

## تحلیل محتوای عمقی و اجرای آن به وسیله نرم افزار ام. آر. پی

مهدی محسنیان راد<sup>۱</sup>

(تاریخ دریافت ۱۳۸۹/۶/۷، تاریخ پذیرش ۱۳۹۰/۴/۱)

### چکیده

انگیزه نگارش مقاله حاضر انتشار عمومی نرم افزار ام. آر. پی<sup>۲</sup> از سوی وزارت علوم، تحقیقات و فن آوری در سطح دانشگاه های کشور است. نرم افزاری که حاصل تلاش بیش از دو دهه محققان کشور است و از طریق آن می توان یک روش تحلیل محتوای مختلط کمی - کیفی را به نام «تحلیل محتوای عمقی» اجرا کرد و از این طریق، بیش از هریک از دو روش کمی یا کیفی به واقعیت نزدیک شد. مقاله با بحث درباره سه نهضت کمی، کیفی و مختلط آغاز می شود. آن گاه به توضیح درباره ساختار، کاربرد و پیشینه روش می پردازد. در خلال این توضیح، ضمن اشاره به پروژه ها، رساله ها و پایان نامه هایی که با روش مذکور اجرا شده اند، در هر مورد، از مثال های مرتبط استفاده می کند.

در انتها، از این ادعا دفاع می کند که با روش پیشنهادی می توان «بازنمایی» را نیز انجام داد و شواهد «کلیشه سازی» و «نقاط محوری» متن را از طریق تهیه ماتریس های ضرایب همبستگی فی و «مدل تقارن» به دست آورد.

**واژگان کلیدی:** تحلیل محتوای کمی، تحلیل محتوای کیفی، تحلیل محتوای مختلط، تحلیل محتوای عمقی، بازنمایی.

۱. دانشیار دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع) mohsenianrad@yahoo.com

2. Multidisciplinary Research Package

مجله مطالعات اجتماعی ایران، دوره پنجم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۰

#### مقدمه

تقریباً هم‌زمان با شکل‌گیری تحلیل محتوای کمی<sup>۱</sup>، اولین گام‌های تحلیل محتوای کیفی<sup>۲</sup> نیز برداشته شد (دنزین، ۱۹۹۴: ۵). برای مثال، در همان دوران که برنارد برلسون<sup>۳</sup> بنیان‌گذار روش تحلیل محتوای کمی، با تبدیل مفاهیم به کدها و ارائه جدول‌هایی حاوی فراوانی آن‌ها، به تحلیل کمی متن می‌پرداخت، کراکوتر<sup>۴</sup> با تقلیل افراطی متن به کلمات و بررسی آن‌ها مفهوم و عصاره متن را با تمرکز بر ربط بین بخش‌های مختلف آن استخراج می‌کرد (وود، ۲۰۰۲: ۳۸). به این ترتیب، طی نیمه دوم قرن بیستم، دو جریان روش‌شناختی، کم‌وبیش به موازات یکدیگر، البته یکی با شتاب و دیگری با سرعتی کندتر، دو نهضت<sup>۵</sup> حاکم بر فضای تحقیقات علوم اجتماعی در غرب را تشکیل می‌دادند. پارادایم‌هایی که چارلز تدیل<sup>۶</sup> آن‌ها را سنت‌های کمی و کیفی<sup>۷</sup> نامیده است.

در نهضت اول یا سنت کمی، روش تحقیق مبتنی بر جمع‌آوری، تحلیل، تفسیر و ارائه اطلاعات عددی است و بیشتر از سوی وابستگان به پارادایم پوزیتیویسم<sup>۸</sup> دنبال می‌شود. تجمع کتاب‌ها و منابع این سنت بیشتر در ربع سوم قرن بیستم بود. تکنیک‌های نهضت دوم یا سنت کیفی، بر جمع‌آوری اطلاعات، تحلیل، تفسیر و ارائه اطلاعات روایتی<sup>۹</sup> متمرکز است و بیشتر به وسیله وابستگان به پارادایم ساختگرا<sup>۱۰</sup> اجرا می‌شود. کتاب‌ها و منابع این سنت بیشتر مربوط به ربع چهارم قرن بیستم است و به دست کسانی نوشته می‌شد که بیشتر منتقدان روش‌های کمی بودند. پاسخ به پرسش‌های تحقیق کیفی به صورت روایتی صورت می‌گیرد. در این مفهوم به جای تحلیل داده، بیشتر تحلیل مضمون<sup>۱۱</sup> دنبال می‌شود و از رهیافت‌های طبقه‌بندی و کلی‌نگرانه استفاده می‌شود.

1. Quantitative content analysis
2. Qualitative content analysis
3. Bernard Berelson
4. Kracauer
5. Movement
6. Charles Teddile
7. Qualitative tradition
8. Positivism
9. Narrative information
10. Constructivism
11. Thematic analysis

در روش تحلیل محتوای کیفی<sup>۱</sup> که یکی از شاخه‌های تحقیق کیفی است، مفهوم کدگذاری کدگذاری کمی متفاوت با این مفهوم در روش کمی است. در این روش کدگذاری عبارت است از مجموعه عملیاتی که طی آن داده‌ها خرد می‌شوند، مفهوم‌پردازی می‌شوند [تا این‌جا مشابه روش کمی است] و آن‌گاه به روش‌های جدید دوباره به یکدیگر متصل می‌شوند [در حالی که در روش کمی به صورت جدول منعکس می‌شوند]. در واقع، کدگذاری روند اصلی ساختن و پرداختن نظریه از داده‌هاست (استراس، ۱۳۸۵: ۵۷). در این روش، کدگذار به جای آنکه صرفاً نقش کدگذار را ایفا کند، به داور تبدیل می‌شود و عملاً اوست که معیار برچسب زدن بر مضمون‌ها یا مفهوم‌پردازی داده‌های خردشده می‌شود. چنان‌که فیلیپ میرینگ<sup>۲</sup> می‌گوید، تحلیل محتوای کیفی حاصل اظهار عقیده صریح و ارائه ادراکات تحلیل‌گر است (لانگر، ۱۹۹۸). به همین دلیل، در این روش به‌ندرت حجم نمونه از قبل تعیین می‌شود و به جای آن محقق تلاش می‌کند تا آن‌جا که فهم کامل و جامع پدیده مورد بررسی اقتضا می‌کند، نمونه مورد بررسی را به‌گونه‌ای هدفمند و غیرتصادفی انتخاب کند (بلور، ۲۰۰۶: ۱۵۳). در واقع، محقق هنگامی نمونه‌گیری را متوقف می‌کند که احساس کند داده‌های جدید حاصل از نمونه جدید تکرار داده‌های قبلی است.

در آخرین دهه قرن بیستم، نهضت سوم یا سنت روش‌های مختلط<sup>۳</sup> به‌عنوان گرایشی مجزا پدیدار شد (کریستنسن، ۲۰۰۴). گرایشی که کاربرد هر نوع ابزار روش‌شناختی مورد نیاز برای پاسخ به پرسش‌های پژوهش را حمایت می‌کرد. توجه به این گرایش از دهه نخست قرن بیست‌ویکم افزایش یافت (تدلی، ۲۰۰۹: ۴-۷). تشکری (۲۰۰۳: ۷۱۱) در توصیف این روش می‌گوید: «محقق روش مختلط برای طرح سؤال تحقیق، تعیین شیوه‌های جمع‌آوری اطلاعات، تحلیل داده‌ها یا مشخص کردن چهارچوب و استنباط و نتیجه‌گیری از آن‌ها، از هر دو رویکرد کمی و کیفی استفاده می‌کند. در تعریف کاربردی، که از روش‌های تحقیق مختلط در نخستین شماره مجله تحقیق روش‌های مختلط<sup>۴</sup> آمده است، گفته شده که محققان این روش با استفاده از رویکردهای ترکیبی کمی و کیفی یا روش‌های مجزای آن‌ها داده‌ها را جمع‌آوری و تحلیل می‌کنند و یافته‌ها را تلفیق کرده استنباط‌ها را ارائه می‌دهند (تشکری، ۲۰۰۷: ۴).

1. Qualitative content analysis
2. Philip Mayring
3. Mixed methods tradition
4. Journal of Mixed Methods Research

پراگماتیسم<sup>۱</sup> نیز گرایش فلسفی است که اغلب از روش‌های مختلط استفاده می‌کند. در این روش محققان بدون مرز مشخصی بین تحلیل‌های مضمونی و آماری در حرکت هستند و پرسش‌های تحقیق به دو شکل روایتی و عددی ارائه می‌شوند (تدلی، ۲۰۰۹: ۸).

«تحلیل محتوای عمقی»<sup>۲</sup> نیز روشی است که پرسش‌های تحقیق را به دو شکل روایتی و عددی ارائه می‌کند. ارائه روایتی آن محصول پردازش مجموعه‌ای از «گزاره‌های»<sup>۳</sup> یا عبارت‌های استخراجی از متن است و ارائه عددی محصول عملیات کدگذاری رایج در تحلیل محتوای کلاسیک یا کمی است. از آنجا که انتشار عمومی نرم‌افزار ام. آر. پی<sup>۴</sup> امکان استفاده از روش مذکور را برای جامعه علمی کشور فراهم کرده، هدف از مقاله حاضر معرفی این روش به جامعه مذکور است.

### کارکرد، ساختار و پیشینه روش

کارکرد «تحلیل محتوای عمقی» - به‌عنوان روشی مختلط - انجام عملیات تحلیل<sup>۵</sup> (شکستن کل به قسمت‌های مختلف به منظور تعیین ماهیت آن کل) بر روی متن، از هر دو طریق عددی و روایتی است. در نتیجه، هم یک گشتالت و شکل کلی از پیام حاصل می‌شود و هم یک توصیف همراه با تبیین نسبتاً کامل از جزئیات پیام ارائه می‌گردد. بنابراین، مقصود از «عمقی» ورود به مرحله پس از توصیف عددی است.

۱. در زبان فارسی برای پراگماتیسم معادل‌هایی پیشنهاد شده است: امیرحسین آریانیپور در کتاب زمینة جامعه‌شناسی «مصلحت‌گرایی»؛ جلال‌الدین مجتوبی در کتاب تاریخ فلسفه «مذهب اصالت عمل یا صلاح عملی»؛ حسن منصور در کتاب جهان‌بینی عملی «نتیجه‌گرایی»؛ احمد آرام در کتاب انتقال علوم یونانی «عملی‌گری»؛ و جلال‌الدین اعلم در کتاب فیلسوفان انگلیسی «عمل‌باوری» گفته‌اند.
۲. از آنجا که اصطلاح «تحلیل محتوای عمقی»، نخستین بار در زبان فارسی شکل گرفت. برای آن معادل انگلیسی «Deep Content Analysis» پیشنهاد می‌شود.

### 3. Statement

۴. نرم‌افزار MRP (Multidisciplinary Research Package) نرم‌افزاری چندمنظوره برای اجرای تحقیقات کمی و کیفی در حوزه علوم اجتماعی- انسانی است که حاصل ۲۷ سال تلاش نگارنده و کارشناسان همراه او، همچون دکتر پیروز دروی، مهندس حجت‌الله یزدان‌شناس، مهندس امیرفرزاد محسنیان‌راد، دکتر سهراب رهبر، دکتر امیرحامد محسنیان‌راد و مهندس امیر تاجیک است. این نرم‌افزار که با حمایت‌پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فن‌آوری قابل عرضه به عموم شد، در ۲۴ تیرماه ۱۳۹۰ طی مراسمی با حضور رؤسای پژوهشکده‌ها و پارک‌های فن‌آوری وزارت علوم رسماً رونمایی شد.

