

کاربرد تحلیل محتوی در علوم اجتماعی

رحمت الله صدیق سروستانی
دانشیار دانشکده علوم اجتماعی
دانشگاه تهران

چکیده

تحلیل محتوی روشی است برای جمع آوری اطلاعات و تحلیل آن. در تحلیل محتوی به جای مشاهده مستقیم رفتار مردم یا پرسش در مورد آن به ارتباطاتی که آنان به وجود آورده و پیامهایی که رد و بدل کرده اند توجه و در مورد آن سؤال و تحلیل می شود.

تحلیل محتوی، متون نامه ها، دفاتر خاطرات، سخنرانیها، مقالات، صورت جلسات، کتب، اشعار، نقاشیها، قوانین و هر سند دیگری را مطالعه و ارزیابی می کند.

تحلیل محتوی روشی «غیرواکنشی» و «غیر مداخله‌ای» است و چون اسناد مورد مطالعه و متون مورد تحلیل قبلاً ثبت و ضبط شده، بنابراین صاحبان اسناد و مؤلفان آثار را به کار تحلیل، واکنشی و تحلیلگران و محققان را در کار تألیف و تدوین و ایجاد اسناد و مدارک، مداخله نیست.

در این مقاله، ویژگیهای روش تحلیل محتوی، اختلاف نظرهایی که در مورد آن وجود دارد، چگونگی مقوله بندی و ضوابط آن، واحدهای تجزیه و تحلیل و مهمترین محاسن و معایب این روش و نحوه استفاده از آن در یک مورد خاص نیز، مطرح می شود.

واژگان کلیدی: تحلیل محتوی، پیام، تحلیل کمی، محتوای آشکار، محتوای پنهان، مقوله بندی، کدگذاری، مضمون.

الف - مقدمه

کار پژوهشگران معمولاً جمع آوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل آن است. برای هر بخش از این فرایند پژوهشگری، روشهای خاصی وجود دارد که به تناسب از آن استفاده می‌شود. گاهی اطلاعات مورد نیاز پژوهشگران نزد مردم است که باید از طریق مصاحبه، پرسش‌نامه و حتی مشاهده مستقیم رفتار آنان جمع آوری شود. زمانی اطلاعات مزبور لابلای اسناد و مدارک است که باید به شیوه مشاهده اسنادی استخراج گردد. موارد زیر نمونه‌های مشهوری است از پژوهشهای اجتماعی که با استفاده از منابع آرشیوی انجام شده و نتایج آن مدتها مورد بحث و جدل گروههای مختلف عالم و عامی بوده است.

۱- پژوهشهای کارل مارکس که نتایج مفصل آن در کتابهای «مانیفست کمونیست» و «کاپیتال» منعکس گردیده، مبین و مؤید ادعای وی بر وجود زیربنایی اقتصادی برای هر عامل اجتماعی دیگر از جمله عقاید و اندیشه مردم است (مارکس و انگلس، ۱۹۶۹، ص ۷۵-۶۹ و مارکس ۱۹۶۲ صص ۲۳۲ و ۲۳۷).

در اوایل قرن بیستم ماکس وبر نیز نتایج پژوهشهای خود را که حاکی از شکل پذیری اقتصاد جامعه بر اساس عقاید و اندیشه‌های مردم بود، منتشر ساخت. وبر چنین تحلیل کرده است که اخلاق پرتستانی متأثر از اندیشه‌های مذهبی جان کالوین، موجب بروز و ظهور روح سرمایه‌داری شده است. دکترین اصلی نظام فکری الهیون قرن شانزدهم میلادی این بود که هر کس از بدو تولد تقدیر مشخصی دارد. یا ملعون است و دوزخی و یارستگار است و بهشتی. نشانه رستگاری هم البته مکنت این جهان است. به همین جهت پیروان کالوین در آرزوی رستگاری به کار سخت، قناعت، پس‌انداز و سرمایه‌داری پرداختند، از این رو وبر مدعی شده که کالوینیسم، سرمایه‌داری رابه وجود آورده است (وبر، ۱۹۷۴، ص ۸۹-۱۰۱).

۲- رابرت مرتن متأثر از اندیشه‌های ماکس وبر نتایج مطالعات خود را در مورد ارتباط بین پاکدینی (پیوریتانیسم) و کشفیات علمی مطرح کرده است. مرتن با مطالعه نامه‌ها، بیوگرافی‌ها، دفترهای خاطرات، متن سخنرانیها و سایر متون و منابعی که محتوی آرا و اندیشه‌های دانشمندان انگلیسی قرن هفده میلادی بود، دریافت آنچه آنان در مورد جایگاه علم و کار علمی گفته‌اند با تعلیمات پاکدینی در همین موارد کاملاً مربوط است. این دانشمندان مخصوصاً تأکید می‌کردند که بهترین شیوه ستایش و تکریم خداوند، مطالعه مجدانه علمی عالمی است که او خلق کرده است. فیزیکدان معروف رابرت بویل^۱ نوشته است، مطالعه آگاهانه و دقیق مخلوقات خداوند به مراتب به ستایش و جلیل و تکریم او نزدیکتر است تا تشبث به آرا و اندیشه‌های

مبهم و سبکی که اغلب در مورد قدرت و عقل خداوند داریم (مرتین، ۱۹۷۳، ۳۵-۴۲).
از این رو رابرت مرتین مدعی شد که پاکدینی مروج و مشوق تفکر و تحقیق علمی بوده است
(هانت، ۱۹۸۵، صفحه ۱۲۵).

اما تحلیل محتوی از روشهای عمده مشاهده اسنادی است که به وسیله آن می توان متون
تاریخی - و به واقع هر نوع سند ثبت و ضبط شده ای را خواه مربوط به گذشته و خواه مربوط به
زمان حال - مورد ارزیابی و تحلیلی منظمتر، دقیقتر و از همه مهمتر با درجات بالاتری از پایایی^۲
قرار داد.

تحلیل محتوی روشی است که در آن، پژوهشگران به آزمون دستاوردهای ارتباطات
اجتماعی انسانها که نوعاً از جنس اسناد و مدارک - مکتوب و غیر مکتوب - است، می پردازند. در
واقع پژوهشگران می توانند محتوای نامه ها، دفترهای خاطرات، مقالات روزنامه ها، صورت
جلسه ها، کتابها و مجلات، اشعار، ترانه ها، نقاشیها، سخنرانیها، قوانین و هر نوع متن و سند
دیگری را تحلیل کنند. بدین ترتیب تحلیل محتوی هم روشی برای تحلیل داده هاست و هم روش
مشاهده اسناد - اما به جای مشاهده مستقیم رفتار مردم یا پرسش در مورد آن، به ارتباطاتی که
آنان بوجود آورده و پیامهایی که رد و بدل کرده اند توجه و در مورد آن سؤال و تحلیل می کند.

در یک مصاحبه استخدامی، مصاحبه شونده - متقاضی استخدام - به سؤالیهای مصاحبه
کننده، پاسخ می دهد (واکنش نشان می دهد) و مصاحبه کننده نیز خواسته یا ناخواسته بر
چگونگی پاسخهای مصاحبه شونده تأثیر می گذارد و حتی در نوع آن دخالت می کند. بنابراین
مصاحبه استخدامی فنی است برای جمع آوری اطلاعات و جزیی است از روش تحقیقی که هم
"واکنشی"^۳ است (چون مصاحبه شونده به کنش مصاحبه کننده واکنش نشان می دهد) و هم
"مداخله کننده"^۴ (چون مصاحبه کننده در چند و چون فرایند مصاحبه دخالت می کند).

اما تحلیل محتوی نوعاً از جمله روشهای «غیر واکنشی»^۵ و «غیر مداخله ای»^۶ است. چون
اسناد مورد مشاهده و متون مورد تحلیل قبلاً ثبت و ضبط شده اند و صاحبان اسناد و مؤلفان آثار
را به کار تحلیل، واکنشی و تحلیگران و محققان را در چگونگی تألیف و تدوین و ایجاد اسناد و
مدارک مداخله ای نیست.

