

## İÇERİK ÇÖZÜMLEMESİ

Arş. Gör. Selahaddin ÖĞÜLMÜŞ

İçerik çözümlemesi; psikoloji, sosyoloji, tarih, edebiyat, gazetecilik, siyasal bilimler gibi değişik alanlarda farklı amaçlarla kullanılabilen bir araştırma yöntemidir. Temelde, davranışları doğrudan doğruya gözlemek yerine, bireylerin sembolik davranışlarını ya da iletişim materyallerini (bir yazarın kitaplarını ya da makalelerini, TV yayınlarının ya da filmlerin içeriğini, okuyucu ya da izleyicilerin bu iletişim materyallerine karşı tutumlarını, vb.) çözümlemeye dayanır.

İçerik çözümlemesinin 20. yüzyılın başında, Columbia Gazetecilik Okulunun, gazetelerin nicel analizine ilişkin çalışmalarıyla ortaya çıktığı; bu alandaki ilk önemli kişinin de H. Lasswell olduğu kabul edilmektedir (Bilgin, 1988).

Birinci ve İkinci Dünya Savaşları, propaganda tekniklerinin önem kazandığı dönemlerdir. Gerek 1. ve 2. Dünya savaşları sırasında, gerekse 2. Dünya Savaşını izleyen yıllardaki soğuk savaş sırasında; propaganda tekniklerini, iletişim materyallerini ve içeriğini incelemek önem kazanmıştır. Başlangıcından 1960 yılına kadar geçen dönem içerisinde, içerik çözümlemesinin, siyasal bilimler, gazetecilik, sosyoloji ve psikoloji gibi değişik alanlarda kullanıldığı görülür. Bilgisayarların gelişmesi de içerik çözümlemesinin daha kapsamlı olarak yapılmasına olanak sağlamıştır (Lin, 1976). Özellikle ikinci kuşak bilgisayarların ortaya çıktığı 1960 ve sonraki yıllarda içerik çözümlemesi artık etnoloji, tarih, psikiyatri, psikanaliz ve dilbilim gibi disiplinlere de girmiştir (Bilgin, 1988).

Bilgisayarla yapılan çözümleme, içerik çözümlemesini bütünüyle kapsamaz. Bununla beraber, bilgisayarların geliştirilmesi ve yaygınlaşması içerik çözümlemesine duyulan ilginin ve bu yöntemle yapılan araştırmaların artmasına yol açmıştır. Zira, bilgisayarların bu amaçla kullanılması araştırmacılara büyük kolaylıklar sağlamaktadır.

Ülkemizde de bilgisayar kullanımı özellikle son yıllarda yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu gelişmeye paralel olarak, ülkemizde de içerik çö-

\* A.Ü.E.B.F. Eğitimde Psikolojik Hizmetler Bölümü

zümlemesi yöntemine duyulan ilgi ve yapılacak araştırma sayısında artış olması beklenebilir. Bu nedenle, bu makalenin ilerleyen bölümlerinde, içerik çözümlenmesi, daha çok sosyal psikolojinin konuları gözönünde bulundurulurken tanıtılacaktır.

### Sosyal Psikolojide İletişimin Yeri ve Önemi

Sosyal psikolojinin en temel konuları; toplumsallaşma, toplumsal etki ve uyma davranışı, grupların ve grup normlarının oluşması, tutumların oluşması ve değişmesi, vb. dir. Bu konuların hepsinin temelinde ise iletişim süreci bulunur.

İletişim süreci, kişilerarası etkileşimden uluslararası etkileşime kadar, tüm sosyal etkileşimlerin ayrılmaz bir parçasıdır. Aileden ulusa kadar, büyük-küçük bütün gruplar, kurumlar ve hatta uluslararası örgütler iletişim sayesinde vardır. Başka bir deyişle, iletişim olmadığı sürece bunların varlığından söz edilemez (Holsti, 1968).

Sosyal psikologların iletişim sürecine verdikleri önemi, Cartwright (1953) şöyle açıklamaktadır:

Sosyal psikolojinin önemli konularına şöyle bir baktığımızda, çoğunun sözel davranış biçiminden ibaret olduğunu görerek hayret ederiz. Örneğin: grup standartlarının, değerlerin ve tutumların oluşmasında en önemli etken sözel iletişimidir. Normların, değerlerin ve tutumların başkalarına aktarılmasında da sözel iletişim en önemli araçtır. Okullarda yapılan eğitim, kitle iletişimi, ev ve işyeri gibi ortamlardaki etkileşimler, genellikle yazılı ya da sözlü iletişimle mümkündür. Toplumsal kurumlarda ve örgütlerde de iletişim önemli bir ögedir. Örneğin: örgütlerdeki yönetim, denetim, etki ve koordinasyon, büyük ölçüde sözel iletişime dayalıdır. Örgütlerde ortaya çıkan sorunların çözümü de iletişimle mümkündür. Örgütlerdeki toplumsal ve politik çatışmalar çoğunlukla ekonomik çıkarların uyuşmamasından kaynaklanır ise de, çatışan gruplar arasında iletişim sağlanmadığı sürece çözümlenemez. Tüm bunların yanı sıra, insanların eğlence etkinlikleri de büyük ölçüde sözel ve diğer sembolik eylemlere dayanmaktadır (Aktaran: Holsti, 1968, s. 596).