### 5. Analysis

اصطلاح «عمقی» را می توان در برخی متون روش های تحقیق مختلط نیز یافت. چنان که آدریان هالیدی (۲۰۰۲: ۶) به هنگام مقایسه دو پارادایم تحقیق کیفی و کمی می گوید: «در تحقیق کمی، عمل شمارش موارد وقوع دنبال می شود، درحالی که در تحقیق کیفی «نگاه عمیق»<sup>۱</sup> انجام می شود. استربرگ درجه این عمق را بر اساس میزان تمرکز بر متن مشخص می کند و این گونه توضیح داده که محققان کیفی ممکن است در سطوح مختلف بر «متن» متمرکز شوند. ساده ترین سطح همان شمارش ساده<sup>۲</sup> است، درحالی که سطوح بعدی می تواند برحسب موضوع تحقیق و اهداف آن پیچیده تر شود (استربرگ، ۲۰۰۲: ۱۷۲).

نخستین گام در ایجاد این روش در ایران هنگامی برداشته شد که در نرم افزار ام. آر. پی سلول اطلاعاتی حرفی ابداع شد. به این ترتیب که گزاره های استخراجی از متن می توانست، همچون یک کد، در نرم افزار جای بگیرد. به این ترتیب محققان برای تحلیل محتوا از این روش استفاده می کنند، از یک سو می تواند تمام عملیات کمی گرایانه روش تحلیل محتوای ابداعی برنارد برلسون را دنبال کند که حاصل آن همان داده هایی است که در نرم افزار ام. آر. پی در سلول های تک کد یا چندکد می نشیند، و از سوی دیگر، کدگذاران ورزیده تر، نقش داوران و تحلیل گران را به خود می گیرند، متن را عمیقاً مطالعه و از درون آن گزاره هایی را استخراج می کنند که حاصل ادراکات آنان از جان کلام مطرح شده در متن است. به این ترتیب می توان گفت عنصر اصلی «تحلیل محتوای عمقی» را «گزاره» یا «عبارت»<sup>۳</sup> تشکیل می دهد. گزاره همان است که فیلسوفان تحلیلی اثبات گرا<sup>۴</sup> آن ها را به دو دسته توصیفی<sup>۵</sup> و ارزشی<sup>۶</sup> تقسیم کرده اند. به اعتقاد آنان گزاره های ارزشی تجربه پذیر نیستند و صرفاً احساسات و عواطف شخصی را اظهار می کنند، درحالی که گزاره های توصیفی نقش مهم و اساسی زبان را، که نشان دادن واقعیت هاست، برعهده دارند (سرل، ۱۳۸۵: ۲۹).

در تحلیل محتوای عمقی، هریک از انواع گزاره ها نقشی دوگانه دارند. از یک سو، همچون هر واحد اطلاعاتی در تحقیق کیفی، حاصل مشاهده، و همزمان با آن، استنتاج پژوهشگر است و از سوی دیگر، مانند هر واحد اطلاعاتی مرتبط با تحقیق کمی، به صورت خلاصه های عددی از پیام قابل ارائه است. در این روش، محقق به هریک از گزاره های استخراجی همچون قطعه پازلی

1. Deep look
2. Simple counting
3. Statement
4. Analytical positivist
5. Descriptive
6. Evaluative

نگاه می‌کند که در انتها با کنار هم نشستن منطقی آن‌ها تصویری از واقعیت<sup>۱</sup> حاصل خواهد شد. در نتیجه، هر گزاره، همچون یک داده عددی، وارد رایانه می‌شود. از سوی دیگر، نرم‌افزار شرایطی را فراهم می‌کند که هر گزاره با واسطه یک کلیدواژه که در واقع گامی دیگر در شکستن کل به قسمت‌های مختلف، به منظور تعیین ماهیت آن کل است، کلیدی برای باز کردن مفهوم گزاره دریافت کند. به همین دلیل، می‌توان به جای کلیدواژه اصطلاح «کلیدگزاره» را به کار برد، زیرا به یک تعبیر، نقش واحد کدگذاری<sup>۲</sup> دومین را ایفا می‌کند. پی‌آیند این امر، کلیدگزاره‌ها به کمک روشی به نام «کدگذاری معکوس» به کدهایی تبدیل می‌شوند که بیانگر دسته‌بندی گزاره‌ها هستند. کدها از یک سو عامل منطقی نشستن گزاره‌ها در توصیف کیفی خواهند بود و از سوی دیگر، فراوانی آن‌ها، مبنای جداولی خواهد شد که می‌توانند پذیرای انواع تحلیل‌های آماری باشند.

عناصر اصلی تشکیل‌دهنده این روش عبارت‌اند از: گزاره‌ها، شماره شناسایی گزاره، کلید گزاره‌ها، و داده‌های کمی. در زیر هر یک از این عناصر با ارجاع به یکی از تحقیقات انجام‌شده با این روش<sup>۳</sup> توضیح داده می‌شود.

۱. تحقیق فرآیندی تعریف می‌شود حاوی «مجموعه‌ای از فعالیت‌های نظام‌مند که هدف آن نزدیک شدن به واقعیت یا رسیدن از آگاهی اندک به آگاهی بیشتر (کاهش جهل) با هر روش مقتضی و ممکن است» (با اقتباس از: دلور، ۱۳۷۴: ۲۶).

## 2. Coding units

۳. برخی از تحقیقات انجام‌شده به روش تحلیل محتوای عمقی طی سال‌های گذشته به شرح زیر است: ۱۳۸۹: تحلیل محتوای عمقی و مقایسه‌ای سه کتاب مقدس (قرآن، انجیل و تورات)، پروژه پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری؛ سال ۱۳۸۹: رساله دکتری علوم ارتباطات آقای امیر عبدالرضا سپنجی با عنوان «مخاطب‌پنداری در نظر سرآمدان جمهوری اسلامی ایران از سال ۱۳۸۳ تا ۱۳۸۸» دانشگاه علامه طباطبایی؛ سال ۱۳۸۹: پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد خانم فاطمه ترابی با عنوان «بازنمایی زن ایرانی در آثار سفرنامه نویسان غربی»، دانشگاه علامه طباطبایی؛ سال ۱۳۸۸: رساله کارشناسی‌ارشد خانم فاطمه محمدزمانی با عنوان مطالعه تفاوت برداشت مردم از مفهوم «امنیت اجتماعی» با مفهوم مورد نظر نیروی انتظامی از مفهوم مذکور، دانشگاه تهران؛ سال ۱۳۸۷: رساله کارشناسی‌ارشد خانم شهرزاد ثابت سعیدی با عنوان بازتاب بین‌المللی اخبار دستگیری ملوانان انگلیسی، دانشگاه علامه طباطبایی؛ سال ۱۳۸۶: شناخت ریشه‌های فرهنگ ارتباط در ایران: جستجو در اشعار و ضرب‌المثل‌های ایرانی، پروژه پژوهشگاه اسناد و مدارک علمی ایران، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری؛ سال ۱۳۸۳: جهت‌گیری‌ها و هنجارها نسبت به مطبوعات در گفته‌های دولتمردان ایران، پروژه مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها؛ سال ۱۳۸۲: رساله دکتری آقای حسام الدین آشنا با عنوان فرهنگ، ارتباطات و سیاست خارجی، دانشگاه امام صادق (ع)؛ سال ۱۳۷۴: وضعیت انتقاد در مطبوعات ایران، پروژه مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها. گفتنی است که داوران کلیه طرح‌های پژوهشی و رساله‌های فوق، در هر مورد، قانع می‌شدند که ماهیت سؤالات اصلی پروژه‌ها و رساله‌های مذکور به گونه‌ای بوده که دستیابی به پاسخ آن‌ها، با روش تحلیل محتوای عمقی و نرم‌افزار ام. آر. پی بر روش کلاسیک و کمی تحلیل محتوا و به‌کارگیری نرم‌افزار SPSS رجحان داشته است.

## ۱. گزاره‌ها

گزاره‌ها داده‌هایی محسوب می‌شوند که از گفتار استخراج شده باشند. این استخراج می‌تواند بر مضمون خاصی متمرکز باشد، مانند تحقیقی که محدوده استخراج آن سفرنامه‌های عهد تیمور تا قاجار باشد و محقق عبارتهایی با محتوای توصیف زن ایرانی را دنبال کند؛ یا می‌تواند بدون تمرکز بر مضمون خاصی، صرفاً پاسخ «چه می‌گوید» را جست‌وجو کند.

گفتار مورد جست‌وجو می‌تواند متن نوشتاری باشد، یا به گونه کلام شفاهی در یک برنامه رادیویی، تلویزیونی یا سینمایی شنیده شود. «محدوده استخراج» هر گزاره می‌تواند یک پاراگراف، یک صفحه یا هر مقدار مشخص دیگری باشد که محقق آن را از ابتدا تعریف عملیاتی کرده باشد.

هنگامی که استخراج بر مضمون متمرکز است، ممکن است در یک محدوده، هیچ گزاره‌ای دیده نشود. در عوض، در محدوده‌ای دیگر و با همان مساحت، یک یا چند گزاره استخراج شود. از نظر محتوا، گزاره می‌تواند حسب اهداف تحقیق، «عبارت کانونی» محدوده استخراج باشد. چنین گزاره‌ای نقش یکی از «نقاط محوری»<sup>۱</sup> در تحلیل گفتمان را ایفا می‌کند. با این تفاوت که در این جا، متن به قطعات کوچک‌تر تقسیم شده و برای هر قطعه، نقطه محوری آن قطعه مبنا قرار می‌گیرد. بنابراین، فعالیت کدگذار فراتر از یک کدگذار مکانیکی است و عملکرد او تابع قواعد تحقیق کیفی است، مثلاً ممکن است پژوهشگر در جست‌وجوی «جان کلام»<sup>۲</sup> باشد. می‌تواند «نیت»<sup>۳</sup> را هم حدس بزند [جان کلامش این بود که خانه را خالی کنید، اما نیتش این است که اجاره را زیاد کنید]. یا به جست‌وجوی «سایه مفهوم»<sup>۴</sup> بپردازد؛ به این ترتیب که تفاوت بسیار ظریف دو معنی مختلف یک واژه را از طریق باریک‌بینی دنبال کند. [این همان مفهوم «یهام» در برخی از اشعار کهن پارسی است. مانند واژه «شیرین» در این بیت: «دیشب صدای تیشه از بیستون نیامد / شاید به خواب شیرین فرهاد رفته باشد» که هم می‌تواند به مفهوم دختری به نام شیرین باشد و هم به مفهوم رؤیایی زیبا].

تحلیل‌گر می‌تواند به جست‌وجوی «نکته»<sup>۵</sup> در متن نیز بپردازد و مفاهیم یا معانی بسیار جزئی‌تری از سایه معنی را که واضح نیستند حدس بزند؛ مانند نکات نهفته در برخی لطیفه‌ها که درک آن‌ها به تیزبینی خاصی نیاز دارد و حتی ممکن است گزاره یا گزاره‌ها، براساس مفهوم

۱. لاکلو نقطه محوری را نشانه‌ای شاخص می‌داند که سایر نشانه‌ها حول آن نظم می‌یابند و معنی خود را از نوع رابطه‌شان با این نقطه محوری کسب می‌کنند (لاکلو، ۱۹۸۵: ۱۱۲).

2. Gist
3. Intent
4. Shade of meaning
5. Point

فحوایی یا ضمنی<sup>۱</sup> ساخته شوند. مفاهیمی که صریح بیان نشده، اما می‌توان با تعمق بر واژه‌ها و تفسیر عبارات، به آن‌ها دست یافت. البته، در تحلیل محتوای عمقی، می‌توان گزاره‌ها را از لایه‌های پنهان‌تری چون «فحوا»، «زیر فحوا»،<sup>۲</sup> «مرجع»،<sup>۳</sup> «معنی اضافی»<sup>۴</sup> و از این قبیل نیز استخراج کرد. ضمن آنکه می‌توان استخراج را عینی‌تر کرد و عبارتهای کانونی را از محدوده استخراج کپی کرد. به‌هرحال، هریک از این گزاره‌ها به عنوان داده‌ای کیفی در یک سلول حرفی با ظرفیت حداکثر ۲۵۵ کاراکتر در ام.آر.پی می‌نشینند.