اگر چه تعاریف متعدد و متنوعی از روش تحلیل محتوی شده اما تعریف ارائه شده

1- Hunt

2- Reliability

3- Reactive

4- Obtrusive

5- Non-reactive

6- Unobtrusive

هولستی^۱ و در مرتبه بعد از او برلسون^۲، بیش از سایر تعریفها نقل شده و مورد استفاده قرار گرفته است.

هولستی می‌گوید، تحلیل محتوی «هر نوع فن استنتاج از طریق شناخت منظم^۳ عینی^۴ ویژگیهای پیام است» (هولستی، ۱۹۶۸، صفحه ۶۰۸).

برلسون هم گفته است، تحلیل محتوی «نوعی فن تحقیق است برای توصیف عینی، منظم و کمی محتوای آشکار و ارتباطات» (برلسون، ۱۹۵۴، صفحه ۴۸۹).

در دو تعریف فوق منظور از توصیف «عینی»، تحلیل، شناخت یا توصیفی است که بر اساس قوانین روشن (معیارهای مشخص انتخاب) انجام شده و پژوهشگران مختلف را قادر می‌سازد تا از یک پیام یا سند نتایج مشابهی به دست آورند. همچنین منظور از «منظم» بودن تحلیل، این است که معیارهای انتخاب، پایداری داشته و حذف یا اضافه کردن یک سند یا متن بر اساس همین معیارهای پایدار باشد. بدین ترتیب از ورود تحلیلهایی که در آن تنها متونی که از فرضیه‌های لحاظ شده محقق پشتیبانی می‌کند، جلوگیری خواهد شد (هولستی، ۱۹۶۸، صفحه ۵۰۸).

ب - اختلاف نظرها

همچنانکه از دو تعریف مهم هولستی و برلسون برمی‌آید، در مورد ویژگیهای روش تحلیل محتوی، اختلاف نظرهای متعددی وجود دارد. مهمترین بحث البته بر سر کمی^۵ یا کیفی^۶ بودن تحلیل محتوی است. اکثریت با کسانی است که بر کمی بودن تحلیل محتوی تأکید می‌کنند. برلسون خود از جمله این افراد است که ویژگی کمی بودن را حتی در تعریف تحلیل محتوی نیز قید کرده است.

مورتن هانت^۷ تحلیل محتوی را فن شمارش تعداد دفعاتی که انواع مختلف کلمات، عبارات، اندیشه‌ها یا تصورات در یک متن خاص ارتباطاتی ظاهر می‌شوند و دسته بندی آنها در مقوله‌های مناسب، می‌داند. هانت همچنین مدعی است که هدف تحلیل محتوی قرار دادن مقادیر کمی به جای داوریهای شهودی در مورد اهمیت محتوی متون است (هانت، ۱۹۸۵، صفحه ۲۶).

1- Ole R.Holsti

2- Bernard Berelson

3- Systematic

4- Objective

5- Quantitative

6- Qualitative

7- Morton Hunt

از طرفی برخی معتقدند که این گونه کمیت‌گرایی به قیمت ضایع شدن اصل عملکرد تحلیل محتوی می‌انجامد. البته سلتیز^۱ و همکارانش مدعی‌اند که توجه به کمیت‌گرایی در تحلیل محتوی بیشتر بر روند تحلیل تأکید می‌کند تا بر ویژگی داده‌هایی که در دسترس است. ایشان همچنین اظهار داشته‌اند که تحلیل محتوای کمی، با حذف همهٔ موارد ارتباطاتی (پیامهایی) که شکل عددی ندارند، یا مواردی که در صورت تخفیف به اشکال عددی، ممکن است معنای خود را از دست بدهند، به نوعی ایجاد محدودیت در حوزهٔ عملکرد این روش ختم خواهد شد (سلتیز و همکاران، ۱۹۵۹، صفحهٔ ۳۳۶).

البته برخی نیز راه میانهٔ «ترکیبی» را پیشنهاد کرده‌اند. برای مثال هاورد اسمیت^۲ گفته است ترکیبی از تحلیل کمی و کیفی کارسازتر است، زیرا تحلیل کیفی به اشکال و قالبها و الگوهای «مقدم - مؤخر» آن می‌پردازد، حال آنکه تحلیل کمی با تواتر و استمرار این گونه قالبها سر و کار دارد (اسمیت، ۱۹۷۵، صفحهٔ ۲۱۸).

نظر مارک آبرامسون^۳ هم جالب است که می‌گوید: «تحلیل محتوی را می‌توان به طور موثری در مورد همهٔ انواع ارتباطات و پیامها به کار گرفت» (آبرامسون، ۱۹۸۳، صفحهٔ ۲۸۶). بنابراین تحلیل محتوی روشی است که هم در مورد وجوه کمی و هم وجوه کیفی پیامهای ارتباطی کاربرد دارد.

اختلاف نظر مهم و اساسی دیگر، در مورد نوع محتوای قابل تحلیل متون و اسناد است. بحث بر سر این است که آیا کار تحلیل محتوی تنها پرداختن به محتوای آشکار^۴ - عناصری که موجود و قابل شمارش‌اند - است یا اینکه تحلیل محتوی باید تا حد تحلیل و تفسیر عناصر نهفته در متن هم پیش برود و زوایای مخفی و نمادین (محتوی پنهان^۵) عناصر نمایان اسناد را نیز مورد بررسی و ارزیابی قرار دهد. البته اصل دعوی بر سر میزان پایایی^۶ و روایی^۷ تحلیلهاست.

برلسون تعریف خود از تحلیل محتوی را محدود به محتوای آشکار پیامها کرده است و عده‌ای نیز از او پیروی کرده‌اند. اما هولستی، مرتن، هیلمن، بی و دیگران چنین محدودیتی را نپذیرفته‌اند و تحلیل محتوی را روشی می‌دانند که باید به کشف رمز محتوای پنهان پیامها بپردازد و به عمق ساختار متون و اسناد نفوذ نماید و به ساختن ظاهری آن اکتفا نکند. البته همهٔ اینها مجوز پرداختن به نمادهای پنهان متون را منوط به تأمین تکنیک مستقلی برای تایید آن

1- Claire Seltiz

2- Howard Smith

3- Marke Abrahamson

4- Manifest Content

5 -Latent Content

6-Reliability

7 -Validity

دانسته‌اند (هولستی، ۱۹۶۹ صفحه ۴۵۹؛ مرتن، ۱۹۶۸، صفحات ۳۶۶ تا ۳۷۰؛ هیلمن، ۱۹۷۶ صفحه ۷۵؛ بی، ۱۹۹۵ صفحه ۳۱۲). بدین ترتیب حصول توافق بین گدگذاران و تحلیلگران مستقل، در مورد تحلیل آنها از محتوای پنهان اسناد، ضروری است و ارائه چند نقل قول مستقیم از اصل متن به عنوان مؤید تحلیل محتوای پنهان به روشنتر شدن تحلیل کمک می‌کند و بر اعتبار آن می‌افزاید (برگ^۱، ۱۹۸۹، صفحه ۱۰۷).

اختلاف نظر دیگر بین خبرگان فنون و روشهای تحقیق، توصیفی یا تبیینی بودن روش تحلیل محتوی است. البته این اختلاف نظر به نوعی ناشی از اختلاف نظر در دو مورد قبلی، یعنی کمی یا کیفی بودن و پرداختن به تحلیل محتوای آشکار یا پنهان متون است. کمی کردن تحلیل اغلب به محتوای آشکار پیام محدود می‌شود. آمارهای توصیفی - مثل توزیع درصدها و نسبتها - مبین اصل ماهیت داده‌ها و طبیعت متغیرها نخواهد بود.

برای مثال اگر در متن مصاحبه با یک متهم، ۱۰ مرتبه موضوع نگرش مثبت به سرقت، در شرایط سخت اقتصادی، مطرح شده و در متن مصاحبه با متهمی دیگر، ۵ مرتبه، این فراوانی‌ها به خودی خود به هیچ وجه مبین این نکته نیست که احتمال دست زدن متهم اول به سرقت دو برابر متهم دوم است. پس باید توجه داشت که جمع‌آوری و دسته‌بندی ارقام، لزوماً به معنای دستیابی به نتیجه تحلیل نیست.