Cartwright'ın iletişimin önemine ve sosyal psikologların iletişim içeriğine ilgi duymalarının nedenlerine ilişkin açıklamaları; yalnızca sosyal psikologlar için değil, tüm sosyal bilimciler için geçerlidir. Dolayısıyla, iletişim tüm sosyal bilimler için önemli ve ortak bir konudur.

İletişimin birden fazla bilim dalını ilgilendiren bir konu olması, iletişim içeriğinin ve iletişim sürecinin araştırılmasında farklı yaklaşımların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Başka bir deyişle, her bilim dalı kendine özgü kuram ve teknikler kullanarak, iletişim içeriğini araştırmaya koyulmuştur. Farklı hareket noktalarından hareket etmenin doğal sonucu olarak da, literatürde, birbirinden farklı içerik çözümlemelerine rastlanmaktadır. Bu nedenle, içerik çözümlemesinin herkes tarafından kabul edilebilecek ortak bir tanımını yapmak bile çok güç görünmektedir.

#### İçerik çözümlemesi: Tanımı

Sosyal bilimlerdeki araştırmaların hemen hemen hepsi, yazılı materyallerin ya da dökümanların "dikkatli bir şekilde" okunmasına bağlıdır (Holsti, 1968). Ancak, içerik çözümlemesini herhangi bir dökümanın dikkatli bir şekilde okunmasından farklı kılan şey nedir? Bu sorunun yanıtı, içerik çözümlemesinin tanımına bağlıdır.

İçerik çözümlemesinin herkes tarafından kabul edilen bir tanımını yapmak çok zordur. Zira; yeni sorunlar, farklı materyaller, teknolojik gelişmenin sonucu olarak yeni iletişim araçlarının ortaya çıkması ve ham verileri işlemede kolaylıklar sağlayan bilgisayarların gelişmesine bağlı olarak içerik çözümlemesinin tanımı da değişmektedir (Holsti, 1968). Bu nedenle içerik çözümlemesini tanımlamak yerine, literatürdeki tanımlardan bazılarını gözden geçirmekle yetinilecektir.

— İçerik çözümlemesi, bir gözlem yönteminden çok bir çözümleme yöntemidir. Bu yöntemde kişilerin davranışlarını gözlemek ya da onlara yapılmış sorular sormak yerine, araştırmacı, kişilerin ortaya koymuş oldukları iletişim materyallerini ele alır ve inceler (Crano and Brewer, 1973).

— İçerik çözümlemesi, temelde, nitel verilerin nicel terimlere indirildiği bir tekniktir (Stacey, 1970).

— İçerik çözümlemesi, mevcut verileri özetleme, standardize etme, karşılaştırma ya da başka bir biçime dönüştürme araçlarıdır (Smith, 1975).

— Berelson'a göre (1952) içerik çözümlemesi, belli bir iletişimin görünen içeriğinin nesnel, sistemli ve nicel olarak betimlendiği bir araştırma tekniğidir (Aktaran: Krech ve ark., 1983).

— Janis'e göre (1949) içerik çözümlemesi; (a) bir bilim adamı olan çözümlemecinin yargularına güvenmek koşuluyla, (b) açık seçik formüle edilmiş kurallarla (c) bir çözümlemecinin ya da bir çözümlemeci grubunun yargularına bağlı olarak, (d) iletişim araçlarının sınıflandırılması ve bir sorunu çözmek için kullanılmasıdır (Aktaran: Holsti, 1968).

— Kaplan'a göre (1943) içerik çözümlemesi, politik tartışmaların istatistiksel anlamlarıdır (Aktaran: Holsti, 1968).

— Stone'a göre (1964) içerik çözümlemesi; ayrılmış ilgilerin, tutumların, bir dökümanın ya da bir mesajın içerdiği konuların kapsamını değerlendirmek için kullanılan bir işlemdir (Aktaran: Holsti, 1968).

— Cartwright'a göre de (1953), herhangi bir sembolik davranışın nesnel, sistemli ve nicel olarak betimlenmesidir (Aktaran: Holsti, 1968).

### **İçerik Çözümlemesinin Temel Özellikleri**

İçerik çözümlemesinin üç temel özelliğe sahip olması gerekir. Bunlar: nesnellik, sistemlilik ve genelliktir (Holsti, 1968).

*Nesnellik*, farklı gözlemcilerin ya da çözümlemecilerin aynı döküman üzerinde aynı sonuçları gözleyebilmesi ile mümkündür. Bunun sağlanabilmesi için de, çözümleme kurallarının çok iyi formüle edilmiş olması gerekir.

*Sistemlilik*, araştırmacının yalnızca kendi araştırmasının amaçlarına uygun olan verileri çözümleyerek, diğer verileri ihmal etmesini önler. Sistemlilik, belli bir kategoriye girecek ya da girmeyecek olan birimlerin saptanmasında, hep aynı ölçütün kullanılmasını gerektirir.

*Genellik*, bulguların kuramsal bir temele sahip olmasını gerektirir. Yani, bir mesaj hakkında saf betimsel bir bilgi, mesajın alıcısı ya da vericisinin bilinen özellikleri ile karşılaştırılmamış ise, çok az bir bilimsel değere sahip olur.