## ۲. شماره شناسایی گزاره

شماره شناسایی گزاره، ضمن هویت بخشیدن به گزاره، ابزاری برای دستیابی خوانندگان گزارش تحقیق به خاستگاه گزاره است. در واقع، از آن‌جا که لازم است خواننده گزارش تحقیق، هنگامی که با متن گزاره‌ای مواجه می‌شود، بتواند به اصل متنی که گزاره از آن استخراج شده مراجعه کند، خاستگاه هر گزاره با یک شماره خاص مشخص می‌شود. این شماره، معرف «زمینه»<sup>۵</sup> است و باید به‌گونه‌ای تنظیم شود که درک آن سریع و آسان باشد. زمینه بدنه‌ای است که واحد کدگذاری را احاطه کرده و به دو دسته زمینه صریح<sup>۶</sup> و زمینه مضمّر<sup>۷</sup> تقسیم می‌شود (باد، ۱۹۶۷: ۳۶). در تحلیل محتوای عمقی نیز همین تعریف بر واحد زمینه حاکم است. گاه این بدنه خود از چند لایه تشکیل شده که نزدیک‌ترین لایه به گزاره، همان زمینه صریح و لایه‌های بعدی، زمینه‌های مضمّر هستند. برای مثال، در یکی از پروژه‌های انجام شده به روش تحلیل محتوای عمقی، هنگامی که به آیه ۱۱۲ سوره نهم قرآن مراجعه شد، دیده شد که می‌توان ۹ گزاره که مفهوم باید و نباید (هنجاری) دارد، از آن استخراج کرد. بنابراین، زمینه صریح ۹ گزاره مذکور آیه ۱۱۲ است. اما از آن‌جا که این آیه در سوره ۹ نشسته، بنابراین، سوره ۹ نخستین زمینه مضمّر گزاره‌های استخراجی است و چون سوره ۹ از قرآن استخراج شده، پس دومین زمینه مضمّر گزاره‌های مذکور قرآن است.

1. Implication
2. Under tenor
3. Reference
4. Connotation
5. Context
6. Explicit
7. Implicit



اگر به دلیلی که در ادامه توضیح داده خواهد شد، برای قرآن کد ۳۳ را در نظر بگیریم، می‌توان برای هر یک از آن گزاره‌ها «شماره شناسایی» ساخت که به ترتیب از سمت چپ ابتدا کد آخرین زمینه مضمّر (۳۳)، سپس کد زمینه مضمّر بعدی (۰۰۹) و بعد زمینه صریح (۱۱۲) و در انتها شماره گزاره‌ای که از زمینه صریح استخراج شده (از ۰۱ تا ۰۹) نوشته می‌شود. می‌توان میان هر یک از زمینه‌های مذکور با یک ممیز یا اسلش (/) تفکیک قائل شد. در نمونه زیر، از آن جا که کدهای ۱ تا ۵ به کتاب «برشیت» تا کتاب «دوایم» (پنج کتاب تشکیل دهنده تورات)، کدهای ۶ تا ۳۲ به انجیل متی تا مکاشفه و کد ۳۳ به قرآن داده شده، پس سقف، یک عدد دورقمی (۳۳) است. بنابراین، کف نیز به صورت دورقمی و با ۰۱ آغاز خواهد شد. از آن جا که شماره هیچ یک از سوره‌ها یا فصول سه کتاب مقدس از عدد ۹۹۹ بزرگ‌تر نیست، بنابراین، شماره شناسایی زمینه مضمّر بعدی نیز با ۰۰۱ آغاز می‌شود. به همین ترتیب، زمینه صریح یا آیه نیز به همان دلایل با عدد ۰۰۱ آغاز خواهد شد و چون بزرگ‌ترین تعداد گزاره‌های هنجاری قابل استخراج نیز عملاً نمی‌تواند بزرگ‌تر از ۹۹ باشد، آخرین بخش از شماره شناسایی نیز با یک عدد دورقمی مشخص می‌شود. به این ترتیب، در این مثال، شماره شناسایی ۳۲/۰۰۱/۰۰۱/۰۲ به مفهوم دومین گزاره استخراجی از آیه شماره ۱ فصل اول مکاشفه از انجیل است.

جدول ۱. نمونه اول از شماره شناسایی گزاره‌ها

ردیف	شماره شناسایی گزاره	گزاره استخراجی
۱	۳۳/۰۰۹/۱۱۲/۰۱	از مؤمنان توبه‌کننده باشید
۲	۳۳/۰۰۹/۱۱۲/۰۲	از مؤمنان پرستنده (پروردگار) باشید
۳	۳۳/۰۰۹/۱۱۲/۰۳	از مؤمنان سیاست‌گزار (خداوند) باشید
۴	۳۳/۰۰۹/۱۱۲/۰۴	از مؤمنان روزه‌دار باشید
۵	۳۳/۰۰۹/۱۱۲/۰۵	از مؤمنان رکوع‌کننده باشید
۶	۳۳/۰۰۹/۱۱۲/۰۶	از مؤمنان سجده‌کننده باشید
۷	۳۳/۰۰۹/۱۱۲/۰۷	از مؤمنان وادارکننده به کارهای پسندیده باشید
۸	۳۳/۰۰۹/۱۱۲/۰۸	از مؤمنان بازدارنده از کارهای ناپسند باشید
۹	۳۳/۰۰۹/۱۱۲/۰۹	از مؤمنان پاسدار مقررات خدا باشید

در مثالی دیگر، مبنای استخراج گزاره‌ها توصیف‌هایی است که سیاحان از ظاهر و پوشش، روحیه، رفتار و فرهنگ و جایگاه اجتماعی زنان ایرانی ارائه کرده‌اند. در این مطالعه، شماره شناسایی هر گزاره به ترتیب از سمت چپ می‌تواند این‌گونه باشد که دو رقم اول، کد کتاب (مثلاً کد سفرنامه کلاویخو کد ۰۱)، شماره جلد که با حرف ج ۱ مشخص می‌شود (می‌توان

قرارداد کرد که برای سفرنامه‌های یک‌جلدی نیز «ج ۱» گذاشته شود)، پس از آن شماره صفحه و در انتها شماره گزاره.

جدول ۲. نمونه دوم از شماره شناسایی گزاره‌ها

ردیف	شماره شناسایی گزاره	گزاره استخراجی
۱۳۳۸	۰۶/۱/ج/۰۲۷۵/۰۱	شاهزاده خانم با وجودی که خیلی جوان به نظر می‌رسد مسلماً لااقل ۵۰ سال دارد.
۱۳۳۹	۰۶/۱/ج/۰۲۷۵/۰۲	شاهزاده خانم به فرح‌آباد رفته بود تا از شاه برای آزادی شوهرش که به دستور شاه زندانی بود و یا حداقل طلاق از وی و ازدواج با دیگری، کسب اجازه کند.
۱۳۴۰	۰۶/۱/ج/۰۲۷۵/۰۳	زنان مشرق زمین هرچقدر هم که سنشان باشد، از شوهر کردن خجالت نمی‌کشند.

در سومین مثال که مربوط به رساله دکتری سپنجی است، زمینه مضمیر گزاره‌ها، سایت‌های اینترنتی است که نیازی به ذکر آن نیست. در نتیجه، محور اصلی شماره شناسایی هر گزاره، تاریخ و شغل و سمت گوینده بود. به عنوان مثال منبع سه گزاره استخراجی زیر، سخنان مشاور وزیر ارشاد در تاریخ ۲۴ اسفند ۱۳۸۸ است که به گونه زیر تنظیم شده است:

جدول ۳. نمونه سوم از شماره شناسایی گزاره‌ها

ردیف	شماره شناسایی گزاره	گزاره استخراجی
۱	۸۸/۱۲/۲۴/۰۱ / مشاور وزیر ارشاد	مطبوعات باید برای مخاطبان نقش پزشک را داشته باشند.
۲	۸۸/۱۲/۲۴/۰۲ / مشاور وزیر ارشاد	مطبوعات باید به مخاطبان امید را تزریق کنند.
۳	۸۸/۱۲/۲۴/۰۳ / مشاور وزیر ارشاد	رسانه‌ها ابزاری برای حمله به فکر مخاطبان هستند.

باید شرایطی فراهم کرد که خواننده گزارش تحقیق، در صورت لزوم، بتواند از شیوه استخراج و ساخت تک‌تک گزاره‌ها مطلع شود. به این منظور نیز باید کدهایی را تعریف کرد، مانند کد ۱: نقل مستقیم از متن، کد ۲: خلاصه جمله در متن، کد ۳: جان کلام، کد ۴: نیت متن و الی آخر.

کدهای پیشنهادی در بالا فقط یکی از انواع گونه‌های ساخت گزاره است. مثلاً کد ۱ می‌تواند هنگامی به کار رود که گزاره به صورتی صریح در متن وجود داشته و کدگذار صرفاً آن را به اصطلاح بریده و بدون اصلاح در سلول حرفی جای داده است. کد ۲ هنگامی به کار رود که کمی اصلاح و تغییر نیز در آن اعمال شده باشد. کد ۳ نماینده آن باشد که گزاره عملاً چکیده‌ای از واحد کدگذاری مثلاً پاراگراف، صفحه، و غیره باشد، اما با این قید که برای ساخت گزاره از همان واژه‌های موجود در متن عاریه گرفته شده باشد. کد ۴ مشابه نحوه عمل با کد ۳ باشد، با این تفاوت که گزاره با واژه‌هایی متفاوت از متن، اما با همان مفهوم ساخته شود. کد ۵ هنگامی به کار رود که گزاره محصول استنباط کدگذار از جان کلام، نیت و... باشد. بدیهی است

باید هریک از این اصطلاحات به دقت تعریف عملیاتی شود. این تعاریف علاوه بر کمک به دستیاران پژوهشگر می تواند راهنمای خوبی برای خوانندگان گزاره ها نیز باشد.

### ۳. «کلیدگزاره»

محقق باید همزمان با ساختن گزاره، از دل هر گزاره، «کلیدگزاره»<sup>۱</sup> آن را نیز استخراج کند و در یک سلول کلیدواژه جای دهد. این کلید همان «واژگان کانونی» است که با کلماتی کوتاه نوشته می شود که نقش راهنما را دارند. در نگارش واژه کانونی هر گزاره، هرچه دقت و وسواس بیشتری به عمل آید، مسیر گام بعدی هموارتر می شود؛ گامی که به ساخت «کدامه مفصل مضامین گزاره ها» منتهی خواهد شد.

چنان که می دانیم، در سنت تحلیل محتوای کمی، کدگذاری براساس کدامه ای تهیه می شود که از قبل و براساس نمونه گیری اولیه تهیه شده است؛ امری که به واسطه آن، گاه دستیابی به دربرگیری همه مقوله ها بسیار دشوار می شود. درحالی که در شیوه پیشنهادی روش «کدگذاری معکوس»، ساخت کدامه نه از روی نمونه بلکه براساس سرشماری تمام داده های استخراجی تنظیم می شود.

شیوه کدگذاری معکوس این گونه خواهد بود که محقق پس از استخراج هر گزاره و تعیین کلیدگزاره برای آن، بدون اینکه دنبال تعمیم کد برای کلیدگزاره و به تبع آن برای گزاره برود، کار را با استخراج گزاره بعدی دنبال می کند و ساخت کدامه را به انتهای کار موقوف خواهد کرد. هنگامی که استخراج تمامی گزاره ها و کلیدواژه ها پایان یافت، لازم است فهرستی الفبایی از کلیدگزاره ها تهیه شود. این عمل در نرم افزار ام. آر. پی با استفاده از فرمان «و-۲» عملی است. در این فرمان با کلیک روی دکمه پشت نمره صعودی و همچنین کلیک روی دکمه «با حذف تکراری ها» فهرستی الفبایی تهیه خواهد شد. هر کب از سه ستون: ستون اول، شماره ردیف (مثلاً شماره ۱ برای آب...); ستون دوم، متن گزاره و ستون سوم، تعداد دفعاتی که محقق در خلال استخراج گزاره ها چنین کلیدگزاره ای را ساخته است.