اختلاف نظرهای جزئی‌تر دیگری نیز درباره عملکرد روش شناختی تحلیل محتوی وجود دارد که، آیا روشی برای جمع‌آوری اطلاعات است یا به منظور تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده و متون ثبت شده است. همچنین در مورد اینکه آیا تحلیل محتوی تنها به ارزیابی متن سند و پیام آن می‌پردازد و یا اینکه تمام اجزای آن را (و بخصوص تمام اجزای سؤال اصلی پژوهشهای ارتباطاتی را که هارولد لزول^۲ مطرح کرده است - یعنی "چه کسی، چه چیزی را به چه کسی، چگونه، چرا و با چه تأثیری می‌گوید؟") مورد تحلیل قرار می‌دهد، اختلاف نظر وجود دارد. علاقه‌مندان را به مطالعه کتب و مقالات متعدد مربوط به تحلیل محتوی که برخی از آنها در بخش مآخذ این مقاله آمده است، رجوع می‌دهیم.

آنچه لازم است در پایان این بخش درباره روش تحلیل محتوی گفته شود، این است که تحلیل محتوی به لحاظ سابقه و تاریخچه، همزاد تعامل اجتماعی انسان با سایر انسانهاست و بنابراین از سابقه‌ای طولانی برخوردار است. تحلیل محتوی به مرور زمان از نوعی تفسیر ابتدایی و آزاد، از حرکات و حرفهای دیگران، به شیوه‌ای علمی برای بررسی و ارزیابی متون، اسناد و مدارک مهم اجتماعی و سیاسی تبدیل شده است و از دیرباز در تفسیر متون مذهبی و تعبیر

روایه‌های مردم نیز مورد استفاده قرار گرفته است. امروزه از روش تحلیل محتوی در علوم مختلف اجتماعی، سیاسی، سبک‌شناسی، ارتباطات و شاخه‌های روانشناسی و روانکاوی استفاده‌های فراوان می‌شود. علاقه‌مندان به مطالعه بیشتر در مورد تاریخچه روش تحلیل محتوا را به مطالعه آنچه رابرت مرتن درباره تکامل تاریخی پنج مرحله‌ای تحلیل محتوی - از دوره ابتدایی شهودی تا دوره عالی پایه‌گذاری نظری - روشی - نوشته است، رجوع می‌دهیم (مرتن، ۱۹۷۹، صفحه ۳۴ تا ۴۰).

ج - کاربردهای تحلیل محتوی

به عقیده هولستی و کارنی^۱ اجزای اصلی ارتباطات عبارتند از: «پیام»، «فرستنده» و «گیرنده»ی آن (هولستی، ۱۹۶۹، صفحه ۵۳۹ و کارنی، ۱۹۷۲، صفحه ۱۱۱). چنان‌که اشاره شد هارولد لزول نیز سؤال‌های اساسی تحقیقات ارتباطاتی را به نحو زیر مطرح می‌کند:

چه کسی، چه چیزی را، به چه کسی، چگونه، چرا و با چه تأثیری می‌گوید؟ (لزول، ۱۹۶۵، صفحه ۱۳).

اگر چه در عبارتهای فوق حوزه دخالت و نفوذ تحلیل محتوی به سؤالها و اجزای ارتباطاتی تسری داده شده است، اما همه خبرگان اتفاق نظر دارند که هدف اصلی و مهم تحلیل محتوی، ارزیابی ویژگیهای «پیام» است. البته گاهی به مطالعه عوامل مؤثر بر محتوای پیام، تأثیر پیام و تغییرات آن نیز تأکید شده است.

کاربرد مهم دیگر تحلیل محتوی مطالعه و ارزیابی ویژگیهای مربوط به «فرستنده»ی پیام است. در این مورد تحلیل محتوای اسناد و مدارک می‌تواند به شناخت نویسنده نامشخص یک متن - با استفاده از تکیه کلامهای خاص، نثر ویژه یا سبک معین و ... او - کمک کند.

کاربرد مهم سوم تحلیل محتوی مطالعه تأثیر «پیام» القا شده بر گیرندگان پیام است. پژوهشهای مهمی که در کشورهای غربی، در مورد تأثیر نمایش برنامه‌های مفیدی چون سسامی استریت و همچنین فیلمهای سینمایی یا تلویزیونی خشن یا پورنوگرافی بر جوانان و نوجوانان، انجام شده، با استفاده از این روش تحلیل محتوی صورت گرفته است. (نگاه کنید به منابعی چون کورت نلام و جولیان، ۱۹۸۹؛ دین هلد، ۱۹۸۲).

استفاده از تحلیل محتوای در مطالعه وجوه مختلف فرهنگ و تغییرات و تحولات فرهنگی نیز از کاربردهای عمده این روش است. دیوید مک لاند نظریه «نیاز به پیشرفت»^۳ خود را با

1 - Thomas F. Carney

2- David C -Mc Clelland

3- Need for achievement

استفاده از تحلیل محتوی ادبیات مربوط به فرهنگهای مختلف به آزمایش گذاشته است. طبق معیارهایی که مک لاند معرفی کرده، شخصی که نیاز فراوانی به پیشرفت داشته باشد در پی توفیق است، ناهمنواست و از دست زدن به کارهایی که مستلزم خطر کردن باشد، لذت می برد. او همچنین با تحلیل محتوای نمونه‌هایی از ادبیات دورانهای مختلف تمدن یونانی به آزمایش فرضیه زیر پرداخت که مدعی است:

«جامعه‌ای که درصد نسبتاً زیادی از مردم آن نیاز فراوانی به پیشرفت دارند باید دارای طبقه قوی سرمایه‌گذارانی باشد که مایل اند مخصوصاً در امور اقتصادی فعال و موفق باشند تا قدرت و نفوذ جامعه افزایش یابد» (مک لاند، ۱۹۶۶، صفحه ۵۱۸).

د- انتخاب نمونه

در تحلیل محتوای اسناد و مدارک نیز، مثل مطالعه رفتار انسانها، مشاهده مستقیم تمام موارد لازم اغلب ممکن نیست و محقق مجبور است نمونه‌گیری کند. شیوه‌های نمونه‌گیری در تحلیل محتوی نیز همانند سایر روشهای تحقیق است. و ممکن است در سطوح مختلف کلمات، عبارتها، پاراگرافها، فصلها، کتابها و امثال آن و به تناسب از فنون نمونه‌گیری تصادفی و غیر تصادفی استفاده شود. قدم اول، البته، فراهم کردن چهارچوب نمونه‌گیری یا فهرست واحدهایی است که نمونه باید از بین آنها انتخاب شود.

توجه به یک نکته مهم و اساسی در نمونه‌گیریهای مربوط به متون مورد تحلیل لازم است و آن مسأله «سوگیری» است، به ویژه در میان مردم کم سواد (یابی سواد) و فقیر که تقریباً شانسی برای منبع اسناد و مدارک قرار گرفتن ندارند. برای مثال در تحلیل محتوای متون به منظور مقایسه سطوح تقدیرگرایی در میان طبقات مختلف اجتماعی، به احتمال بسیار با کثرت اسناد مربوط به طبقه بالا و قلت مدارک متعلق به طبقه پایین مواجه خواهیم شد.

بنابراین جهت جلوگیری از افزایش سهم طبقه بالا لازم است نمونه بیشتری از طبقه پایین انتخاب شود. همچنین به دلیل سهم اضافه‌تری که طبقه بالا در تولید اسناد و مدارک قابل مطالعه دارند، در مطالعات و تحلیلهای عمومی اسناد- بدون در نظر گرفتن سهم متناسب هر طبقه - همیشه کفه دآوری محققان به سوی ویژگیهای طبقه بالا متمایل می‌شود. یعنی اگر فرض این باشد که تقدیرگرایی در میان طبقه بالا کم و در میان طبقه پایین زیاد است و بخواهیم بدون توجه به سهم طبقات، میزان تقدیرگرایی در جامعه خاصی را از طریق تحلیل محتوای متون تخمین بزنیم، نتیجه از آغاز معلوم است. در این مورد تخمین ما به دلیل

وجود سهم بیشتری از اسناد و مدارک مربوط به طبقه بالا، میزان کمتری از تقدیرگرایی را نشان خواهد داد.