Bu üç özelliğin yanı sıra, içerik çözümlemesi literatüründe iki koşul daha tartışılmaktadır. Tartışılan sorular şunlardır:

- 1) İçerik çözümlemesi nicel ya da sayısal mı olmalıdır?
- 2) İçerik çözümlemesi yalnızca görünen içerikle sınırlanmalı mıdır?

Nicel oluşu ya da sayısal oluşu, içerik çözümlemesinin en önemli özelliklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Ancak, sayısal oluş ya da nicel oluş ile ne anlatılmak istendiği hakkında bazı görüş ayrılıkları vardır. Bazı yazarlara göre nicel ya da sayısal (quantitative) olma ile rakamsal (numerical) olma eş anlamlıdır. Oysa literatürdeki araştırmalardan bazılarının sonuçları rakamlarla değil, "daha az", "daha çok", "pek çok", "pek az" gibi terimlerle belirtilmiştir. Bu tür araştırmaların nicelikten çok niteliğe önem verdiği söylenebilir. Aslında nicelik ve nitelik, birbirine zıt şeyler değil, birbirlerini tamamlayan şeylerdir. Başka bir deyişle, nicelik ve nitelik, bir süreklilik çizgisinin farklı noktalarında yer alan özelliklerdir (Holsti, 1968).

İçerik çözümlemesi yalnızca görünen içerikle sınırlanmalı mıdır? sorusuna, genellikle evet yanıtı verilmektedir. Zira, içerik çözümlemesinin daha önce belirtilmiş olan nesnellik özelliği bunu gerektirir.

### İçerik Çözümlemesi Araştırma Modelleri

İletişim paradigması. "kim, kime neyi nasıl söyledi ve etkisi (sonucu) ne oldu" şeklinde formüle edilebilir (Holsti, 1968). İçerik çözümlemesi, iletişim paradigmasında yer alan bu sorulardan herhangi biri için yapılabileceği gibi, iki veya daha fazla soruya yanıt aramak amacıyla da yapılabilir. Değişik bir ifadeyle, her iletişimin 6 temel ögesi vardır. Bunlar: 1) İletişimin kaynağı, 2) kodlama süreci, 3) aktarma kanalı, 4) mesajın alıcısı, 5) kodlanan mesajı anlamlandırma süreci ve 6) iletişimin nedenidir. İçerik çözümlemesi, iletişimin bu öğelerinden biri ya da bir kaçını için yapılabilmektedir.

Araştırma modeli ya da planı, yukarıda belirtilen sorulardan birini ya da birkaçını kapsayacak şekilde, üç farklı düzeyde tasarlanabilir. Bir araştırmacı, (1) İletişim metninin özellikleri hakkında çıkarımlar yapmak amacıyla, (2) mesajın nedenleri ya da mesajdan önceki koşullar hakkında çıkarımlar yapmak amacıyla, (3) iletişimin etkileri ile ilgili çıkarımlar yapmak ve hipotezler denemek amacıyla mesajları çözümler. Başka bir deyişle, içerik çözümlemesinde üç farklı araştırma modeli vardır. Bu araştırma modelleri; yanıtlamaya çalıştıkları sorunun türüne göre, çözümlenen iletişim boyutuna göre ve araştırma planına göre birbirlerinden ayrılırlar.

1. *Model*: Bu modeldeki araştırmalarda, iletişim içeriği çözümlenirken şu üç sorudan (Ne? Nasıl? Kime?) en az biri yanıtlanmaya çalışılır. Bu modeldeki araştırmalarla; iletişim içeriğindeki eğilimleri betimlemek,

iletişim örüntülerini betimlemek, iletişimin özelliklerini betimlemek ya da ikna tekniklerini çözümlemek olasıdır.

Araştırmalarda anlamlı sonuçlar elde edebilmek için, içeriğin çözümlenmesiyle elde edilen verilerin, başka verilerle ya da bir ölçütle karşılaştırılması gerekir. İçerik çözümlemesinde ne tür ölçütler kullanılacağı ya da nasıl bir karşılaştırma yapılabileceği, araştırmanın yanıtlamaya çalıştığı soruya bağlıdır. Bir araştırmacı belli bir iletişim kaynağından belli bir süre içerisinde çıkan mesajları karşılaştırabilir. Bu yolla, aynı kaynağın verdiği mesajlarda zaman içerisinde meydana gelen değişimleri saptayabilir. Ya da aynı kaynaktan farklı durumlarda ortaya çıkan mesajları karşılaştırabilir. Örneğin; mesleki yayınlar incelenerek, bir bilim dalının gelişimindeki eğilimler, bir gazetenin içeriğindeki değişimler, birinci tür karşılaştırmaların yapılmasına uygundur. Bir araştırmacı düşük ya da yüksek düzeylerde kaygı yaratan ortamlardaki iletişim sürecini inceleyebilir. Bu da ikinci tür karşılaştırmaya örnektir.

İçerik çözümlemesi ile, belli bir durumda iki veya daha fazla sayıda kaynak ya da kişinin mesajları karşılaştırılarak hipotezler denenebilir. Örneğin, iki konuşmacının propaganda yapış biçimi karşılaştırılabilir. Bu tür karşılaştırmalar, mesaj ile mesajı veren kaynak arasında bir ilişki olduğu varsayımına dayanır (Holsti, 1968).

