماً از متن داده ها استخراج می شوند. در رویکرد هدایت شده اساس تحلیل را نظریه های موجود و یا نتایج پژوهشهای قبلی به عنوان کدهای راهنما تشکیل می دهند

در رویکرد جامع با شمارش واژگان آغاز می شود. سپس زمینه مربوط به متن مورد تفسیر قرار می گیرد.

هدف بررسی های کیفی سنجش تأثیر متون بر روی گیرنده پیام است. گاهی تعداد پیام ها گویای یک مطلب خاص هستند که در شرایط عادی جلب توجه نمی کنند اما مخاطب را به طور ناخود آگاه تحت تأثیر قرار می دهند و نسبت تعداد این پیام ها با تعداد پیام های دیگر مقایسه می شود.

شرایط کلی تحلیل محتوای کیفی

تعیین چارچوب نظری :

فرضیه ها و متغیرهای مشخص باشند و در روشی مناسب برای سنجش متغیرها انتخاب شود

نمونه گیری: ب طول مثال برای تحلیل حوادثی خاص مانند انقلاب روزنامه های سال ۵۶ تا ۵۷ انتخاب شوند و تحلیل بیماری کرونا صفحات اول روزنامه ها در بازه زمانی مشخص مورد بررسی قرار داد.

واحد محتوا

لغات، جملات، سرمقالات و... واحدهای محتوا را تشکیل می دهند.

معمولاً یک بار ارزشی در یک جمله کلیدی آورده می شود و ارزش لغات معمولاً به محتوای جملات بستگی دارد. بنابراین واحد محتوا باید بزرگتر از یک لغت باشد.

تهیه طبقه های تحلیل

تهیه طبقه به زمینه مورد بررسی ارتباط دارد. در هر طبقه باید یک بعد معنی را در نظر گرفت و بدین ترتیب طبقات از هم جدا می شوند و هر محتوا در یکی از طبقات جای می گیرد.

تحلیل های کمی

یارزلو ۱۰ مرحله را برای تحلیل های کمی تشریح کرده است.

۱- بیان مسأله، هدف، سوال ها و فرضیه های پژوهش: پژوهشگر باید هدف خود را از پژوهش مشخص سازد و سوال ها و فرضیه ها را به طور روشن بیان کند.

۲- انتخاب واحد تحلیل:

بسته به هدف پژوهش و مسأله آن، سخن و مفهوم مورد نظر انتخاب می شود

۳- ساختن مقوله ها و زیر مقوله های پژوهش: مقوله ها و زیر مقوله ها در حقیقت متغیرهای پژوهش هستند که مستقیماً به هدف مورد پژوهش مرتبط است در زمان ساختن مقوله باید به مولرد زیر توجه داشت

الف- مقوله ها باید با هدف پژوهش هماهنگ باشند و سوالات و فرضیه ها را پاسخ دهد

ب- زیر مقوله ها باید محتوای مورد نظر را به طور کامل در بر بگیرد

ج- زیر مقوله ها باید به طور انحصاری باشند و با زیر مقوله های دیگر هم پوشانی نداشته باشند

۴- تعیین جامعه آماری: در تحلیل محتوا امکان دسترسی به تمام جامعه آماری وجود دارد.

۵- کد گذاری نحوه جمع آوری داده ها: از آنجا که در تحلیل محتوا با انبوهی از داده ها رو به رو هستیم و امکان جمع آوری داده ها به صورت دستی دشوار خواهد بود بنابراین لازم است داده ها به صورتی کد گذاری شوند که توسط رایانه قابل شمارش و محاسبه باشند .

۶- کنترل و صحت کد گذاری: بعد از جمع آوری داده ها و قبل از آزمون آماری صحت کد گذاری و تایپ در کامپیوتر مطمئن شده تا اشتباهی رخ ندهد و محاسبات با داده های صحیح صورت پذیرد

۷- پایایی و روایی پژوهش:

جهت اعتماد به کدگذاری مقوله ها و رعایت اصل عینیت باید ضریب قابل اعتماد (پایایی) محاسبه گردد و این ضریب به عواملی چون

روش تعریف مقوله ها و دقت و مهارت در کدگذاری بستگی دارد

۸- آزمون های آماری

بستگی به نوع مسأله، فرضیه و یا سوال پژوهش از یکی از آزمون ها و ضرایب آماری متداول استفاده می شود

۹- تجزیه و تحلیل آماری: این مرحله، مرحله پاسخگویی به سوالات و فرضیه ها است. جداول مورد نیاز از طریق نرم افزارهای مختلف آماری تهیه و تنظیم می شود

۱۰- خلاصه و نتیجه گیری: آخرین بخش پژوهش است و به همراه پیشنهادات ارائه می شود

مطالبدر این بخش باید طوری نوشته شود که برای هر خواننده ای قابل فهم باشد.

ویژگی های تحلیل محتوا (مزایا و نقاط قوت)

- ارتباط و ملاحظه مستقیم با متون یا نوارهای ضبط شده
- تحلیل روابط متقابل و تعاملات اجتماعی
- امکان انجام تحلیل محتوا به روش کیفی و کمی
- فراهم آوردن چشم اندازه های تاریخی و فرهنگی از طریق تحلیل متون
- درک الگوهای پیچیده فکری و زبانی انسانی
- مقایسه همزمان محتوای رسانه های گوناگون در نقاط مختلف برای بحث درباره تغییرات تاریخی
- استخراج اطلاعات و معانی پنهان درباره پدیده های اجتماعی کلان

شش پرسش اصلی در مراحل تحلیل محتوا (کیفی و کمی)

- چه داده هایی باید تحلیل شوند؟
- داده ها چگونه تعریف می شوند؟
- جمعیتی که داده ها از آنها گرفته شده کدامند؟
- ارتباط متن با داده های تحلیل چیست؟
- محدودیت تحلیل کدام است؟
- نتایج تحلیل چیست؟