۵- مقوله بندی

تحلیل محتوای متون در واقع تعامل بین دو فرایند است: یکی تعیین ویژگیهای محتوی (اجزای اصلی محتوی) که باید اندازه گیری شوند و دیگری به کار بستن مقررات ویژه برای شناخت و ثبت آن ویژگیهاست.

مقوله بندی نوعی تقسیم بندی و تفکیک متن به قطعات یا بخشهای مجزاست. مقوله‌هایی که محتوی متن بر طبق آن تقسیم شده و در آن قرار می‌گیرند، بر حسب ماهیت داده‌ها و هدفهای تحقیق تعیین می‌شوند.

هولستی گفته است که، مقوله‌ها باید منعکس کننده هدفهای تحقیق باشند و دارای ویژگیهای

زیر:

۱- فراگیری^۱

۲- طرد متقابل^۲

۳- استقلال^۳

(هولستی، ۱۹۶۹، صفحه ۹۵)

فراگیری تضمین می‌کند که هر واحدی که در متن بوده و باید مورد تحلیل قرار می‌گرفته، ثبت شده و در یکی از مقوله‌ها قرار گرفته است. بدین ترتیب همیشه باید تعداد کافی از مقوله‌ها وجود داشته باشد تا همه واحدها را پوشش دهد. طرد متقابل نیز تضمین می‌کند که هیچ یک از واحدهای مورد تحلیل در بیش از یک مقوله گنجانیده نشده است.

استقلال هم به معنی آن است که هر مقوله‌ای هویت مشخص و جداگانه‌ای دارد و ارزش آن از ارزش دیگر مقوله‌ها جداست و به ارزش هیچ مقوله دیگری وابسته نیست. به بیان دیگر انتساب یک واحد به یک مقوله مستلزم انتساب سایر واحدها نیست.

مقوله‌هایی که برای تحلیل محتوای یک متن تعریف می‌شوند، حاصل مطالعه دقیق و مکرر و کامل متن و کشف عناصر مشترک محتوای آن است. تنها وقتی مقوله‌ها می‌توانند ویژگیهای سه‌گانه فوق را داشته باشند که پس از واریسی‌های لازم و کافی از درون متن استخراج شده باشند و بررسی کنندگان متعدد هماهنگی و وفاق لازم را در مورد مقوله‌ها دارا باشند. بدون چنین

1 - Exhaustiveness

2 - Mutual Exclusivity

3 - Independence

مطالعه دقیق و کاملی، بسیاری از مقوله‌های مهم حذف و بسیاری مقوله‌های سطحی و غیرضروری وارد کار تحلیل خواهند شد.

برلسون معتقد است: موضوع مقوله‌سازی مهمترین بخش روش تحلیل محتواست و سقوط و سرافرازی هر تحلیل محتوایی هم به مقوله‌بندیهای آن مربوط است. چون جوهر تحقیق و تحلیل در مقوله‌ها نهفته است، بنابراین هیچ تحلیل محتوایی نمی‌تواند بهتر از نظام مقوله‌بندیهای خود باشد (برلسون، ۱۹۷۱، صفحه ۱۴۷)

مقوله‌های زیر از انواع مهم مقوله‌هایی است که به گونه‌ای متواتر در امر تحلیل محتوای متون و اسناد به کار رفته است:

الف - مقوله‌های «چه چیزی گفته شده؟»:

- ۱- موضوع: پیام درمورد چیست؟
- ۲- جهت: سوگیری موضوع (مثلا موافق یا مخالف)؟
- ۳- معیار: دسته‌بندی بر اساس چه معیارهای انجام شده؟
- ۴- ارزش: چه ارزشها، هدفها یا خواسته‌هایی نشان داده شد؟
- ۵- روش: چه روشهایی برای دستیابی به هدفها گرفته شد؟
- ۶- ویژگی: چه ویژگیهایی در توصیف مردم به کار رفته؟
- ۷- فاعل: چه کسی فاعل برخی اعمال معرفی شده؟
- ۸- اقتدار: پیام تحت نام چه کسی صادر شد؟
- ۹- منشاء: پیام از چه منبعی سرچشمه گرفته؟
- ۱۰- محل: محل وقوع کجاست؟
- ۱۱- تضاد: منابع و سطوح تضاد چیست؟
- ۱۲- خاتمه کار: آیا تضاد به خوبی حل شده، مبهم باقی مانده و یا تشدید شده است؟
- ۱۳- زمان: زمان وقوع واقعه چه وقت بوده؟

ب - مقوله‌های «چگونه گفته شده؟»:

- ۱- شکل یا نوع پیام: محمل پیام چیست؟ (رادیو، روزنامه، سخنرانی، تلویزیون...؟)
- ۲- شکل بیان: شکل گرامری یا نحوی پیام چگونه است؟
- ۳- شگرد: چه شگرد و شیوه تبلیغاتی خاصی به کار رفته است (هولستی، ۱۹۶۹، صفحه ۹۶ تا ۱۰۰).

مقوله‌هایی که برلسون و سالتر^۱ برای مطالعه «ارزشهای» مطرح شده در داستانهای تخیلی ساخته‌اند، به شرح زیر است:

الف - مقوله‌های مربوط به ارزشهای عاطفی:

- ۱- عشق رمانتیک
- ۲- ازدواج موفق
- ۳- ایده‌آلیسم
- ۴- احساسات و امنیت عاطفی
- ۵- میهن پرستی
- ۶- ماجراجویی
- ۷- عدالت
- ۸- استقلال

ب - مقوله‌های مربوط به ارزشهای فکری:

- ۱- حل مسائل واقعی موجود
 - ۲- خودساختگی
 - ۳- پول و امور مادی
 - ۴- امنیت اقتصادی و اجتماعی
 - ۵- قدرت و سلطه
- (برلسون و سالتر، ۱۹۴۶)

باید توجه داشت که مقوله‌های مورد استفاده در یک تحلیل محتوی را می‌توان به صورت استقرایی، قیاسی و یا ترکیبی از هر دو روش فوق ساخت. آبرامسون مدعی است که رهیافت استقرایی با غور و بررسی محقق در محتوای اسناد مورد مطالعه، به منظور شناخت ابعاد مختلف آن، شروع می‌شود. اما در رهیافت قیاسی، محقق برخی طرحهای مقوله‌ای را که نظریه‌های مربوط القا کرده‌اند، به کار می‌بندد و اسناد، اسباب آزمایش فرضیه‌ها را فراهم می‌کنند (آبرامسون، ۱۹۸۳، صفحه ۲۸۶). به هر حال برای ارائه دریافتهای فرستنده پیام، تکیه بیشتر بر رهیافت استقرایی، ضروری است اما این کار نباید به قیمت حذف کلی رهیافت قیاسی تمام بشود. چون در هر صورت در همه روشهای تحقیق، مفهوم سازی و عملیاتی کردن مفاهیم نوعاً مشتمل است بر تعامل بین ملاحظات نظری و مشاهدات تجربی.

برای مثال اگر کسی معتقد باشد سرمقاله‌های روزنامه خاصی نگرشی لیبرال و سرمقاله‌های روزنامه دیگری نگرشی رادیکال دارد، باید از خود پرسد چرا به چنین تحلیلی رسیده است. باید سرمقاله‌های متعددی را بخواند و بار دیگر از خود سؤال کند که کدام یک نگرش لیبرال و کدام یک نگرش رادیکال را القاء می‌کند. آیا گرایش سیاسی سرمقاله بخصوصی از محتوای آن معلوم بوده یا از لحن و شیوه نگارش آن چنین برداشتی شده است؟ آیا نامگذاری سرمقاله‌های دو روزنامه (به لیبرال و رادیکال) بر اساس وجود مفاهیم خاصی در متن آنها بوده است یا بر اساس حمایت یا مخالفت آنها از و با یک موضوع یا شخصیت خاص سیاسی؟، در این نوع بررسی باید از هر دو رهیافت استقرایی و قیاسی استفاده شود.

و- واحد تجزیه و تحلیل

واحد تجزیه و تحلیل شخص یا چیزی است که مورد مطالعه قرار می‌گیرد و در تحلیل محتوی معمولاً آن را واحد ثبت می‌نامند. معمولترین واحد تجزیه و تحلیل در مطالعات اجتماعی یک فرد از افراد جامعه است. در روش تحلیل محتوی انتخاب مقوله‌ها به خودی خود واحد تجزیه و تحلیل (واحد ثبت) را معین نمی‌کند. به بیان دیگر برای یک مجموعه از اسناد و مجموعه‌ای از مقوله‌ها، یک واحد ثبت منحصر و منفرد وجود ندارد.