2. *Model*: Bu modelle yapılan araştırmaların amacı, iletişimin nedenleri ya da öncesi hakkında çıkarsamalar yapmaktır. Mesajlar, iletişim paradigmasındaki "kim" ve "niçin" sorularına yanıt aramaya yöneliktir. Örneğin: bir dökümanın yazarının kim olduğu, yazarın değerleri, amacı, güdüleri, arkadaşları vb. bu model bir araştırma ile incelenebilir.

Herhangi bir mesajdan, mesajı gönderen kişi hakkında geçerli çıkarsamalar elde edebilmek için, mesajın içeriğinden elde edilen verinin bağımsız davranışsal belirleyicilerle (bir ölçütle) karşılaştırılması gerekir. Bu karşılaştırma doğrudan ya da dolaylı olabilir. Doğrudan karşılaştırmaya örnek olarak; 1914'de avrupalı karar vericilerin yazılı dökümanlardaki düşmanlık derecesi ile, askeri hareketlardaki şiddet düzeylerinin karşılaştırıldığı araştırma (Holsti, 1968) gösterilebilir.

3. *Model*: Bu modeldeki araştırmalar, mesajların alıcıları üzerindeki etkileri ile ilgili çıkarsamalar yapmayı amaçlar. "Etkisi ne oldu" sorusu, daha önce değinilen iletişim paradigmasının en önemli yönlerinden biridir. Gerçekte bu boyut, sosyal psikolojinin tutum değişikliği gibi önemli bir konusu ile ilgilidir. Ancak, içerik çözümlemesi kullanılarak yapılmış çok az araştırmada bu soruya yanıt aranmıştır.

Mesajın etkisini ölçmek için değişik ölçütler kullanılabilir. A'nın mesajlarının B üzerindeki etkisi, B'nin mesajları çözümlenerek saptanabilir. Bu ölçütle, örneğin, bir kitabın etkisini o kitaba yöneltilen eleştirileri çözümlyerek belirlemek olasıdır (Holsti, 1968).

### İçerik Çözümlemesinin Kullanıldığı Yerler

İçerik çözümü daha çok kitle iletişim araçlarının incelenmesinde kullanılmıştır. Bu tür araştırmalarda amaç, ya kitle iletişim araçlarında zamanla meydana gelen değişiklikleri saptamak, ya da toplum ve kültürde zamanla meydana gelen değişiklikleri belirlemektir (Simon, 1969). Genelde, söylenen ya da yazılan her şeyin içerik çözümlemesine tabi tutulabileceği belirtilmektedir (Runkel ve McGrath, 1972; Bilgin, 1988). Ancak, içerik çözümü her türlü dökümanter araştırmaya uygun değildir; örneğin bir iddianın doğruluğunu ya da bir portrenin estetik değerini belirlemede içerik çözümü nadiren kullanılabilir (Holsti, 1968).

İçerik çözümü, özellikle veriye ulaşma sorunu olduğunda ve araştırmacının ulaşabileceği veri, bireylerin verdikleri mesajlarla sınırlı olduğunda yararlı bir yoldur. Zaman ve uzaklık, sosyal bilimcilerin çoğunlukla doğrudan veri kaynaklarına ulaşmasını engeller. Bu durumlarda görüşme, gözlem, soruşturma gibi teknikler uygulanamaz. Eğer kişi yaşamıyorsa, araştırmacı, bu kişi hakkında çağdaşlarının yazdıkları şeyleri ya da öldükten sonra hakkında yazılan yazıları çözümler. Bu yönüyle de içerik çözümü, yapılacak hiçbir şeyin bulunmadığı durumlarda "son çare" olarak işe yarar (Holsti, 1968).

### İçerik Çözümü Yönteminin İşlemsel Basamakları

İçerik çözümü, araştırmanın problemi ve amacı saptandıktan sonra, şu dört aşamada gerçekleştirilir. (1) Örneklem Belirlenmesi, (2) Kategorilerin Belirlenmesi, (3) Çözümleme ya da Kayıt Biriminin Belirlenmesi, (4) Sayım Sisteminin Belirlenmesi.

#### Örneklem Belirlenmesi

Bir araştırma planının ilk aşamasında yapılan seçimler, araştırmanın diğer aşamalarını da etkiler. Bu nedenle örneklem belirlenmesinde çok titiz davranmak gerekir. Örneklem seçiminde üç aşama vardır.

Bunlar: (a) iletişim kaynaklarının seçimi, (b) dökümanların seçimi ve (c) dökümanlar arasında hangilerinin örnekleme alınacağına seçimidir.