نمونه زیر، خروجی فرمان «و-۲» در قسمت حرف «ک» از یک مجموعه کلیدگزاره های پشت نمره شده است. در این نمونه دیده می شود که کلیدگزاره پشت نمره شده «کار زنان روستایی» یازده بار به کار رفته و «کار زنان بختیاری» و «کار زنان ترکمن» هر کدام یک بار استفاده شده است. آگاهی از فراوانی های مذکور به محقق کمک می کند مرز مفهومی کدها را

1. Key Statement
2. Cue

منطبق با وضعیت گزاره‌ها تنظیم کند. مثلاً به جای ساختن دو کد - یکی برای کار زنان عشایر و دیگری کار زنان روستایی - به دلیل اندک بودن گزاره‌های آن‌ها، فقط یک کد را برای کار زنان روستایی و عشایر اختصاص دهد.

در گام بعدی، باید از فهرست سه‌ستونی کلیدگزاره‌ها پرینت گرفت و سپس آن‌ها را به گونه‌ای برش داد که هر سطر از سطر بعدی جدا و عملاً هر کلیدگزاره سه‌ستونی به برگه کوچک کاغذی‌ای تبدیل شود.

جدول ۴. نمونه‌ای از فهرست کلیدگزاره‌ها

۱	کار دختران روستایی	۱۱۱
۱	کار زنان ارمنی	۱۱۲
۱	کار زنان بختیاری	۱۱۳
۳	کار زنان ترکمنی	۱۱۴
۱۱	کار زنان روستایی	۱۱۵

از این پس، کار بسیار حساس دسته‌بندی برگه‌های کاغذی آغاز می‌شود. این همان عمل اینتگریت<sup>۱</sup> است که تشکری (۲۰۰۷: ۴) در تعریف روش‌های مختلط به آن اشاره کرده است. اصطلاح اینتگریت عملی است که به نقل از منابع علوم اجتماعی ترجمه شده و می‌توان معادل‌های زیر را برای آن به کار برد: ادغام‌کردن، یکی‌کردن، یگانه‌کردن، وحدت‌دادن، یکپارچه‌کردن، هماهنگ‌کردن، همسازکردن، امتزاج‌کردن. برای این ادغام و امتزاج «کلید گزاره‌ها»، توصیه می‌شود برگه‌هایی نیز با دوبرابر ارتفاع برگه‌های کلیدگزاره - از کاغذ رنگی - تهیه و کار ادغام برگه‌ها بر روی یک جای مسطح مانند یک میز بزرگ و خالی آغاز شود. می‌توان برای هر مجموعه ادغام‌شده، عنوان مناسبی انتخاب کرد و آن را بر روی برگه رنگی نوشت. سپس برگه‌های کلیدگزاره مربوط به آن دسته به‌خصوص را زیر برگه رنگی مربوط به همان دسته چید. در خلال این عملیات، حسب حجم کار، که ممکن است روزها طول بکشد، باید با دقتی وسواس‌گونه، خصلت اینتگریتی مجموع برگه‌های کلیدگزاره چیده‌شده زیر یک برگه رنگی را کنترل کرد. حتی گاهی باید بین این عملیات فاصله انداخت تا بتوان تعمق

### 1. Integrate

۲. معادل‌ها از منابع زیر استخراج شده است: حمید عنایت در کتاب مارکوزه؛ امیرحسین آریان‌پور در کتاب زمینه جامعه‌شناسی؛ کریم فاطمی در کتاب اصطلاحات روان‌شناسی؛ حسن منصور در کتاب کاپیتالیزم، سوسیالیسم و دموکراسی؛ اکبر تبریزی در کتاب وضع بشر؛ علی‌اکبر شعاری‌نژاد در روان‌شناسی یادگیری؛ فرید جواهر کلام در مقدمات روان‌کاوی؛ حسین ادیبی در جامعه‌شناسی طبقات اجتماعی؛ و علی برزگر در کتاب مقدمه‌ای بر مردم‌شناسی.

بیشتری بر حاصل کار داشت. این تعمق ممکن است منتج به آن شود که یک برگه از زیر یک دسته (یک برگه رنگی) به دسته جدیدی منتقل شود یا برگه‌های دو دسته در هم ادغام شوند و زیر یک برگه رنگی جدید قرار گیرند و دو برگه رنگی قبلی از دایره خارج شوند. به این ترتیب، به تدریج ضمن آنکه بر تعداد برگه‌های رنگی افزوده می‌شود، عمل وجین آن‌ها نیز انجام می‌شود. این عمل به قدری ادامه خواهد یافت که محقق کار را خاتمه یافته تلقی کند و از حاصل کار رضایت داشته باشد.

ریچارد باد، هنگامی که درباره دسته‌بندی سخن می‌گوید، برای این رضایت سه شرط مطرح کرده است: (۱) وجوه متغیر یا ابعاد هر دسته متناسب با اهداف، سؤالات و نیازهای تحقیق باشد؛ (۲) جامع و کامل<sup>۱</sup> باشد (اطلاعاتی نباشد که در دسته‌بندی جایی برای آن نداشته باشیم). (۳) مانعاً الجمع<sup>۲</sup> باشد (اطلاعاتی نباشد که تردید داشته باشیم در کدام دسته جای بگیرد).

هنگامی که توزیع برگه‌های کلیدگزاره در زیر برگه‌های رنگی پایان یافت، لازم است به هر برگه رنگی به ترتیب از یک، شماره داده شود. تسلسل این شماره‌ها، هرچقدر منطقی‌تر باشد، تحلیل‌های بعدی آسان‌تر خواهد بود. منطقی بودن این تسلسل‌ها نیز تابع آن است که برگه‌های رنگی نیز چنان پشت سر هم قرار گیرند که بتوان از هر چند تایی آن‌ها یک دسته بزرگ‌تر ساخت (مثلاً برگه‌های رنگی شماره ۱ تا ۱۲ بتوانند تشکیل یک دسته را بدهند). اکنون می‌توان شماره‌های نوشته شده بر روی هر برگه رنگی را یک کد از کدنامه تحلیل محتوای مضامین گزاره‌ها دانست. در واقع، در این لحظه است که کدنامه آماده شده است. برای آنکه گزاره‌ها براساس این کدنامه کدگذاری شوند، لازم است کد هر برگه رنگی با دست بر روی تمام برگه‌های کلیدگزاره‌ای که زیر آن برگه رنگی نشسته‌اند نوشته شود. هنگامی که این عمل برای تمام برگه‌های کلیدگزاره انجام شد، باید براساس نخستین ستون برگه‌ها که همان شماره ردیف ابتدایی مبتنی بر پشت نمرة الفبایی بود، برگه‌های کلیدگزاره از زیر برگه‌های رنگی برداشته شود و به حالت پشت نمرة اولیه بازگردد. حال می‌توان با نرم‌افزار ام.آر.پی، با فرمان ب- ۵، محل نشستن کد هر گزاره را تعیین کرد و سپس در مقابل فهرست الفبایی کلیدگزاره، که به طور خودکار در این فرمان جای گرفته، کد هر کلیدگزاره را از روی برگه کاغذی به نرم‌افزار منتقل کرد. در پایان این عملیات، تمامی گزاره‌ها به طور خودکار کدگذاری خواهند شد.

یکی از خصلت‌های تحلیل محتوای عمقی دستیابی به کدنامه‌های مفصل و طولانی است. برای مثال، در پروژه تحلیل محتوای عمقی سه کتاب مقدس، پس از استخراج ۱۰ هزار و ۳۹۶

1. Exhaustive
2. Mutually exclusive

گزاره و تعیین کلیدگزاره و اجرای روش دسته‌بندی آن‌ها از طریق برگه‌های کاغذی، کدنامه‌ای حاوی ۲۴۰ کد به دست آمد. این کدنامه در عمل ابزار ارائه گزاره‌ها در ۲۴۰ دسته بود، و نه سطرهای یک جدول فراوانی، زیرا حتی برای نمونه‌هایی در حد ۱۰ هزار داده نیز جداول ۲۴۰ سطر از نوع متغیرهای اسمی با مشکلات زیادی همراه خواهد بود که نمونه آن موضوع فراوانی معادل ۵ در کای اسکویر است. می‌دانیم که در محاسبه کای اسکویر هرگاه ۲۰ درصد از خانه‌های جدول فراوانی مورد انتظار، دارای فراوانی‌ای کمتر از ۵ باشد یا حتی اگر یک خانه از کل خانه‌ها، فراوانی مورد انتظار یک یا کمتر از یک داشته باشد، باید برخی از سطرهای جدول در هم ادغام شود (سیگل، ۱۳۷۲: ۲۲۶)؛ بنابراین، اصلی‌ترین کاربرد کدهای مفصل حاصل از روش کدگذاری معکوس، ارائه گزاره‌های گزینش‌شده به خواننده در قالب دسته‌های مضمونی است. برای فشرده‌کردن دسته‌ها و درواقع، برای کم‌کردن تعداد کدها تا حد مناسب تحلیل‌های آماری، می‌توان شماره‌های مندرج بر روی برگه‌های رنگی را، که در بالا توضیح داده شد، مبنا قرار داد و گزاره‌ها را یک بار دیگر به صورت خودکار کدگذاری کرد. برای این منظور، با کمک فرمان «ب-۲» می‌توان تعیین کرد گزاره‌هایی که کدهای خاصی دارند، کد جدید ۱ بگیرند. بدیهی است کد جدید در سلولی دیگر می‌نشیند. به عنوان مثال می‌توان گفت که در سلول ب، کد ۱ بنشیند، هنگامی که در سلول الف کد ۱ OF ۲، ۳ OF ۳ و... نشسته باشد. به این ترتیب هر گزاره، از یک سو دارای کد موجود در سلول الف خواهد بود و از سوی دیگر کد موجود در سلول ب. این عمل را می‌توان بارها تکرار کرد تا مطلوب‌ترین فشردگی برای تحلیل‌های آماری حاصل شود. پس از این فشردگی می‌توان کدهای فشرده‌شده را در ستون‌هایی جا داد که هرکدام نماینده وجهی از یک متغیر پایه باشند. برای مثال وقتی ۱۰۳۹۶ گزاره، از سه کتاب تورات، انجیل و قرآن استخراج شده باشد، می‌توان از طریق فرمان «الف-۲-۱» سه فایل (در ادبیات ام.آر.پی، سه «زیرپیکره اطلاعاتی» ایجاد کرد که هرکدام حاوی گزاره‌ها و کدهای مربوط به همان کتاب باشد. سپس با فرمان «د-۷-۳» ام.آر.پی، جدول فشرده‌شده را دریافت کرد. هر ستون از این جدول، مربوط به نتایج یکی از وجوه متغیر (در مثال فوق، یکی از سه کتاب مقدس) و ستون جمع، بیانگر نتایج مربوط به فایل یا پیکره اصلی خواهد بود. نمونه زیر جدولی است حاوی ۶ کد که خود از ادغام ۱۸ کد از مجموعه ادغام‌شده ۱۲۳ کدی به دست آمده که آن نیز از ادغام کدنامه ۲۴۰ کدی حاصل از کدگذاری معکوس بوده است:

تحلیل محتوای عمقی و اجرای آن به وسیله نرم افزار ام. آر. پی

جدول ۱. نمونه‌ای از ادغام کدنامه‌ها

کد	قرآن		انجیل		تورات		جمع		موضوع: کدنامه شش تایی حاصل ادغام کدنامه ۲۴۰ تایی (به ترتیب فراوانی)
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	
۱	۲۵۴۸	۵۶/۷	۸۷۱	۳۱/۳	۱۱۰۰	۳۵/۳	۴۵۱۹	۴۳/۵	۱. ما و خداوند (کدهای ۱ تا ۵ کدنامه هجده تایی)
۲	۳۶۶	۸/۲	۴۶۹	۱۶/۸	۹۲	۳/۰	۹۲۷	۸/۹	۲. ما و انسان‌های مقدس (کدهای ۷+۶)
۳	۲۹۶	۶/۶	۷۵	۲/۷	۵۷۸	۱۸/۶	۹۴۹	۹/۱	۳. ما و کتاب‌ها، مکان‌ها و زمان‌های مقدس (کدهای ۸+۹+۱۰)
۴	۴۷۳	۱۰/۵	۶۱۳	۲۲/۰	۳۷۲	۱۱/۹	۱۴۵۸	۱۴/۰	۴. ما و خصلت‌ها و اعمال شخصی (کدهای ۱۱+۱۲)
۵	۵۴۴	۱۲/۱	۴۴۹	۱۶/۱	۵۱۸	۱۶/۶	۱۵۱۱	۱۴/۵	۵. ما و کنش‌های متقابل اجتماعی (کدهای ۱۳+۱۴)
۶	۲۶۳	۵/۹	۳۱۴	۱۱/۳	۴۵۵	۱۴/۶	۱۰۳۲	۹/۹	۶. وظیفه‌ها و منش‌ها برای تبلیغ دین و ارشاد (کدهای ۱۵+۱۶+۱۷+۱۸)
	۴۴۹۰	۱۰۰	۲۷۹۱	۱۰۰	۳۱۱۵	۱۰۰	۱۰۳۹۶	۱۰۰	جمع

۴. داده‌های کمی

داده‌های کمی شامل کدهایی است که در روش تحلیل محتوای کمی برای مضامین، منابع، زمان‌ها، اشخاص و... تعریف می‌شود. این داده‌ها می‌تواند حاصل متغیرهای اسمی، رتبه‌ای، فاصله‌ای و نسبی باشد؛ نظیر کد منبع، سطح زیر چاپ به سانتی‌متر مربع، مدت به ثانیه و از این قبیل.