هولستی پنج نوع واحد عمده تجزیه و تحلیل (واحد ثبت) را به شرح زیر، معرفی کرده است:

۱- کلمه یا نماد

۲- مضمون (تم)

۳- کاراکتر (شخص)

۴- پاراگراف

۵- مورد (آیتم)

(هولستی، ۱۹۶۹، صفحات ۱۱۶ تا ۱۱۹)

در زیر به اختصار در مورد هر یک از آنها توضیحاتی داده می‌شود:

۱- کلمه

کلمه معمولاً کوچکترین واحد ثبت است. به کار بستن این واحد، فهرستی از فراوانیهای کلمات را به دست خواهد داد. اشکال عمده و عیب آشکار چنین واحدی، بعنوان واحد ثبت، این است که اگر نمونه انتخاب شده برای تحلیل، مشتمل بر اسناد و مدارک متعدد و پر حجمی باشد، ثبت همه این کلمات کار بسیار دشواری خواهد بود. امتیاز آن هم البته منفصل بودن، مشخص

بودن حدود مرزهای آن و سهولت نسبی شناخت و تشخیص آن در یک متن است.

۲- مضمون

در بسیاری از موارد، مضمون که در ساده‌ترین نوع خود به شکل یک جمله مطرح می‌شود، مفیدتر از کلمه است. مهمترین مورد مصرف مضمون، در تحلیل تبلیغات و مطالعه نگرشها، تصورات، سوگیریها و ارزشهاست. به عنوان مثال یک مضمون این است که «بدون رسیدن به رشد جمعیت صفر، جهان با قحطی مواجه خواهد شد» یا اینکه «نظم نوین جهانی به زیان همه کشورهاست، چه غنی و چه فقیر» مضامین معمولاً لابه‌لای جمله‌ها، عبارتها، پاراگرافها و حتی تصویرها وجود دارند و به همین دلیل کشف و اندازه‌گیری آنها به کار بیشتری نیاز دارد و دشوارتر است. مضمون، به خلاف کلمه، دارای حدّ و مرز مشخص و روشنی نیست و همین امر به دشواری کاربرد آن می‌افزاید و میزان پایایی آن را به نسبت سایر واحدهای ثبت، کاهش می‌دهد.

۳- کاراکتر (شخص)

معمولاً در مورد رمانها، نمایشنامه‌ها و فیلمها، کاراکتر (شخص) را واحد ثبت محسوب می‌کنند. در اینگونه موارد تحلیلگر به جای شمارش کلمات یا اندازه‌گیری مضامین، اشخاص را شماره می‌کند و به تحلیل ویژگیهای شخصیتی و پایگاه طبقاتی و نژادی آنان می‌پردازد. امتیاز این واحد ثبت نیز مشخص بودن و نقیصه اصلی آن محدود بودنش، تنها به برخی از انواع خاص اسناد و مدارک است.

۴- پاراگراف

پاراگراف کمتر از کلمه و مضمون به عنوان واحد تجزیه و تحلیل به کار رفته است. مشکل عمده پاراگرافها این است که به خلاف کلمات، معمولاً حاوی موضوعات و مضامین متعدّدند و به همین دلیل از امتیاز «طرد متقابل» بی‌بهره‌اند.

۵- مورد (آیتم)

مورد به کلّ یک کلیشه واحد پیام اطلاق می‌شود. مورد ممکن است کلّ یک مقاله، کتاب، سخنرانی یا امثال آنها باشد. تحلیل کلّ متن وقتی مناسب و مفید است که میزان تغییرات داخل متن کم و ناچیز باشد. برای مثال می‌توان مقوله‌های خبری را به انواع جنایی، ورزشی، سیاسی و غیره دسته بندی کرد.

مشکل اصلی استفاده از "مورد"، به عنوان واحد تجزیه و تحلیل، بزرگی و وسعت آن است

که موجب ضایع شدن امتیاز طرد متقابل آن می‌شود. اما به هر حال وقتی تعداد اسناد و مدارکی که باید تحلیل شوند زیاد باشد، واحدهایی مثل کلمه، جمله یا پاراگراف خیلی کوچک‌اند و مورد مناسبترین واحد ثبت خواهد بود. البته مشکل دیگری نیز که در این زمینه وجود دارد این است که تفکیک "مضمون" و "مورد" کار آسانی نیست. تنها معیار تفکیک این است که "مورد" کل یک متن است و "مضمون" بخش کوچکی از آن.

علاوه بر واحدهای پنج‌گانه فوق، که اغلب در تحلیل محتوای کمی متون به کار می‌روند، دو واحد "مفهوم" و "معنا" نیز به عنوان واحد تجزیه و تحلیل به کار رفته است.

۶- مفهوم

مفهوم، واحد پیچیده‌تری است شامل مجموعه‌ای از کلمات که باهم مبین یک اندیشه به خصوص خواهند بود. برای مثال کلماتی مثل جرم، بزهکاری و کلاهبرداری جمع می‌شوند و "مفهوم" کجروی را القا می‌کنند. بدین ترتیب کاربرد مفهوم به عنوان یک واحد ثبت، بیشتر در زمینه تحلیل محتوای پنهان متون خواهد بود.

۷- معنا

وقتی معنا، به عنوان واحد تجزیه و تحلیل، به کار گرفته می‌شود، محقق علاوه بر اینکه در پی تعداد و نوع کلمات است، در جستجوی مطالعه چگونگی تحت تأثیر قرار گرفتن کلمات نیز هست. برای مثال محقق می‌خواهد بداند که چگونه و تا چه حد کلمه‌ای (یا کلماتی) تحت نفوذ و تأثیر فضای کلی یک جمله یا کل یک متن قرار گرفته است. به بیان دیگر علاوه بر آنکه حضور یک کلمه خاص در یک جمله در نظر گرفته می‌شود، معنای خاص کلمه در آن جمله نیز منظور خواهد شد (سندرزوپینی، ۱۹۵۹، ص ۱۹۱).

یادآور می‌شود که در موارد متعدد محقق مجبور است از واحدهای مختلف ثبت استفاده کند. یعنی ممکن است لازم شود که محقق در یک فرایند تحلیل محتوای متون، هم از واحد ثبت "کلمه" و هم از واحد "مضمون" استفاده کند.

ز- تحلیل محتوی و هیپی‌ها

در زیر و به منظور آشنایی بیشتر علاقه‌مندان به روش تحلیل محتوی و کاربرد آن در مورد مسائل اجتماعی، پژوهش موفق دو تن از استادان جامعه‌شناس: جک لوین^۱ و جیمز اسپیتز^۲ را

به اختصار مطرح می‌کنیم:

لوین و اسپتیز که در دوران دانشجویی به نهضت اجتماعی هیپی‌های آمریکا^۱ (در سالهای ۱۹۶۰ میلادی) علاقه‌مند، بودند، مسأله تأثیر این نهضت را بر فرهنگ اصلی مردم آمریکا مورد مطالعه قرار دادند^{*}. موضوع "تفاوت ارزشی" در سطوح کلی نظری، که تالکوت پارسونز و دیگران مطرح کرده‌اند، یعنی تفاوت بین ارزشهای ابزاری^۲ و ابزاری^۳ بیش از هر چیز توجه لوین و اسپتیز را بخود جلب کرده و همان را به عنوان چهارچوب نظری اصلی مطالعه خود انتخاب کردند. به طور خلاصه ارزشهای ابزاری با عقلانیت و موفقیت سروکار دارد و ارزشهای ابزاری بیشتر به قلمرو احساس مربوط می‌شود. بنابراین مهندسی که پلی می‌سازد به یک فعالیت ابزاری اشتغال دارد و حرفه مهندسی متأثر از ارزشهای ابزاری است در حالی که یک شاعر عاشق‌پیشه که از عشق می‌سراید، به فعالیتی ابزاری مشغول است.