*İletişim Kaynaklarının Seçimi*: Örnekleme belirlemede yapılacak ilk işlem, örnekleme alınacak olan iletişim kaynaklarını seçmektir. Örneğin; hangi gazeteler, dergiler, kitaplar, yazarlar, demeçler, radyo ve televizyon yayınları, filmler, vb. örnekleme alınacaktır? Araştırmacı bunlar arasından yansız olarak seçilmiş bir örneklem oluşturmak isteyebilir. Bu durumda yukarıdaki her kaynağın, araştırmanın amacına aynı derecede uygun olduğu varsayılıyor demektir. Bu sarsayımın kabul edilmemesi durumunda, önemli görülen herhangi bir kaynak ele alınabilir. Örneğin, gazete içeriğinin çözümlendiği araştırmalarda, prestijli gazeteler örnekleme alınmıştır. Zira bu gazetelerin, aydınların görüşlerini eşit şekillerde yansıttığı kabul edilmiştir. Uluslararası krizler sırasında karar verenlerin tutumu ile ilgili bir başka araştırmada ise, örnekleme alınan kişiler, rollerine göre belirlenmiştir. Holsti ve arkadaşlarının yaptığı böyle bir araştırmada; eyalet başkanları, hükümet başkanları ve dışişleri bakanları örnekleme alınmış, elçiler ise alınmamıştır (Holsti, 1968). Bu tür "amaçlı" örneklemlerde örnekleme girecek kaynakların seçimi için genellikle uzmanların görüşlerine başvurulur.

Örnekleme oluşturacak iletişim kaynaklarının seçiminde, niteliksel ölçütler yerine nicel ölçütlerin kullanılması tercih edilmelidir. Örneğin, "prestijli" gazeteler yerine yüksek trajlı gazeteler örnekleme alınabilir; Ya da en çok satan kitaplar (bestseller), en çok seyirci çeken oyunlar vb. örnekleme alınabilir (Holsti, 1968).

Kitle iletişim araçlarının yayınları ile ilgili içerik çözümlenmelerinde, küme örnekleme yöntemi de sık sık kullanılır. Küme örnekleme, gazete veya televizyonda hangi konunun ne oranda yer aldığını belirlemeye yönelik araştırmalarda daha sık kullanılmaktadır.

*Dökümanların Seçimi*: Eğer seçilen iletişim kaynağı çok geniş ise, araştırmacı, iletişim kaynağına ait dökümanlardan bazılarını seçerek örnekleme alabilir. Burada "döküman", iletişim kaynağının evreninde yer alan her bir parçaya verilen addır. Örneğin: II. Dünya Savaşı sırasında nazilerin İngiltere'ye yönelik radyo propagandaları incelenecek ise, araştırmacı tüm yayınları (tüm dökümanları) değil de, her üç yayından birini örnekleme alabilir. Bu noktada ortaya örneklem büyüklüğü ile ilgili bir sorun çıkabilir. Örneklem, herşeyden önce, evrene genelleme yapılacak kadar büyük olmalıdır. Örneklem büyüklüğünü belirleyen diğer bir etken, elde edilecek bilginin yapısı ve araştırmanın gerektirdiği



soru türüdür. Yine de her araştırma için örneklem büyüklüğünü belirlemede kesin kurallar yoktur.

*Dökümanlar Arasından Hangilerinin Örnekleme Alınacağına Seçimi:* Dökümanı seçtikten sonra da araştırmacı örneklemini küçültmek isteyebilir. Örneğin; bir yazarın çok sayıda kitabı arasından birkaç kitap seçilmiş olsun. Araştırmacı örneklemini daha da küçültmek için, örneğin kitaplardaki her otuz sayfadan birini örnekleme alarak çözümleyebilir. Aynı şekilde, gazetelerin yalnızca bir sayfası ya da dergilerdeki herhangi bir hikaye çözümlenebilir (Holsti, 1968).

### Kategorilerin Belirlenmesi

Ham veriler, araştırmada kullanılan kategorilerle sistemli verilere dönüştürülür. Bu nedenle kategorileme işlemi içerik çözümlemesinin en can alıcı işlemidir. Başka bir ifadeyle, içerik çözümlemesinin en önemli aşaması, verilerin sınıflandırılacağı kategorileri belirlemektir (Simon, 1969). Bir içerik çözümlemesinin, kullanılan kategorilerin uygunluğu ve geçerliliği oranında geçerli olduğu kabul edilir. Ancak, her araştırmaya uygun, geliştirilmiş ya da standardize edilmiş kategoriler listesi söz konusu değildir. Bununla beraber, içerik çözümleme araştırmalarında sık sık kullanılan bazı kategorilerden söz edilebilir. Berelson (1952), bunları şu şekilde sıralamıştır (Aktaran: Holsti, 1968).

#### A) "Söylenen şey" ile ilgili kategoriler

Konusu: İletişim ne hakkındadır?

Yönü: konuya nasıl yaklaşılmıştır? (örneğin: taraftar ya da karşıt, güçlü ya da zayıf)

Standartlar: Yönü belirlemenin standartı nedir?

Değerler: Hangi değerler, amaçlar ya da istekler açığa vurulmaktadır?

Yöntemler: Hedeflere ulaşmada kullanılan araçlar nelerdir?

Özellikler: İnsanları betimlemekte kullanılan nitelikler nelerdir?

Aktör: Belli eylemleri yapan kişi olarak kim gösteriliyor?

Otorite: Demeçler kim adına verilmiştir?

Kaynak: İletişimin kaynağı neresidir?

Hedef: İletişim hangi kişilere ya da gruplara yöneliktir?

Yer: Eylem nerede ortaya çıkmaktadır?

Çatışma: Çatışma nedenleri ve çatışma düzeyleri nedir?