۴.۱. درصد حضور

در تحلیل محتوای عمقی، آماره یا شاخصی ابداع شده که «درصد حضور» نام دارد. گاه در تحلیل محتوای عمقی اهداف تحقیق ایجاب می‌کند که در مرحله کدگذاری معکوس، محقق "جای دادن" مضامین کلیدواژه را تا انتها و تا حداکثر ادامه دهد، به گونه‌ای که نیاز به تعریف کدی به نام «سایر» نباشد. در چنین شرایطی ممکن است در یک مجموعه ده‌هزار گزاره‌ای، فراوانی چند مضمون از گزاره‌ها فقط یک مورد شود. از نظر آماری، جدول‌هایی با چنین توزیعی ارزش عملی ندارند و تحلیل آن نیز معنی‌دار نیست (به همین دلیل است که در محاسبه فرمول

۱. از آنجا که اصطلاح «درصد حضور»، نخستین بار در زبان فارسی شکل گرفت. برای آن معادل انگلیسی «Appearance Percentile» پیشنهاد می‌شود.

کای اسکویپر<sup>۱</sup>، در موارد فراوانی‌های کوچک، باید از طریق ادغام سطرها فراوانی‌های کوچک را تبدیل به فراوانی‌های بزرگ کرد). اما در تحلیل کیفی وقتی یک پیکره اطلاعاتی یا محدوده جست‌وجو (مثلاً سه کتاب مقدس) به چند «زیرپیکره اطلاعاتی» مثلاً قرآن، انجیل و تورات، تقسیم می‌شود و پای مقایسه آن‌ها به میان می‌آید، حتی وجود یک شاهد در یک زیرپیکره و نبود آن شاهد در زیرپیکره دیگر می‌تواند بااهمیت باشد. برای مثال، اگر در قرآن، کنشی ۱۰۰ بار منع شده باشد و در انجیل فقط یک‌بار و در تورات اصلاً منع نشده باشد، آن عمل از نظر مؤمنان قرآن و انجیل حرام خواهد بود، یا اگر سیاست‌مداری در مجموعه سخنرانی‌هایش فقط یک‌بار، آن هم در شرایط هیجانی خاص، پدیده‌ای را نفی کرده باشد، در تحقیق کیفی همان یک‌بار می‌تواند مورد توجه قرار گیرد؛ بنابراین، اگر مجموعه سخنرانی‌های پنج‌سال دو سیاست‌مدار، که اکنون خود را نامزد ریاست‌جمهوری کرده‌اند، تحلیل محتوای عمقی شود، اجتناب از تعریف کد «سایر» می‌تواند مفید باشد. برای آنکه بتوان چنین پدیده‌ای را به صورت آماره نمایش داد، شاخصی به نام «درصد حضور»<sup>۲</sup> ساخته شد که به صورت مخفف AP نامیده می‌شود و نحوه محاسبه و کاربرد آن به شرح زیر است:

در هر جدول دوبعدی حاوی فراوانی وجوه دو متغیر، قرارداد می‌کنیم که هرگاه انتظار فراوانی نداشتیم، تهی، هرگاه انتظار فراوانی داشتیم و فراوانی بزرگ‌تر از یک بود، کد ۱ و اگر انتظار فراوانی داشتیم، ولی فراوانی وجود نداشت، کد صفر قرار دهیم. در مورد خانه تهی می‌توان به این مثال توجه کرد که در بررسی سه کتاب مقدس نمی‌توان انتظار داشت که در تورات، گزاره‌ای درباره قرآن باشد، درحالی‌که در قرآن انتظار وجود گزاره برای هر سه کتاب غیرممکن نیست. به همین ترتیب، در مجموعه مضامین سخنرانی‌های پنج‌ساله دو کاندیدا، ممکن است مضامینی دیده شود که یکی از دو کاندیدا ماهیتاً نمی‌توانسته با آن درگیر شود. با توضیحات فوق، محاسبه میزان AP برای هر ستون تابع مشخص کردن پاسخ چهار سؤال زیر است:

۱. جدول مورد بررسی چند ستون<sup>۳</sup> دارد؟ که با حرف C معرفی می‌کنیم؛

۲. هر ستون چه تعداد خانه<sup>۴</sup> دارد؟ که آن را با مخفف Ce نشان می‌دهیم؛

1. Chi-Square
2. Appearance percentile
3. Column
4. Cell



۳. از میان مجموع خانه‌های تشکیل‌دهنده هر ستون از جدول، چه تعداد خانه است که می‌تواند تهی باشد و نباید انتظار داشت در آن عددی بزرگ‌تر از صفر بنشیند. به عبارت دیگر، مجموع تعداد «خانه‌های تهی مورد انتظار»<sup>۱</sup> در هر ستون چقدر است؟ که آن را با مخفف PEC نشان می‌دهیم؛

۴. چه تعداد خانه در هر ستون وجود دارد که در آن می‌توانست عددی بزرگ‌تر از صفر بنشیند، ولی عدد صفر نشسته است؟ (می‌توانست بارگذاری شده باشد، اما بارگذاری نشده است). به عبارت دیگر، تعداد کدهایی را که می‌توانست فراوانی داشته باشد، ولی فاقد فراوانی استسلول «شارژ نشده»<sup>۲</sup> می‌نامیم و با UC نشان می‌دهیم. با توجه این توضیحات، فرمول‌های مورد استفاده این‌گونه ساخته شد:

$$ap_{c=1}^n = \frac{100}{Ce - PEC} [(Ce - PEC - UC)]$$

$$AP = \frac{\sum_{c=1}^c ap}{C}$$

بنابراین، می‌توان برای هر زیربیکره، یک AP محاسبه کرد و با یکدیگر مقایسه نمود و مواردی را که می‌توانست تهی نباشد مانند مثال زیر ذکر کرد:

شاخص درصد حضور پاداش‌ها در قرآن ۹۴/۴ است. این آماره در انجیل به دلیل غیبت پنج پاداش ۸۶/۱ و در تورات به دلیل نبود دوازده پاداش عدد ۷/۶۶ است؛ بنابراین پاداش‌های قرآن متنوع‌تر از انجیل و تورات است. دو مضمون یا کدهایی که در قرآن دیده نشده عبارت‌اند از: مقدس شدن + ورود و رفاه در ارض موعود.

#### ۲.۴. کدهای زمینه صریح (تقارن گزاره‌ها)

پیش‌تر گفته شد که گاه ممکن است از یک زمینه صریح بیش از یک گزاره استخراج شود. از آن‌جا که در این مرحله از عملیات، تمامی گزاره‌ها کدگذاری شده‌اند، می‌توان از طریق توجه به شماره شناسایی هر گزاره مشخص کرد که از زمینه صریح مرتبط با آن گزاره، در مجموع، چند گزاره استخراج شده است. ضمن آنکه می‌توان کدهای آن چند گزاره را نیز اعلام کرد. با ثبت کدهای مذکور در یک سلول اطلاعاتی دارای چند کد، می‌توان ضمن آگاهی از میزان تصادفی بودن این

1. Predictable empty cell
2. Uncharged cell

تقارن، مدل آن را نیز رسم کرد. پیش از توضیح درباره تقارن و مدل آن، شیوه ثبت چند کد توضیح داده می‌شود.

فرض کنیم از آیه ۱۱۲ سوره نهم قرآن هشت گزاره استخراج شود که طبق قرارداد، باید با شماره شناسایی ۳۳/۰۰۹/۱۱۲/۰۱ تا ۳۳/۰۰۹/۱۱۲/۰۹ مشخص شده باشد. فرض کنیم به دنبال استخراج کلیدگزاره از هریک از گزاره‌های مذکور و سپس کدگذاری معکوس آن، ۱۰ هزار و ۳۹۶ گزاره و شکل‌گیری کدنامه ۲۴۰ کدی، خشت گزاره مورد بحث، به ترتیب از راست به چپ، کدهای زیر را دریافت کرده باشد:

۴۴-۲۴۰-۲۷-۲۷-۲۸-۱۵-۲۶-۵۴

اکنون کاربر می‌تواند کدهای مذکور را از طریق فرمان ب-۱ نرم افزار ام. آر. پی به صورت زیر در یک سلول چند کد وارد کند.

۲۴۰-۵۴-۴۴-۲۸-۲۷-۲۶-۱۵

هنگامی که این عمل برای تمام آیات هر سه کتاب انجام شد (بدیهی است ممکن است از بخشی از آیات فقط یک گزاره استخراج نمود که در نتیجه در سلول مذکور، فقط همان یک کد ثبت می‌شود و تقارن در باره آن مفهومی ندارد. اما از هر آیه ای که بیش از یک گزاره استخراج شده باشد و گزاره‌های مذکور فاقد کد یکسان باشند، مشمول تقارن سنجی خواهند شد) می‌توان از محتوای سلول چند کد، تقارن کدهای موجود در «زمینه صریح» را نیز بررسی کرد. مقصود از تقارن، آماره و مدلی است که محصول تحلیل‌های احتمال وقوع<sup>۱</sup> است. می‌دانیم که رعدوبرق دو پدیده‌اند که همیشه همراه و با هم به وقوع می‌پیوندند. اما از آن سو، اگر تقارن رعدوبرق امری حتمی است، بسیاری از تقارن‌ها غیرحتمی و احتمالی است و در واقع احتمال «وقوع با هم» یا «تقارن» تصادفی پدیده‌ها نیز وجود دارد. مانند باهم‌بودن طوفان و باران یا مثال دیرینه و شناخته‌شده کتاب‌های آمار، یعنی انداختن دو طاس و آمدن جفت‌شش که امری حتمی نیست، ضمن اینکه می‌توان امکان وقوع آن را براساس حساب احتمالات پیش‌بینی کرد و آن را معادل یک بر ۳۶ دانست. حال اگر دفعات وقوع پدیده «جفت‌شش» را در مدتی مشخص شمارش کنیم و ضمناً وقوع باهم را نیز ثبت کنیم، ماتریسی به دست می‌آید که دفعات باهم‌بودن پدیده‌های دوگانه را مشخص خواهد کرد. متعاقباً با محاسبه ضریب همبستگی فی<sup>۲</sup> برای دوجه‌دوی شش حالت طاس می‌توان میزان تصادفی یا غیرتصادفی بودن وقوع را اندازه‌گیری کرد.

1. Contingency analysis
2. Phi correlation

در روش تحلیل محتوای عمقی نیز داده‌های مندرج در سلول چند کد، بیان‌کننده وضعیت باهم‌بودن گزاره‌ها در یک «زمینه صریح» است.