نهضت هیپی‌ها - مثل نهضت بیت‌ها^۴ که قبل از آن به وجود آمده بود - با روند مسلط تکیه و تأکید بر موفقیت‌های ابزاری، که نماد بارز فرهنگ آمریکایی در طول تاریخ آن شده مخالفت می‌ورزید. سخنگویان این نهضت از پوچی و بی‌معنایی توجه طبقه متوسط آمریکایی به تعلقات مادی و منزلت‌های اجتماعی انتقاد می‌کردند. اغلب، مردم آمریکا را متهم می‌کردند که تهی از احساس شده‌اند و قادر نیستند به طریقی انسانی و درست با یکدیگر ارتباط برقرار کنند.

بنابراین به نظر می‌آمد که هیپی‌ها به ارزشهای ابزاری پای بندند و بر حفظ و توسعه آن پای می‌فشارند و با جریان مسلط ارزشهای ابزاری در جامعه آمریکایی مخالف‌اند. لوین و اسپتیز تصمیم گرفتند صحت و سقم این موضوع را آزمایش کنند. سؤالهای اصلی این دو جامعه‌شناس عبارت بود از:

۱- آیا هیپی‌ها - به خلاف روند جاری و مسلط جامعه آمریکایی، بر ارزشهای ابزاری تأکید و تکیه دارند؟

۲- اگر چنین است آیا نهضت هیپی‌ها توانسته است نظام ارزشی جامعه آمریکایی را تحت تأثیر قرار دهد و متحول سازد؟

یکی از مهمترین جاهایی که در آن ارزشهای منعکس شده هیپی‌ها به چشم می‌خورد، ادبیات مربوط به نهضت بود. از جمله نشریات محرمانه هیپی‌ها مثل: ایست ویلج آدر^۵، آواتار^۶ و سن

*- مطالب این بخش از منبع: بیبی، ۱۹۹۵، صفحات ۳۱۶ تا ۳۲۰ ترجمه و اقتباس شده است.

1 - the Hippie Movement

2 - Instrumental Values

3 - Expressive Values

4 - the Beat Movement

5 - The East Village other

6 - Avatar

فرانسیکو اوراکل^۱.

اما مسأله مهمی که بلافاصله برای محققان مطرح می‌شد، این بود که:

۱- چگونه گرایش ابرازی از گرایش ابرازی تشخیص داده شود؟

۲- میزان و معیار ابرازی بودن یک گرایش چیست؟

به بیان دیگر به تعاریف دقیقی از ارزش‌های ابرازی و ابرازی و معیارهایی برای اندازه‌گیری و مقایسه آنها نیاز بود. لوین و اسپیتز برای تعریف متغیرهای مهم از کاتولوگ ارزشی رالف وایت^۲ استفاده و بر اساس آن، تعاریف و مقوله‌های زیر را مطرح کردند

الف - شاخصهای گرایش ابرازی

۱- موفقیت: ارزشهایی که انگیزه موفقیت را در قالب کار سخت و عملگرایی ایجاد می‌کنند یا ارزشهای اقتصادی که اغلب در قالب مشارکت اجتماعی از طریق اشتغال و احترام زیاد به مالکیت، ابراز می‌شود.

۲- شناخت: ارزشهایی که نمایانگر کشش به سوی یادگیری برای یادگیری و به عنوان وسیله‌ای برای دستیابی به موفقیت، رفاه و خوشبختی است.

۳- اقتصاد: ارزشهای اقتصادی که در سطح جمعی آن (ملی، دولتی، صنعتی) قرار دارند و با هدفهای شخصی متفاوت‌اند.

ب - شاخصهای گرایش ابرازی^۳:

۴- خود - ابرازی: شامل کلیه هدفها و ارزشهای خود - ابرازی که عبارتند از شوخ طبعی، بازی و تفریح، آرامش، اکتشافات هیجان‌انگیز و مسافرت و هنر و زیبایی و سایر فعالیت‌های ابرازی خلاق نیز از این گونه‌اند.

۵- همبستگی: این ارزشها ممکن است ناشی از شرایط اجتماعی یا نتیجه نیاز تعلق به گروه برای ایجاد پیوند با سایر افراد باشد. این مقوله بر جمع دوستی و گروهگرایی افراد و دوستی‌هایی که ایجاد می‌کنند تأکید می‌کند. این هدفهای پیوند خواهانه ممکن است به صورت همنوایی، وفاداری به گروه، دوستی یا سایر جهت‌گیریها ابراز شود.

۶- توجه به دیگران: این مقوله به خلاف ارزشهای پیوند خواهانه، بر نگرشها و احساسهای موجود نسبت به یک گروه خاص یا نسبت به بشریت تأکید می‌کند. بنابراین مقوله توجه به

1 - the San Francisco Oracle

2 - Ralph White

3 - Self -expression

دیگران، تمایل بیشتری - در مقایسه با مقوله همبستگی - به وارد کردن هدفهای انتزاعی دارد.
۷- مذهبی - فلسفی: این مقوله شامل ارزشهایی است که به معنای نهایی زندگی، نقش خداوند، توجه به آخرت و امثال آن مربوط می‌شود.

ج - سایر ارزشها

۸- فردگرایانه: این مقوله به ارزشهای اهمیت فرد، رشد شخصیت، استقلال فردی و موفقیت اعمال فردی تأکید می‌کند.

۹- فیزیولوژیک: ارزشهایی است که به دلیل کششهای ساده فیزیولوژیک مثل گرسنگی، سکس و سلامت جسم، به وجود آمده است.

۱۰- سیاسی: این مقوله مشتمل است بر هدفها و ارزشهای جمعی (مثل هدفها و ارزشهای دولتی، اجتماعی، ملی و بین‌المللی) و ارتباط آن با فرایند تصمیم‌گیری گروهی.

۱۱- ارزشهای دیگر: هر نوع ارزش دیگری که در موارد فوق گنجانیده نشده است (مثل امیدواری، شرافت، پاکی و نجابت) (لویین و اسپیتز، ۱۹۷۶، ص ۳۹۵).

مقوله‌بندی به صورتی انجام شده که بیشتر به محتوای پنهان متون مورد مطالعه مربوط می‌شود. این ویژگی، اگر چه روایی^۱ کار دسته‌بندی و مقوله‌سازی و اندازه‌گیریهای ضروری را افزایش می‌دهد، اما میزان پایایی^۲ را به مخاطره می‌اندازد. محققان برای کنترل این مسأله، ۳۰ مقاله را انتخاب کردند و در اختیار سه کارشناس گذاشتند تا آنها را کدگذاری و دسته‌بندی کنند. در ۹۰ درصد از موارد، بین دو تن از کارشناسان، بر سر اینکه مقاله‌ای از نوع ابرازی، ابزاری یا نوع دیگر است توافق وجود داشت و در ۷۸ درصد از موارد، هر سه نفر نظر مشابه داشتند. دستیابی به ارقام فوق موجب آرامش خاطر محققان در مورد میزان پایایی کدگذاریها و دسته‌بندیها شد.

محققان برای پاسخ دادن به سؤال - یعنی میزان و معیار ابرازی بودن ارزشها - نشریه‌های محرمانه نهضت هیپی‌ها را با مجله معروف و پرتیراژ ریدرز دایجست^۳ مقایسه کردند. برداشت دو جامعه‌شناس مذکور این بود که اگر فرض کلی و عمومی در مورد اینکه فرهنگ مردم آمریکا بر ارزشهای ابزاری تکیه دارد و گرایش هیپی‌ها بیشتر به سوی ارزشهای ابرازی است، درست باشد، این اختلاف ارزشی باید به نحوی خود را در چنین مقایسه‌ای نشان دهد.

برای انتخاب نمونه‌ای دقیق از نشریات محرمانه هیپی‌ها، یک نسخه از ۶ نشریه آنها از هر ماه،

1 - Validity

2 - Reliability

3 - Reader's Digest

از سپتامبر ۱۹۶۷ تا اگوست ۱۹۶۸، به طور تصادفی، انتخاب و دومین مقاله (غیر از داستانهای خیالی، اشعار و نامه‌هایی به سردبیر) هر کدام از آنها تحلیل شد (جمع این مقالات به ۳۱۶ مورد رسید).