Sonuç: Çatışmalar mutlu bir şekilde mi çözülüyor, yoksa belirsiz ya da hüzünlü mü bitiyor?

Zaman: Eylem ne zaman ortaya çıkmaktadır?

B) "Nasıl söylendiği" ile ilgili kategoriler

— İletişimin tipi ya da biçimi: İletişim aracı (gazete, radyo, televizyon, demeç, vb.) nedir?

— İfade biçimi: İletişim biçiminin dilbilgisi kurallarına uygunluğu nedir?

— Araç: Kullanılan propaganda ya da hitap yöntemi nedir?

Bir araştırmada kullanılacak olan en uygun kategorilerin belirlenmesi şu beş koşula bağlıdır: (1) Kategoriler, çözümlenecek olan iletişim metninin bütün maddelerini içerecek ve bir kategoriye yerleştirilebilecek kadar kapsamlı olmalıdır. (2) Herhangi bir madde, kategorilerden yalnızca birine yerleştirilebilir olmalıdır; bunun için de kategoriler eşsiz olmalıdır. (3) Kategoriler birbirinden bağımsız olmalıdır. Yani bir maddenin bir kategoriye yerleştirilmesi, diğer bir maddenin yerleştirilmesini etkilememelidir. (4) Kategoriler yalnızca bir sınıflandırma ilkesinden elde edilmelidir. (5) Kategoriler, araştırmanın amacını yansıtmalıdır (Holti, 1969'dan aktaran: Akbaş, 1985).

Eğer araştırmada kullanılacak olan kategoriler açık-seçik tanımlanırsa, herhangi bir maddenin hangi kategoriye gireceği ya da girmeyeceği kolaylıkla saptanabilir. Bu durum, araştırmanın güvenilirliği ile de ilgilidir. Zira iyi tanımlanmış kategorilerle çalışan çözümlemecinin görevi, yani hangi maddenin hangi kategoriye gireceğine karar verme, son derece kolaylaşır. Bu nedenle kategorilerin tanımı, sınırları, kuralları, açık seçik ortaya konmalıdır.

### Çözümleme Birimlerinin Belirlenmesi

İçerik çözümlemesinde iki tür çözümleme birimi vardır. Bunlar: (1) kayıt birimleri ve (2) bağlam birimleridir. Kayıt birimi, iletişim içeriğinin belli bir kategoriye yerleştirilecek olan en küçük çözümleme birimidir. Bağlam birimi ise, kayıt biriminin değerlendirildiği, kendi içinde bir bütündür. Kayıt birimi olarak genellikle bir kelime, bir konu, bir iddia, bir madde, bir karakter vb. kullanılır. Bağlam birimi de genellikle önceden belirlenir. Bağlam birimi, kayıt birimini değerlendirmek için kullanılan en geniş bölümdür.

*Kayıt Birimi*

Belli bir kategoriye yerleştirilecek olan içerik parçasıdır. Araştırmacı, daha araştırmanın başında kategorilerin yanı sıra kayıt birimlerini de belirlemek zorundadır. İçerik çözümlemesinde kullanılan kayıt birimleri, aşağıda kısaca açıklanmıştır.

*Bir Tek Kelime Ya da Sembol*: Ayırdedilebilirlik açısından, bir kelimenin kayıt birimi olarak kullanılması, en kolay kayıt birimidir. Kelimenin kayıt birimi olarak kullanıldığı araştırmalara örnek olarak, Mosteller ve Wallace'nın (1964) çalışması incelenebilir. Bu araştırmada 20 federalist makalenin James Madison tarafından mı yoksa Alexander Hamilton tarafından mı yazıldığı sorusuna yanıt aranmıştır. Araştırmacılar önce bu yazarlara ait olduğu bilinen eserlerde, daha önceden saptadıkları 265 kelimenin (bunlar kayıt ya da çözümleme birimleridir) ne sıklıkta kullanıldıklarını belirlemişlerdir. Bu kelimelerin yazarı bilinen eserlerdeki kullanış sıklığı ile, yazarı bilinmeyen 20 federalist makaledeki kullanış sıklığı karşılaştırılmıştır. Bulgular, söz konusu makalelerin Hamilton'a değil, Madison'a ait olduğunu göstermiştir (Aktaran: Crano and Brewer, 1973). Kelime ya da sembolü kayıt birimi olarak kullanan bu tür içerik çözümlemelerinin, bilgisayarların da devreye girmesiyle, güvenirliliğinin arttığı söylenebilir.

*Tema*: Bir konu hakkındaki herhangi bir iddia olarak tanımlanan tema, içerik çözümleme araştırmalarında çeşitli amaçlarla kullanılabilir. Propaganda, değer ve tutumların araştırılmasında temanın kullanılması gereklidir de. Ancak, özellikle zaman açısından ekonomik olmadığı için pek sık kullanılmamaktadır. Kayıt birimi olarak temanın az kullanılmasının başka bir nedeni; kelime, paragraf ya da madde gibi kolayca ayrıştırılabilen (sınırları fiziksel olarak belli) bir birim olmamasıdır. Örneğin: "Kübalı mahkumlara yönelik gizli Sovyet eylemleri, Amerika halkı tarafından hoşgörülmecektir" cümlesi, üç ulus hakkında iddialar içermektedir. Çözümlemeci, temayı kategorilere yerleştirmeden önce, bu cümleyi uygun şekilde parçalara ayırmak zorundadır. Örneğin: (a) Sovyetler Kübayı esir almıştır, (b) Sovyetler, Kübalı esirlere iyi davranmamaktadır, (c) Amerika halkı Sovyetlerin bu tutumunu hoşgörülle karşılamayacaktır, gibi. Bu ise oldukça güç ve daha az nesnel bir yoldur (Holsti, 1968).