### استفاده از روش تحلیل محتوای عمقی برای کشف بازنمایی‌ها

کشف بازنمایی‌ها<sup>۱</sup> و کلیشه‌سازی‌ها<sup>۲</sup> یکی از حوزه‌های مطالعات رسانه‌هاست. بازنمایی جزء اصلی فراگردی است که از طریق آن افراد یک فرهنگ، زبان را به کار می‌برند تا معنی تولید کنند (هال، ۲۰۰۳: ۱۵). کلیشه‌ها نیز مفاهیم بیش از حد ساده‌شده و مرسوم هستند که به عنوان میان‌برهای اطلاعاتی در زندگی روزمره مردمانی کاربرد دارند که در مورد همه چیز اطلاعات کافی ندارند (آلبرگ، ۲۰۰۷: ۱۷).

پژوهشگری که بخواهد از طریق روش تحلیل محتوای عمقی به کشف بازنمایی‌های رسانه‌ها بپردازد، ضرورت دارد که قبل از هرچیز درباره رابطه میان پیام، معنی، واقعیت و حقیقت تأمل کند. محقق که بخواهد بازنمایی را به روش متداول آن (که روشی کیفی است) انجام دهد، کار را با چهارچوبی از «نظام‌های معنایی»<sup>۳</sup> مرتبط با سؤال تحقیق آغاز می‌کند. ممکن است بدون سؤالی خاص کار را با «مشاهده آزاد» آغاز کند و به اصطلاح دنبال «رنگ‌مایه» متن برود. البته او، همچون هر محقق کیفی دیگری، آگاه است که وقتی به بازنمایی یک متن مثلاً متن دینی می‌پردازد، انتخاب هر نظام معنایی مثلاً یکی از دو نظام معنایی نوگرا یا نظام معنایی بنیادگرا، شکل بازنمایی او را متفاوت خواهد کرد. ضمن آنکه همچون هر محقق کیفی دیگری، خود را دارنده ذهنی خنثی در مسیر اجرای پژوهش نمی‌داند. او از طریق چهارچوب‌های معنایی و گفتمانی شروع به خوانش متن می‌کند و از هر توصیفی که منطبق با نظام معنایی مورد نظر اوست یادداشت برمی‌دارد، اما این عمل مانند جمع‌آوری داده در روش‌های کمی - مثلاً کدگذاری واحدهای کدگذاری در تحلیل محتوای کمی - انجام نمی‌شود، بلکه همزمان با آن، تفسیر نیز به وقوع می‌پیوندد. در واقع، برخلاف روش کمی که تفسیر پس از اتمام کامل جمع‌آوری داده‌ها انجام می‌شود، در این روش نیز همچون هر روش کیفی دیگری این دو عمل همزمان روی می‌دهد (دنزین، ۱۹۹۴: ۱۰).

#### 1. Representation

#### 2. Stereotype

۳. در این‌جا چون هدف توصیف روش متداول و کیفی بازنمایی است، عیناً از اصطلاحات متداول آن استفاده می‌شود. درحالی‌که اگر بخواهیم همین عملیات را از پرسپکتیو «معنی در پیام نیست» دنبال کنیم، بهتر است مثلاً به جای «نظام‌های معنایی» گفته شود «نظام‌های محتوایی» یا «نظام‌های مفهومی».

شیوه تفسیر همزمان با جمع‌آوری داده با این سؤال آغاز می‌شود که نشانه شاخصی که سایر نشانه‌ها حول آن نظم می‌یابند و معنای خود را از نوع رابطه‌شان با این «نقطه محوری»<sup>۱</sup> کسب می‌کنند چیست؟ (لاکلو، ۱۹۸۵: ۱۱۲). از تجمع نقاط محوری است که به تدریج «نظام معنایی» حاکم بر متن خود را در گزارش تحقیق ثابت می‌کند. البته خواننده گزارش بازنمایی نیز مانند سایر گزارش‌های حاصل از روش‌های کیفی با این سؤال مواجه است که تفسیر محقق کیفی و انتخاب نقاط محوری تا چه اندازه از ذهن مفسر و تا چه میزان از محتوای متن تأثیر گرفته است؟ به عبارت دیگر، حاصل کار او چه تفاوتی با آثاری دارد که حاوی عقاید یا تخیلات نویسنده است؟

در روش تحلیل محتوای عمقی با رویکرد کشف بازنمایی‌ها، تمامی توصیه‌های عمومی که در صفحات قبل برای طراحی شماره شناسایی، استخراج کلیدگزاره، اجرای عملیات کدگذاری معکوس و از این قبیل ارائه شد، باید اجرا شود. مهم‌ترین تفاوت، چشم‌اندازی است که محقق از پشت آن جست‌وجوی گزاره را باید آغاز کند. این چشم‌انداز همان چهارچوب‌های مرتبط با بازنمایی است که بخش‌هایی از آن ذکر شد. پژوهشگر، به هنگام استخراج هر گزاره، باید آن را همچون قطعه‌ای فرض کند که از درون ساختاری بیرون می‌کشد که بتواند در بازسازی آن ساختار به کار آید. لازم است که محقق این قطعه را نه واقعیت بداند، نه حقیقت و نه معنی، بلکه آن را صرفاً جزئی از یک ادعا از انعکاس واقعیت، همچون هر ادعای دیگری از واقعیت، بشمارد و بداند که صاحبان هر یک از این ادعاها ممکن است بر این باور باشند که «حقیقت» است. ضمن اینکه ممکن است خود چنین باوری نداشته باشند، اما منافعشان ایجاب کند که به ما ثابت کنند این حقیقت است.

شواهد تاریخی نشان می‌دهد هر بازنمایی، تولید و بیان یک حقیقت است. این حقیقت الزاماً معادل با واقعیت نیست. همان‌گونه که تشکیل دهنده معنی موجود در مغز مخاطبان نیز نیست.<sup>۳</sup>

۱. نقطه محوری را می‌توان همچون ستون نصب‌شده در وسط یک چادر مجسم کرد که وضعیت استقرار و حضور هر قسمت از چادر، وابسته به آن نقطه محوری است. «مردسالاری» نمونه‌ای از نقطه محوری در بازنمایی زن در رسانه‌هاست.

## 2. Perspective

۳. سال‌ها بازنمایی مثبت رادیو و تلویزیون ملی ایران از شاه، منتهی به شکل‌گیری معنی منفی در مغزها شد که حاصلش انقلاب بود و سال‌ها بازنمایی منفی سیاه‌پوستان در رسانه‌های آمریکا، منتهی به انتخاب اوباما سیاه‌پوست از سوی مردم آمریکا شد. بازنمایی نه واقعیت است، نه حقیقت است و نه معنی است. بازنمایی شیوه‌ای هوشمندانه و تخصصی از پیام برای انعکاس حقیقت است؛ شیوه‌ای که ساده‌شده آن را حتی می‌توان در واکنش به بازنمایی مادرشوهری دید که حاصلش آن ضرب‌المثل کهن فارسی است که می‌گوید: «قربون برم خدا را، یک بام و دو هوا را».

همین فرآیند است که منتهی به پدیده‌ای می‌شود که ساموار از آن به عنوان واقعیت‌های منحصربه‌فرد هرکس یاد کرده و می‌نویسد: «ما با نسبت‌دادن معانی به موارد و رویدادهای اجتماعی که در اطرافمان می‌گذرد، واقعیت‌های اجتماعی منحصربه‌فردمان را می‌سازیم» (۱۹۹۴: ۱۴).

هر گزاره می‌تواند با معرفی نشانگاه آغاز شود. نشانگاه می‌تواند فرد، افراد، رویداد یا پدیده‌ای باشد که گزاره به آن مربوط می‌شود. اگر نشانگاه برای تمام گزاره‌ها ثابت بود، نیازی به ذکر آن نیست. در غیر این صورت، باید پس از ثبت نشانگاه و استفاده از یک علامت مساوی، متن گزاره را در سلول حرفی نرم افزار ام. آر. پی نوشت.

باز هم باید یادآوری کرد که اجرای همه این عملیات منتهی به دستیابی به معنی نخواهد شد. چون محدوده استخراج داده‌ها مخاطب نیست، بلکه پیام است. در دانش ارتباطات، گفتن هیس، نشان‌دادن غیرکلامی سکوت، یک مکالمه تلفنی، یک کتاب قطور، یک سریال تلویزیونی و امثال آن، همه پیام محسوب می‌شود. معنی پدیده‌ای است که پیچیدگی‌های خاصی دارد. چنان‌که جولوس گلد می‌نویسد: «شاید مسئله‌ای گیج‌کننده‌تر و بحث‌انگیزتر از «معنی معنی» وجود نداشته باشد (گلد، ۱۳۸۴: ۷۹۰). مهم‌ترین ابهام حاکم بر نظرات ارائه‌دهندگان مبحث بازنمایی، مشخص‌نبودن جایگاه استقرار «معنی» است. این امر از این نظر مهم است که اگر جایگاه معنی را در تولیدات بازنمایی‌شده زبان و رسانه‌ها بدانیم - آن‌گونه که آن‌ها می‌گویند - متعاقباً باید خود را در مواجهه با قربانیان بی‌شمار بازنمایی‌هایی مجسم کنیم که وظیفه‌مان ارائه تبیین دقیق گلوله‌هایی است که آن‌ها (بازیگران زبان) ساخته و درباره قربانیان به‌کار گرفته‌اند. اگر چنین تصویری در پژوهشگر باشد، به طور ناخودآگاه، هر شاهدهی را که تأییدکننده پیش‌فرض شکل‌گرفته در ذهن اوست ثبت می‌کند و هرچه را نیست، نادیده می‌گیرد. درحالی‌که می‌دانیم در بسیاری از کشورهای درحال توسعه این بازنمایی‌ها، نه‌تنها ساختاری منسجم ندارند، بلکه «بازیگران ناشی زبان» کار را به آن‌جا می‌کشاند که عده‌ای بر این عقیده می‌شوند که در روزنامه‌ها، تنها در صفحه ترحیم و تسلیت است که می‌توان واقعیت را دید.<sup>۱</sup> درحالی‌که اگر جایگاه معنی را آن‌گونه که ارتباط‌شناسی چون دیوید برلو (۱۹۶۰: ۲۳-۲۴) و رونالد بی آدلر (۲۰۰۹: ۶۹) بر آن تأکید کرده‌اند «فقط در آدم‌ها بدانیم، نه در پیام»، از چنین

۱. نخستین بار این سخن را در نیمه دوم دهه ۱۳۴۰، وقتی دانشجوی روزنامه‌نگاری و رادیو و تلویزیون بودم در یک میهمانی از آشنایی مسن شنیدم که برایم تلخ بود. سال گذشته نیز شاهد همین تعبیر در گفتگوی دو ناشناس در تاکسی بودم.

قیدی رها می‌شویم و دیگر مجاز نخواهیم بود که حاصل بازنمایی‌ها را الزاماً واقعیت یا حقیقت بدانیم. زیرا می‌توان مخاطبانی را مجسم کرد که در معرض عملیات بازنمایی برای معنی‌سازی، حقیقت‌سازی و واقعیت‌سازی قرار گرفته‌اند، اما چون معنی در پیام نیست، اگرچه به تعبیر صاحب‌نظران بازنمایی «معنی» و به تعبیر برلو محتوای پیام<sup>۱</sup> یا مفهوم<sup>۲</sup> به ذهن آنان سرازیر شده، نتوانسته بر تغییر معنی‌های درون ذهنشان تأثیر بگذارد.