همچنین برای ارائه نمونه‌ای قابل مقایسه از مقالاتی که نماینده ارزشهای طبقه متوسط آمریکایی باشد، مجموعاً و به صورت نمونه‌گیری تصادفی، تعداد ۱۶۲ مقاله نیز از مجله ریدرز دایجست انتخاب و تحلیل شد. نتایج مقایسه تحلیل محتوایی محققان در جدول زیر منعکس شده است:

مضامین ارزشی در نشریات هیپی‌ها و مجله ریدرز دایجست

مضامین ارزشی	نشریات هیپی‌ها	ریدرز دایجست
ارزشهای ابرازی	۴۶ درصد	۲۳ درصد
خود- ابرازی	۲۸	۹
توجه به دیگران	۸	۶
همبستگی	۴	۳
مذهبی - فلسفی	۶	۵
ارزشهای ابزاری	۱۰ درصد	۴۲ درصد
موفقیت	۳	۲۸
شناخت	۵	۷
اقتصادی	۲	۷
سایر ارزشها	۴۴ درصد	۳۵ درصد
فردی	۲۰	۱۰
سیاسی	۱۹	۱۲
فیزیولوژیک	۴	۱۲
ارزشهای دیگر	۱	۱
جمع	۱۰۰ درصد	۱۰۰ درصد
تعداد	۳۱۶	۱۶۲

$$x^2 = 61.17, df = 1, p < .001$$

همچنان که تصور می‌شد و ارقام مندرج در جدول نیز حاکی است، نمونه انتخاب شده از نشریات هیپی‌ها ابرازی‌تر از ریدرز دایجست است. بنابراین پاسخ سؤال اول محققان مثبت است. (سؤال اول این بود که آیا هیپی‌ها - به خلاف روند جاری و مسلط جامعه آمریکایی بیشتر بر ارزشهای ابرازی تاکید دارند؟)

در مورد سؤال دوم (یعنی امکان تأثیر نهضت هیپی‌ها بر ارزشهای مسلط جامعه آمریکایی) تأثیر هیپی‌ها بر موسیقی، لباس و سایر وجوه فرهنگی آشکارتر از آن بود که نیازی به تحقیق و

بررسی داشته باشد. توجه و سؤال اصلی محققان این بود که آیا نهضت هیپی‌ها توانسته است، در جامعه، روند ابرازی شدن بیشتر و ابزارگرایی کمتر را در ارزشهای مردم سبب شود؟ سه دوره زمانی دو ساله: ۱۹۵۷ تا ۱۹۵۹ (دوران بیت‌ها)، ۱۹۶۷ تا ۱۹۶۹ و ۱۹۷۰ تا ۱۹۷۲ انتخاب و تحلیل محتوای مفصلتری انجام شد. ادعای محققان این بود که اگر نهضت هیپی‌ها از طریق نشریات خود یا از هر طریق دیگری، به تقویت ارزشهای ابرازی در آمریکا پرداخته باشد، اولاً باید سلطه این گونه ارزشها در طول این سه دوره دو ساله در نشریات نهضت باقی مانده و ثانیاً رسانه‌های عمومی جامعه - نظیر ریدرز دایجست نیز باید بیشتر ابرازی و کمتر ابزاری شده باشند. در این مرحله علاوه بر ریدرز دایجست، ۵ مجله معروف و پرتیراژ دیگر آمریکایی: لایف^۱ لوک^۲، ترو^۳، رد بوک^۴ و کازموپولیتان^۵، نیز مورد تحلیل قرار گرفت. طرحی برای نمونه‌گیری تدوین و اجرا شد و محققان برای اینکه روند اندازه‌گیری متغیرهای مورد مطالعه دقیقتر باشد، واحد تجزیه و تحلیل را از مقاله (که در بخش اول مطالعه انجام شده بود) به پاراگراف تغییر دادند. در مطالعه قبلی کل یک مقاله واحد ثبت بود و پس از مطالعه به عنوان ابرازی یا ابزاری کدگذاری شده بود. اما در این مرحله نمونه‌ای از پاراگرافهای مقالات در هر دو گروه انتخاب و مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج چندین هزار مورد مطالعه تحلیل و مقایسه نشان داد که:

۱- هیچ نوع تغییر مهمی در گرایشهای ارزشی مجلات اصلی آمریکایی در طول سه دوره مورد مطالعه روی نداده است و این مجلات کماکان ابزاری باقی مانده‌اند.

۲- علی‌رغم آنچه تصور می‌شد، تغییر و تحول اساسی ارزشی در گرایشهای نهضت هیپی‌ها به وجود آمده است (لوین و اسپیتز، ۱۹۷۶ ص ۴۰۸).

جدول زیر آمار و ارقام مربوط به تحلیل محتوای متون مقالات انتخاب شده از نشریات مهم و پرتیراژ آمریکایی و نشریات هیپی‌ها را نشان می‌دهد.

تغییر در گرایشهای ارزشی: ۱۹۵۷ تا ۱۹۷۲
درصد پاراگراف‌های ابزاری در میان کل پاراگرافهای ابزاری و ابرازی

دوره (سالهای)	نشریات محرمانه	مجلات اصلی
۱۹۵۷-۱۹۵۹	۲۵ درصد	۷۳ درصد
۱۹۶۷-۱۹۶۹	۳۰ درصد	۷۸ درصد
۱۹۷۰-۱۹۷۲	۵۵ درصد	۷۸ درصد

1 - Life

2 - Look

3 - True

4 - Redbook

5 - Cosmopolitan

همچنان که ارقام مندرج در جدول فوق نشان می‌دهد، به خلاف انتظار، تغییر و تحول ارزشی مهمی در نشریات هیپی‌ها اتفاق افتاده که مبین آن است که گرایشهای ارزشی نهضت هیپی‌ها از ابرازی به ابرازی تغییر یافته و در ارزشهای مسلط جامعه آمریکایی چنین تغییراتی به وجود نیامده است.

محققان همچنین ادعا کرده‌اند که یافته‌های تحلیل محتوای انجام شده مقایسه‌ای نشریات نهضت هیپی‌ها و نشریات معتبر و اصلی آمریکایی با سایر مشاهداتشان تایید شده و گزارش‌ها حاکی از آن است که رهبران نهضت ضد فرهنگ هیپی‌ها هر چه به اوایل ۳۰ سالگی نزدیکتر شده‌اند بیشتر به جریان جاری زندگی معمولی آمریکاییان پیوسته‌اند.

ح - نکات قوت و ضعف روش تحلیل محتوی

الف - نکات قوت :

- ۱- مهمترین امتیاز تحلیل محتوی، غیر مداخله‌ای و غیر واکنشی بودن آن است. نیازی نیست با کسی مصاحبه شود، پرسشنامه‌ای تکمیل گردد یا آزمایشی صورت گیرد. محققان دخالتی در شکل‌گیری داده‌ها نمی‌کنند و فرستندگان پیام واکنشی نشان نمی‌دهند.
- ۲- امتیاز مهم بعدی هزینه کم (به نسبت سایر روشهای تحقیق) تحلیل محتوی است. معمولاً موارد لازم برای تحلیل اسناد و مدارک به آسانی و ارزانی در دسترس است.
- ۳- تحلیل محتوی امکان مطالعه فرایندهایی را که در یک دوره زمانی طولانی رویداده فراهم می‌سازد. به سادگی می‌توان تحولی را که در سالهای پس از انقلاب اسلامی در سینمای ایران به وجود آمده از این طریق مطالعه کرد.
- ۴- معمولاً تکرار بخشی از تحقیق (که در بعضی روشهای دیگر تقریباً غیر ممکن است) در روش تحلیل محتوی امکان‌پذیر است. رفع یک اشتباه یا تکمیل اطلاعات در یک بخش نیازی به تکرار کل تحقیق ندارد و تجدید نظر در تحلیل همان بخش کفایت می‌کند.

ب - نکات ضعف

- ۱- مهمترین ضعف روش تحلیل محتوی محدود بودن آن به اسناد و مدارک قبلاً ثبت و ضبط شده است.
- البته باید توجه کرد که اگر از تحلیل محتوی صرفاً به عنوان روشی برای تجزیه و تحلیل داده‌های موجود استفاده شود، این ضعف تا حد قابل توجهی رنگ می‌بازد. برای مثال اگر محقق روش تحلیل محتوی را برای تحلیل پاسخهایی که به تعدادی "سؤال باز" داده شده به کار بندد، دیگر چنین وضعی برای تحلیل محتوی وجود ندارد.