*Karakter*: Kitle iletişim araçlarının yayınlarını çözümlemeye kayıt birimi olarak çoğunlukla karakter kullanılmıştır. Bu tür araştırmalarda genellikle film, televizyon, dergi, güldürü ve kitle iletişim araçlarının

diğer ürünlerindeki karakterlerin; etnik, sosyoekonomik, psikolojik ve diğer özellikleri incelenmiştir. Karakter birimi, yazarların kişilikleri hakkında çıkarsamalar yapmak amacıyla, romanlarda ya da dramalarda görünen karakterlerin özelliklerini incelemek için de kullanılmıştır (Holsti, 1968).

*Paragraf, cümle ya da diğer gramatik birimler* : Bu birimleri tek bir kategoride sınıflandırmak güç olduğu için, çok az araştırmada kayıt birimi olarak kullanılmıştır.

*Madde* : Kayıt birimi olarak maddenin kullanılması durumunda; bir makale, bir film, bir kitap ya da bir radyo yayımının bütünü, belli bir kategoriye yerleştirilir. Dolayısıyla da ancak çok kaba bir ayırım yapılabilir. Örneğin; A filmi savaş filmi midir? güldürü filmi midir? gibi. Kayıt birimi olarak madde, eğer materyal sayısı çok ise ve kaba bir ayırım yeterli olacaksa kullanılabilir (Holsti, 1968).

### **Bağlam Birimleri**

Bir kayıt birimini sınıflandırmanın en güvenilir ve geçerli yolu, onu bağlam birimi içerisinde ele almaktır. Örneğin bir makalede "demokrasi" sözcüğünün kaç kez kullanıldığı, demokrasiye yönelik tutumun belirlenmesinde pek işe yaramaz. Bağlam birimi, kayıt biriminin çözümlendiği bir çerçevedir. Bağlam birimi olarak; bir cümle, bir paragraf ya da bir makalenin tümü kullanılabilir. Bağlam biriminin seçiminde, araştırmanın amacı dikkate alınmalıdır.

Bağlam birimi ne çok büyük ne de çok küçük olmalıdır. Bağlam birimi çok küçük olursa, hiç birlikte oluşum (co-occurrence) bulunamaz. Çok büyük olursa da her bir şey başka birşeyle ilişkili imiş gibi görünür (Holsti, 1968).

### **Sayım Sisteminin Belirlenmesi**

Kategori ve kayıt (çözümleme) birimlerinde olduğu gibi, sayma biriminin de önceden belirlenmesi gerekir. Bazen kayıt ve sayma birimi aynı olabilir. Örneğin filmlerde çeşitli meslek temsilcilerinin ne oranda görüldüğü araştırılıyorsa; kayıt birimi olarak karakter, sayma birimi olarak da her bir karakterin mesleği ele alınabilir. Bu durumda kayıt ve sayma birimleri aynıdır. Kayıt ve sayma birimleri aynı olmayabilir de. Örneğin sayma birimi olarak her bir sahne belirlenmiş olabilir. Bu durumda, üç avukatın yer aldığı bir sahne meslek açısından üç kez değil yalnızca bir kez çetelenecektir.

Sayım sisteminin seçimi araştırma sonuçlarını etkileyebilir. Örneğin bir makalede herhangi bir iddia ya da konu hakkındaki lehte ve aleyhte (taraf tarafa ve karşıt) iddiaların çetelesi tutularak, yazarın bu iddiaya *ne derece* taraf tarafa ya da karşıt olduğu saptanabilir. Sayma birimi olarak iddialar değil de makalenin bütünü (madde) taraf tarafa ya da karşıt şeklinde çetelenseydi bu ayırım yapılamazdı.

İçerik çözümlemelerinde değişik sayma birimleri (sistemleri) kullanılabilir. Bunlardan en sık kullanılanları aşağıda tanıtılmıştır.

*Yer ve Zaman* : Gazetelerde yer alan değişik konuların görece önemi belirlemeye yönelik ilk içerik çözümlemesi araştırmalarında sayma birimi olarak *yer* kullanılmıştır (örneğin, bir haber için gazetede ayrılan sütun sayısı gibi). Radyo, film ve TV için bunun karşılığı olarak *zaman* birimi kullanılmaktadır. Örneğin, bir haber için kaç dakikalık süre ayrılmıştır? gibi.

Sayma birimi olarak yer ya da zamanın kullanılması oldukça kullanışlıdır ve güvenilirliği de yüksektir. Ancak, sayma birimi olarak yer ya da zamanın kullanılması kitle iletişim araçlarını betimlemek için uygun olsa da, tutumların ve değerlerin incelenmesinde o kadar uygun olduğu söylenemez (Holsti, 1968).