اینکه معنی را چگونه تعریف کنیم، وابسته به آن است که معتقد به کدام‌یک از دو مکتب مطالعات ارتباطی باشیم. جان فیسک می‌گوید در رویکرد نمادشناسی<sup>۳</sup> است که معنی مورد توجه قرار می‌گیرد. در این مکتب ارتباط به منزله تولید و مبادله معنی نگریسته می‌شود و معنی نیز حاصلی از کنش متقابل پویا<sup>۴</sup> میان خواننده و پیام تعریف می‌شود. درحالی‌که در مکتب فراگردی<sup>۵</sup> ارتباط به‌عنوان انتقال پیام از طریق رمزگذاری و رمزخوانی مطرح می‌شود که در آن رمزخوانی است که دستیابی به محتوا را فراهم می‌سازد (فیسک، ۲۰۰۶: ۱۴۵). اما تعریف زیر خاستگاهی از هر دو مکتب دارد. این تعریف می‌گوید معنی حاصلی از جریان شناخت و فراگرد ارتباط است که به صورت ترکیب‌های پروتئینی در مولکول‌های سلول‌های مغز ذخیره می‌شود و محصول فرهنگ فرد و زمینه تاریخی-اجتماعی<sup>۶</sup> جامعه او و احتمالاً تأثیر گرفته از مشخصات ژنتیکی اوست (محسنیان‌راد، ۱۳۸۹: ۱۷). در این تعریف، معنی‌های حاضر در مغز حاصل دو پدیده است: (۱) ارتباط<sup>۷</sup> و (۲) شناخت<sup>۸</sup> که اولی از جنس فراگرد<sup>۹</sup> با خصلت پویایی، تعاملی<sup>۱۰</sup> و چندسویه‌ای و دومی (شناخت) از جنس جریان<sup>۱۱</sup> فاقد تعامل و با خصلت یک‌سویه‌ای است. نکته دوم که مهم‌تر از اولی است آنکه در این تعریف حاصل تولید معنی، پدیده‌ای نشسته در پیام نیست، بلکه نشسته در جای دیگری، یعنی در ذهن یا به عبارت

1. Content
2. Concept
3. Semiotics approach
4. Dynamic interaction
5. Process school
6. گراس اس جووت (Garth S. Jowett) در کتاب *قرائتی از پروپاگاندا و اقناع* (۲۰۰۰) به‌گونه‌ای مستدل و آگاهانه زمینه تاریخی-اجتماعی و فرهنگ را، اگرچه کاملاً با یکدیگر مرتبط هستند، به دلیل کارکردی که دارند، مجزا نشان می‌دهد.
7. Communication
8. Cognition
9. Process
10. Interaction
11. Flow

دقیق تر در هیپوکامپ مغز مخاطب است. در کتاب *ارتباط‌شناسی* مثال گفتگوی یک زن و شوهر درباره نگهداری سگ در منزل، نمونه‌ای از نقش تفاوت معنی در مکالمه دو نفر با زبان یکسان بود. در آن مثال، زن در یک خانواده روستایی و گوسفنددار پرورش یافته بود که کودکی او پُر از خاطره‌های مربوط به سگ گله بود. از آن سو، مرد فارسی‌زبان در خانواده‌ای شهری بزرگ شده بود که کودکی او حاوی خاطراتی از تأکید بر نجس بودن سگ و تجسم او سگ‌های ولگرد کوچک‌پس‌کوچه‌های جنوب شهر بود. آن دو وقتی درباره «سگ» صحبت می‌کردند، اگرچه واژه یا دال مشترک داشتند و مدلول آن‌ها نیز موجود پستاندار شناخته‌شده‌ای بود، «معنی» درون مغز آنان شبیه نبود. بنابراین، وقتی گفته می‌شود ارتباط عبارت است از فراگرد انتقال پیام از سوی فرستنده برای گیرنده، مشروط بر آنکه معنی متجلی شده در گیرنده مشابه معنی مورد نظر فرستنده باشد (محسنیان‌راد، ۱۳۸۹: ۵۷)، اشاره به تلاش برای نزدیکی در مشابهت معنی در ارتباطات است.

در بازنمایی نیز فراگرد انتقال پیام روی می‌دهد، با این تفاوت که فرستندگان پیام «بازیگران زبان» هستند و از این توانایی برخوردارند که از طریق ابزارهایی در جهت منافع منابع قدرت عمل کنند؛ نظیر: پُررنگ یا کم‌رنگ کردن حضور یک پدیده یا گروه خاص در عرصه‌ای خاص در محتوای پیام، یا نمایش محدود، پایدار و ثابت پدیده یا گروهی خاص به شیوه‌ای خاص، یا مشروعیت‌زدایی از پدیده یا گروهی خاص در مقایسه آن با تصور آرمانی و همچنین از طریق به‌کارگیری شیوه‌های کلیشه‌سازی و خلق گزاره‌های پیرامونی که تحت جاذبه گزاره‌های محوری قرار دارند. اما همه این تدابیر تضمین‌کننده آن نیست که منتهی به تجلی معنی در مخاطبان، مشابه معنی مورد نظر بازیگران مورد بحث، شود. وضعیت نشسته‌ها در آن سوی رسانه‌ها را می‌توان در این تعبیر ویلیام بی‌من دید که می‌گوید: «مصرف‌کننده پیام، همزمان با دریافت پیام به تفسیر آن در بستر و زمینه چشم‌اندازهای خود و همچنین در ارتباط با پیام خلق شده از سوی خالق پیام می‌پردازد. او بر اساس فکر خالق پیام، معنی را به آن پیام منتسب می‌کند. معنی که ساخته شده<sup>۱</sup> نماینده ناقصی<sup>۲</sup> است از معنی‌ای که مدنظر خالق پیام بوده است. پیام‌ها در درون محدودیت‌های بیانی ساخته می‌شوند که خالق انتخاب کرده و از آن برای نمایندگی «معنی» استفاده کرده است. تقریباً همیشه، پیام خلق شده، حاوی نسبتی ناکامل از چیزی است که خالق پیام می‌خواسته بیان کند. در آن سو نیز تفسیر مصرف‌کننده پیام لزوماً

1. Construct
2. Imperfect

حامل همه معنی منتسب نیست. بنابراین، ممکن است تفسیر مصرف‌کننده بسیار متفاوت با آن چیزی باشد که خالق پیام مدنظرش بوده است؛ بنابراین، تفسیر مصرف‌کنندگان از پیام و معنی‌ای که به آن منتسب می‌کنند، معنی ناقصی است (بی‌من، ۱۳۸۱: ۲۵).

ساموار (۱۹۹۴: ۱۴)، به جای تجلی معنی، اصطلاح تخصیص‌دادن معنی<sup>۱</sup> را به کار گرفته و می‌گوید «ما از تجربیات گذشته‌مان استفاده کرده و معنی را به بقایای رفتاری که مشاهده می‌کنیم، و پیام نیز بخشی از این بقایاست، تخصیص می‌دهیم». او همین امر را دلیل نسبی بودن معنی‌ها دانسته است. این تعبیر، همان است که، سی‌سال قبل از ساموار، دیوید برلو گفته بود: ارتباط دربرگیرنده انتقال معنی نیست. معنی چیزی قابل انتقال و منتقل شده نیست. فقط پیام است که قابل انتقال است و معنی درون پیام نیست، بلکه درون فرستنده و گیرنده پیام است (برلو، ۱۹۶۰: ۱۷۵-۱۷۷). رونالد بی آدلر نیز مشابه این عبارت را در عنوان یکی از مباحث کتاب *درک ارتباطات انسانی* خود آورده و با تأکید بر اینکه معنی‌ها در مردم هستند نه در واژه‌ها می‌نویسد: «مشکلات ناشی از بی‌توجهی به چنین اصلی زمانی آغاز می‌شود که مردم به اشتباه می‌انگارند دیگران لغات را در همان معنایی که آن‌ها به کار می‌گیرند استفاده می‌کنند». او پس از ارائه مثال‌هایی از فرهنگ امریکایی می‌افزاید: «کلمات معنایی ندارند. این مردم هستند که به آن‌ها معنی می‌دهند و اغلب این کار را از مسیرهای بسیار متفاوتی انجام می‌دهند» (آدلر، ۲۰۰۹: ۶۹).

در آثار میشل فوکو نیز می‌توان شواهدی درباره نبود معنی در پیام یافت. او به هنگام نفی «سفسطه اکنون‌گرایی» می‌نویسد: «تاریخ‌نگار، الگو یا مفهوم یا نهاد یا احساس یا نمادی را از زمان حال خود می‌گیرد و تقریباً به صورتی ناخودآگاه و نادانسته می‌کوشد نشان دهد که [آن الگو یا مفهوم...] در گذشته نیز معنایی یکسان و معادل معنای امروز داشته است» (دریفوس، ۱۳۸۵: ۲۲۲). اگرچه این سخن فوکو شواهدی برای نسبی بودن معنی است (یا به زبان او نسبی بودن سوژه که معادل من اندیشنده، یا ذهنیت و آگاهی و شعور است)، بین نگاه ارتباط‌شناسانی که معنی را در ذهن می‌دانند و نگاه فوکو که اصولاً برای سوژه وجودی فی‌نفسه قائل نیست تفاوت وجود دارد.

هنگامی که محقق بخواهد بازنمایی را، نه از شیوه معمول آن (که روشی کیفی است)، بلکه از روش تحلیل محتوای عمقی (که روشی کمی-کیفی است) انجام دهد، اگر بخواهد تجسمی جز آنچه گفته شد از «معنی» و جایگاه آن و نسبتش با مفهوم، پیام، واقعیت و حقیقت داشته

## 1. Attribution of meaning



باشد، این گمان وجود دارد که نوع نگاهش به متن و استخراج گزاره‌ها و دستیابی به کلیدواژه‌ها به گونه‌ای، حتی ناخودآگاه، سوگیرانه انجام شود. درحالی‌که اگر خارج از چنین قیدی، مراحل استخراج گزاره‌ها و کلیدگزاره‌ها طبق قواعد روش تحلیل محتوای عمقی انجام شود، صرفاً در مسیر اجرای مراحل کار به حدس‌هایی نزدیک می‌شود و عملاً در آخرین مرحله به بازنمایی نهایی و حاصل کار دست می‌یابد. در این مرحله است که می‌تواند بازنمایی به دست آمده را حقیقتی بداند در کنار حقیقت‌های احتمالی دیگر و آن را انعکاسی از واقعیت بداند، در کنار انعکاس‌های احتمالی دیگر. تصور من این است که این بازنمایی ممکن است در ذهن مخاطبان تولید معنی نکند یا نکند. ممکن است در معنی موجود در ذهن آنان تغییری ایجاد کند یا ایجاد نکند. این‌ها سؤال‌هایی است که دستیابی به پاسخ آن‌ها روش پژوهشی و مسیر دیگری را می‌طلبد.

#### شیوه جمع‌بندی و نتیجه‌گیری در تحلیل محتوای عمقی

در این مرحله، ترکیبی از توصیه‌های ارائه شده در منابع روش تحقیق کمی یا کیفی برای جمع‌بندی و تجزیه و تحلیل نهایی قابل استفاده است. اینکه وزن تبعیت از کدام گروه توصیه‌ها (کمی یا کیفی) بیشتر باشد، تابع ماهیت سؤال تحقیق و در نتیجه کیفیت گزاره‌های تحقیق است که تا چه اندازه ویژگی عینی و تا چه میزان خصلت کیفی دارد؛ اما در مجموع می‌توان گفت برای نگارش گزارش تحلیل محتوای عمقی، مناسب‌ترین شیوه آن است که پژوهشگر نتایج را آن‌گونه ارائه دهد که گویی ابتدا حاصل نگاه چشم غیرمسلح خود را ارائه می‌کند و سپس با استفاده از ضعیف‌ترین درجه بزرگ‌نمایی یک میکروسکوپ فرضی مسیر را ادامه دهد و در هر لحظه که لزوم آن را احساس کند، از بزرگ‌نمایی‌های بیشتر میکروسکوپ بهره‌برداری کند. وقتی در صفحات قبل گفته شد تحلیل‌های آماری باید با جداولی انجام شود که فشرده جدول‌های حاصل از کدگذاری معکوس باشد، پیشنهادی در راستای همان شروع با درجه بزرگ‌نمایی کوچک‌تر بود. زیرا کدهای حاصل از کدگذاری معکوس کاربرد دسته‌بندی متن گزاره‌ها را دارد. با توجه به چنین گرایشی، به طور خلاصه موارد زیر توصیه می‌شود:

محقق کار را با تحلیل آماری ستون جمع فشرده‌ترین جدول آغاز کند. سپس به تحلیل ستون جمع و در انتها تقاطع سطرها و ستون‌ها بپردازد. با تحلیل هر سطر، تمام یا قسمت یا گزیده‌ای از گزاره‌های دسته‌بندی شده را به عنوان شاهد نتایج کمی ارائه دهد و تحلیل و تفسیرهای ذهنی خود را که از قیود تحقیقات پوزیتویستی رها است و در چهارچوب روش‌های تفسیر داده‌های تحقیقات کیفی انجام می‌شود مطرح کند. البته در این‌جا نیز موظف است اصول

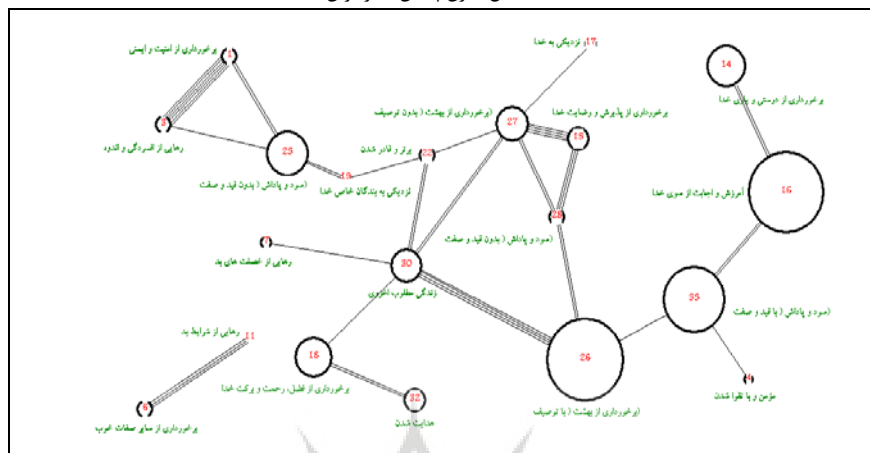
عمومی حاکم بر روش‌های کیفی را رعایت کند. مهم‌ترین این اصول برخورداری روش از چهار قابلیت است: قابلیت ارزیابی<sup>۱</sup>، که آن را جایگزین پدیده عینیت<sup>۲</sup> در تحقیقات کمی می‌دانند؛ قابلیت انتقال پذیری<sup>۳</sup>؛ قابلیت اتکا<sup>۴</sup> و قابلیت تأییدپذیری<sup>۵</sup> (مارشال، ۱۳۷۷: ۱۹۹)؛ در ادامه می‌تواند تقارن‌های حاصل از تحلیل محتوای عمقی را، که به نوعی نقش «نقطه محوری» در تحلیل گفتمان را دارند، مورد جست‌وجو قرار دهد. با این تفاوت که نه همچون تحلیل گفتمان، به صورت کیفی، بلکه به‌گونه‌ای کمی، آماری و با تکیه بر حساب و احتمالات نشان دهد.

شیوه عمل در فرمان «د-۷-۴-۱» نرم‌افزار ام. آر. پی آمده است. به این ترتیب که می‌توان ضمن تهیه ماتریس فراوانی و ضرایب همبستگی تقارن مضامین گزاره‌ها، مدل تقارن‌ها را نیز ترسیم کرد. در نمونه زیر، که مربوط به پروژه تحلیل محتوای عمقی سه کتاب مقدس است، دیده می‌شود که مدل از یک مجمع‌الجزایر هجده‌دایره‌ای و یک تقارن دوتایی تشکیل شده است. در این مجموعه چند نقطه محوری وجود دارد که مهم‌ترین آن با پنج اتصال، دایره ۳۰ (زندگی مطلوب اخروی) است که از دو سو، با دو نقطه محوری دیگر (دوایر ۲۶ و ۲۷) که هر دو مربوط به برخورداری از بهشت است در تقارن است. ضمن آنکه از سه مسیر، به مثلث پُر ضریب رضایت خدا + بهشت بدون توصیف + بهشت با همنشین مطلوب (دوایر ۱۵، ۲۷ و ۲۸) اتصال دارد. به همین ترتیب، از یک مسیر به مثلث امنیت و ایمنی + رهایی از افسردگی + سود با توصیف (دوایر ۱، ۳ و ۲۵) وصل است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی

1. Credibility
2. Objectivity
3. Transferability
4. Dependability
5. Confirm ability

مدل تقارن پاداش‌ها در قرآن



(نقل از پروژه هنجارها در سه کتاب مقدس، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم)

### خلاصه و جمع بندی

«تحلیل محتوای عمقی» به عنوان روشی «مختلط»، که خاستگاه و پیشینه‌ای بومی دارد، روشی است که همچون سایر روش‌های مختلط پرسش‌های تحقیق را به دو شکل روایتی و عددی ارائه می‌کند. ارائه روایتی آن، محصول پردازش مجموعه‌ای از «گزاره‌های» استخراجی از متن است و ارائه عددی، محصول عملیات کدگذاری رایج در تحلیل محتوای کلاسیک یا کمی است. محققانی که این روش را با استفاده از نرم‌افزار ام. آر. پی دنبال می‌کنند، باید سوای برخورداری از همکاری که عملیات کمی‌گرایانه روش تحلیل محتوای کمی و کلاسیک را دنبال می‌کنند، از همکاری افراد ورزیده‌تری نیز استفاده کنند که متن را عمیقاً مطالعه کنند و از درون آن بتوانند گزاره‌هایی را استخراج یا صید کنند که حاصل ادراکات آنان از جان کلام مطرح شده در متن باشد. به این ترتیب، عنصر متمایزکننده «تحلیل محتوای عمقی» از تحلیل محتوای کمی و کلاسیک، مجموعه‌ای از داده‌ها از جنس «گزاره» است که همچون داده‌های متغیرهای اسمی، به کمک نرم‌افزار، وارد رایانه می‌شود. این گزاره‌ها نقشی دوگانه دارند. از یک سو، شاهی برای اثبات دستاوردهای پژوهش هستند و همچون هر واحد اطلاعاتی در تحقیق کیفی، حاصل مشاهده، و همزمان با آن، استنتاج پژوهشگر و دستیاران او محسوب می‌شوند و از سوی دیگر، به جداولی منتهی می‌شوند که محصول کدگذاری‌ها و اندازه‌گیری‌های رایج در روش تحلیل محتوای کمی است. این‌گونه است که در این روش، محقق به هر یک از گزاره‌های

استخراجی و هریک از داده‌های کمی همچون قطعه پازلی نگاه می‌کند که در انتها با کنار هم نشستن منطقی آن‌ها تصویری از واقعیت حاصل خواهد شد.

اگر تحلیل محتوای عمقی با تحلیل محتوای کمی تفاوت دارد، با تحلیل محتوای کیفی نیز متفاوت است. زیرا در این روش امکان ارائه عددی گزاره‌ها نیز وجود دارد. پدیده‌ای که به کمک نرم‌افزار ام. آر. پی از طریق روشی به نام «کدگذاری معکوس» انجام می‌شود.

از روش تحلیل محتوای عمقی می‌توان به کشف بازنمایی‌های رسانه‌ها نیز دست یافت. تفاوت این پردازش با روش متداول «بازنمایی» در آن است که محقق باید پرسپکتیوی را انتخاب کند که اگرچه گزاره‌هایی که او و همکارانش از درون ساختار استخراج کرده‌اند، بتواند در بازسازی آن ساختار به کار آید، قطعه‌های مذکور نه واقعیت، نه حقیقت و نه معنی، بلکه صرفاً جزئی از یک ادعا از انعکاس واقعیت همچون هر ادعای دیگری از واقعیت تلقی شود. این پرسپکتیو سبب خواهد شد که محقق روش عمقی، از بخشی از آن مقدار سوگیری که در روش‌های کمی پرهیز از آن بسیار توصیه شده رهایی یابد.

#### منابع

- استراس، آنسلم و جولیت کوربین (۱۳۸۵) / اصول روش تحقیق کیفی، نظریه مبنايي، رویه‌ها و شیوه‌ها، ترجمه بیوک محمدی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- بی‌من، ویلیام (۱۳۸۱) زیان، منزلت و قدرت در ایران، ترجمه رضا ذوقدار مقدم، تهران: نی.
- دریغوس، هیوبرت (۱۳۸۵) میشل فوکو، فراسوی ساختارگرایی و هرمنوتیک، ترجمه حسین بشیریه، تهران: نی.
- دلاور، علی (۱۳۷۴) روش‌های تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی، تهران: دانشگاه پیام‌نور.
- سرل، جان. آر (۱۳۸۵) افعال گفتاری، ترجمه محمدعلی عبدالهی، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- سیگل، سیدنی (۱۳۷۲) آمار غیر پارامتری برای علوم رفتاری، ترجمه یوسف کریمی، تهران: همشهری.
- گلد، جولیس و ویلیام کولب (۱۳۸۴) فرهنگ علوم اجتماعی، به کوشش محمدجواد زاهدی، ترجمه باقر پرهام و دیگران، تهران: مازیار.
- مارشال، کترین و گرچن ب. راس من (۱۳۷۷) روش تحقیق کیفی، ترجمه علی پارسایان و سیدمحمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

- محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۸۹) *ارتباط‌شناسی: میان فردی، گروهی و جمعی*، تهران: سروش.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۷) *رسانه‌ها و بازتابی*، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- Adler, Ronald B. and George Rodman (2009) *Understanding Human Communication*, New York: Oxford.
- Alberg, Toril & Anders Jenssen (2007) "Gender in Political Candidates", *Nordicom Review*, 28: 17-32.
- Berlo, David K. (1960) *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*, Washington: Holt Rinehart Winston.
- Bloor, Michael and Fiona Wood (2006) *Keywords in Qualitative Methods: A Vocabulary of Research Concepts*, London: Sage.
- Budd, Richard W. Budd, Robert K. Thorp and Lewis Donohew (1967) *Content Analysis Communications*, New York: Collier – Macmillan.
- Christensen, L. B. and B. Johnson (2004) *Educational Research: Qualitative, Quantitative and Mixed Approaches*, 2<sup>nd</sup> edition, Newbury Park, CA: Sage.
- Denzin, Norman K. and Yvonna S. Lincoln (1994) *Handbook of Qualitative Research*, London: Sage
- Esterberg, Kristin G. (2002) *Qualitative Methods in Social Research*, Boston: McGraw-Hill
- Fiske, John (2006) *Introduction To Communication Studies*. 2<sup>nd</sup> ed, New York: Rutledge.
- Hall, Stuart (2003) *Representation: Cultural, Representations and Signifying Practices*, London: Sage Publications.
- Holliday, Adrian (2002) *Doing and Writing Qualitative Research*, London: Sage.
- Jowett, Garth. S & Victoria O'Donnell (2000) *Propaganda and Persuasion*, London: Sage.
- Jowett, Garth.S.& Victoria O'Donnell (2002) *Propaganda and Persuasion*, London: Sage
- Laclau, E. & Mouffe C. H. (1985) *Hegemony and Social Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*, London: Verso.
- Longer, Roy (1998) *The Concept of Discourse in Analysis of Complex Communication Events*, <http://openarchive.cbs.dk>.
- Samovar, Lary, A. Richard and E. Porter (1994) *Intercultural Communication: A Reader*, 7<sup>th</sup> Edition, Belmont, California: Wadsworth.
- Tashakkori, A. & C. Teddile (eds.) (2003) *Handbook of Mixed Methods in Social and Behavioral Research*, Thousand Oaks, CA: Sage.

- Tashakkori, A. & J. W. Creswell (2007) "The New Era of Mixed Methods", *Journal of Mixed Methods Research*, 1 (1): 3-7.
- Teddlie, Charles and Abbas Tashakkori (2009) *Foundations of Mixed Research: Integrating Quantitative and Qualitative Approaches in The Social and Behavioral Sciences*, London: Sage.
- Wood, Leslie (2002) "An Overview of Three Different Approaches to The Interpretation of Qualitative Data, Part 1: Theoretical Illustration", *Nurse Researcher*, 10 (1): 43-51.