۲- تحلیل محتوی هم مثل هر روش دیگری مشکلات مربوط به پایایی و روایی را داراست. در مورد روایی این روش، مشکل این است که معلوم نیست مثلاً در مطالعه گرایشهای ارزشی هیپی‌ها، که قبلاً ذکر شد، تحلیل محتوی واقعا و اترا ترین نوع تحلیل و اندازه‌گیری برای این موضوع باشد. اما از طرفی غیر انتزاعی بودن مواد مورد مطالعه در تحلیل محتوی، پایایی این روش را تا حد زیادی تأمین و تضمین می‌کند. برای مثال می‌توان مقوله‌ای را بارها کدگذاری کرد تا از پایایی اندازه‌گیری، اطمینان کافی به دست آید. حال آنکه در سایر روشها (مثلاً در روش بررسی) در مورد تقویت میزان پایایی اندازه‌گیری - پس از جمع‌آوری داده‌ها - تقریباً هیچ کاری نمی‌توان کرد.

ط - خلاصه و نتیجه‌گیری

شاید تحلیل محتوی به لحاظ سابقه و تاریخچه، همزاد تعامل اجتماعی انسانهاست که به مرور زمان از نوعی تفسیر ابتدایی و آزاد و از حرکات و حرفهای دیگران به شیوه‌ای علمی برای بررسی و ارزیابی متون اسناد و مدارک مهم اجتماعی و سیاسی تبدیل شده است. تحلیل محتوی از روشهای عمده مشاهده اسنادی است که به جای مشاهده مستقیم و رفتار افراد یا پرسنل در مورد آن، به ارتباطاتی که آنان بوجود آورده و پیامهایی که مبادله کرده‌اند و ویژگیهای فرستندگان و گیرندگان پیامها توجه و در مورد آنها سؤال و تحلیل می‌کند و حتی تأثیر پیامهای القاء شده را نیز مطالعه می‌نماید. تحلیل محتوی نوعاً از جمله روشهای غیر واکنشی و غیر مداخله‌ای است. بدین معنی که صاحبان اسناد و مؤلفین آثار مورد تحلیل رابه کارتحلیل واکنشی و تحلیلگران و محققان رادر وضعیت تألیف و تدوین و ایجاد اسناد و مدارک مداخله‌ای نیست.

در مورد ویژگیهای تحلیل محتوی بین صاحب نظران اختلاف وجود دارد. مهمترین اختلاف نظر بر سر این نکته است که آیا تحلیل کمی است یا کیفی و یا روشی است که هم در مورد وجوه کمی و هم وجوه کیفی پیامهای ارتباطاتی کاربرد دارد. هم چنین است اختلاف بر سر این موضوع که آیا کار تحلیل محتوی تنها پرداختن به محتوای آشکار اسناد است یا محتوای پنهان آن و یا تلفیقی از هر دو. توصیفی یا تبیینی بودن این روش نیز از جمله موارد اختلاف است. اختلاف نظر دیگری نیز در مورد اینکه تحلیل محتوی روشی است برای جمع‌آوری اطلاعات و یا تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده و متون ثبت شده است وجود دارد. هم چنین در مورد اینکه آیا تحلیل محتوی تنها به ارزیابی متن سند و پیام آن می‌پردازد یا اینکه تمام اجزاء آنرا مورد مطالعه قرار می‌دهد اختلاف است. البته به هر حال منظور اصلی از همه این مباحث تأمین میزان بیشتری از پایایی و روایی تحلیل است.

در نمونه‌گیری از متون مورد مطالعه باید متوجه سوگیری آماری موجود متون و آثاری که عمدتاً بنفع طبقات بالای جامعه است بود و طوری تناسب را رعایت کرد که کفه دآوری محققان به سمت ویژگیهای این طبقه متمایل نشود.

هم چنین مقوله‌بندی (تقسیم‌بندی و تفکیک متون انتخاب شده به قطعات یا بخش‌های مجزا) که از مهمترین اجزاء این روش است باید منعکس‌کننده اهداف تحقیق بوده و از خواص

فراگیری، طرد متقابل و استقلال برخوردار باشد. لازم به تذکر است که اجرا و انجام یک تحلیل محتوای درست و دقیق کار آسانی نیست و نیاز مبرمی به مهارت دارد که آنهم بخلاف بعضی روشهای دیگر از طریق مطالعه کتب راهنما بدست نخواهد آمد و کسب آن راهی جز تمرین و ممارست ندارد. اما اگر چنین شرایطی محقق شود و در صورت دسترسی به اسناد لازم، تحلیل محتوی روش مفیدی است که نتایج ارزشمندی خواهد داشت.

مأخذ:

- Abrahamson, Mark 1983. *Social Research Methods*. Englewood Cliffs ,N.J.: Prentice - Hall
- Babbie, Earl. 1995. *The Practice of Social Research*. 7th ed. new york. : Wadsworth. pub.co.
- Berelson, Bernard.1954."Content Analysis."In *Handbook of Social Psychology* .Ed. Gardner Lindzey.Cambridge, Mass. :Addison - Wesley
- Berelson, Bernard and Patricia Salter .1946." Majority and Minority Americans An Analysis of Magazine Fiction."*Public Opinion Quarterly*. 10: 168-190
- Berg,Bruce L.1989 *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*. Boston,Mass.:Allyn and Bacon
- Carney , Thomas F.1972. *Content Analysis*. Winnipeg, Canada: University of Manitoba Press.
- Heilman, Samuel.1976. *Synagogue Life: A Study in Symbolic Interaction*. Englewood Cliffs, N.J : Prentice - Hall.
- Holsti, Ole R.1968."Content Analysis."In *Handbook of Social Psychology*, ed by Gardner lindzey and Elliot Aaronson.Reading , Mass .: Addison - Wesley.
- Holsti, Ole R.1969. *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading ,mass.: Addison- Wesley.
- Hunt,Morton. 1985. *Profiles of Social Research: The Scientific Study of Human Interactions*. NewYork: Russel Sage Foundation.
- Kornblum, W.and J.Julian.1989. *Social Problems*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice - Hall
- Lasswell, Harold D.1965."Detection: Propaganda Detection and the Courts" In Harold D. Lasswell, et al., *The Language of politics : 'Studies in Quantitative Semantics* .Cambridge, Mass.: MIT Press.

- Levin, Jack and James Spates. 1976. *Hippie Values: An Analysis of the Underground Press*. Youth and Society . 1970 .2 59-72. Reprinted in M. Patricia Golden, ed .the Research Experience. Itasca, Il.: Peacock.
- Marx, K. & Engels, F. 1969/1848. *The Communist manifesto*. N.Y: Penguin. P.69-75.
- Marx. K. (1962/1867). *Capital: A Critique of Political Economy*. Moscow: Foreign Languages Pullishing House. P.232-237.
- Mc Clelland, David C.1966" the Use of Measures of Human Motivation in the Study of Society." in *Motives in Fantasy, Action and Society* ed. John W. Atkinson .New York: Van Nostrand.
- Merton, R.K. (1973). *The Sociology of Science: Theoretical and Empirical Investigations*. Chicago: Oniv.of Chcago. Press. P. 35-42.
- Merton ,Robert K.1968. Social Theory and Social Structure. New york " Fress Press.
- Merton,Robert K,James S.Coleman,and Peter H.Rossi,eds.1979 *Quantitative and Qualitative Social Research* .New York" Free Press.
- Reinhold, R. 1982 *An Overwhelming Violence T.V tie*, New york"
- Sanders, William and T.K..Pinhey.1959. *The Conduct of Social Research*. New York: Rinehart, and Winston.
- Seltiz, Claire, Marie Jahoda,Morton Deutsch ,and Stuart W.Cook.1959. *Research Methods in Social Relations*. NewYork: Holt,Rinehart and Winston
- Smith, Howard W. 1975 *Strategies of Social Research*. Englewood Cliffs. N.J.: Prentice Hall.
- Weber, Max (1974/1904). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*(T.Parsons, trans.). N.Y: Scribners P-89-101.