*Görünüş (Appearance)* : Yer ya da zaman birimini saymanın alternatiflerinden biri, kayıt biriminin bağlam birimi içerisinde görünüm görünmediğine (olup olmadığına) bakmaktır. Kayıt biriminin bağlam birimi içerisinde kaç kez görüldüğü önemli değildir. Bu sayma biriminin iki avantajı vardır: diğerlerine oranla daha kolaydır ve güvenilirliği daha yüksektir. Çünkü çözümlemeci, var ya da yok şeklinde bir ikileme karşı karşıyadır.

*Tekrarlanış Sıklığı* : İçerik çözümlemelerinde en çok kullanılan sayma sistemi, kayıt biriminin tekrarlanış sıklığı (frekans)dır. Örneğin, iki farklı yazarın eserlerinde -iken- bağlacı ne sıklıkta kullanılmıştır? gibi.

Sayma sistemi olarak frekansın kullanılması, iki varsayma dayanır. Bu varsayımların birincisi; frekansın, iletişim metni ile verilmek istenen mesajın belirtisi olduğu varsayımdır. İkinci varsayım ise; her tür kayıt biriminin (kelime, tema, karakter, madde gibi) aynı ağırlıkta olduğudur.

Bu varsayımlar eleştiriye açıktır. Örneğin bir konunun çok sık tekrarlanması ya da frekansının çokluğu ile, bu konunun önemi arasında doğrusal bir ilişki olduğu görüşü eleştirilebilir. Yani, iki konunun frekansları birbirinden farklı olduğu için, birinin diğerinden daha önemli olduğunu söylemek eleştiriye açıktır. Zira bir konunun, örneğin bir gazetenin ön sayfasında yer alması ile arka ya da ara sayfalarında yer alması, frekansından daha önemli olabilir (Holsti, 1968).

**Yoğunluk:** Değerler ve tutumlarla ilgili araştırmalarda yalnızca frekans sayısını kullanmak yeterli değildir. Başka bir deyişle, frekans sayısı ile bir tutumla ilgili geçerli çıkarsamaların yapılabileceği iddia edilemez. Dolayısıyla, değerlerin ve tutumların yoğunluğunu belirlemek için başka yöntemlere gereksinim duyulmuştur.

Yoğunluğu belirlemede kullanılan yaklaşımlardan biri, Thurstone tarafından geliştirilmiş olan “çiftli karşılaştırma” tekniğidir. Bu teknikte hakemler, iki ifadeden birinin doğrusal bir ölçek üzerinde daha olumlu olduğuna karar verir.

Osgood ve arkadaşları tarafından geliştirilen “değerlendirilebilir iddia çözümlenmesi” de, yoğunluğu belirlemede atomik bir yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre yapılması gereken ilk iş, bütün cümleleri belli bir yapıya dönüştürmektir. Daha sonra da her bir cümleyi, yoğunluğuna ve yönüne göre —3 ile + 3 arasında değerlendirmektir. Bu değerlerin toplanmasıyla, her tutum nesnesine yönelik tutumun yönü (olumlu ya da olumsuz) ve yoğunluğu (puanların toplamından elde edilen değer) bulunur (Holsti, 1968).

#### *Örneklem, Geçerlik ve Güvenirlilik*

İçerik çözümlenme araştırmalarının amacı, iletişimin (makale, kitap, dergi, radyo ve televizyon yayınları vb.) niteliklerini sistemli ve nesnel olarak betimlemektir. Bu yolla elde edilecek olan veriler, iletişimde bulunan kişiler hakkında çıkarsamalar yapmak amacıyla kullanılabilir. Her araştırma yönteminde olduğu gibi, içerik çözümlenmesinde de elde edilen verilerin geçerli ve güvenilir olması gerekir. Araştırmacı, örnekleme belirleme aşamasından diğer bütün aşamalara kadar bu noktayı göz önünde bulundurmalıdır.

Geçerlik ve güvenirlikle ilgili olarak söylenmesi gereken ilk şey, örneklemin iyi seçilmesidir. Aksi durumda, örneklemden elde edilen bulgular evrene genellenemez. Örnekleme belirlemede izlenecek aşamalar (iletişim kaynağının, dökümanın ve örnekleme girecek materyalin seçimi) daha önce tartışıldığı için, burada yeniden tartışılmayacaktır. Ancak, örneklem seçiminin araştırmanın geçerlik ve güvenirliliğini etkilediği unutulmamalıdır.

#### *Güvenirlilik*

İçerik çözümlenmesinin nesnel olması gerekir. Başka bir deyişle, farklı gözlemciler aynı materyal üzerinde aynı olguları gözleyebilmelidir.

Bir içerik çözümlemesinin güvenilirlik derecesi, hakemlerin beceri, içgörü ve deneyimlerinin fonksiyonuna (bireysel güvenilirlik) ve kayıt birimlerinin sınıflandırılacağı kategorilerin güvenilirliğine bağlıdır.

*Bireysel Güvenirlik* : Bireysel güvenilirlik, herhangi bir hakem (kodlayıcı) ile diğer hakemlerin yarguları arasındaki uyuşma derecesini yansıtır. Çözümlemeye başlamadan önce araştırmacı bir ön deneme yaparak, grubun yargularından anlamlı derecede sapma gösteren hakemleri belirleyebilir ve bu hakemleri eleyebilir. Bu işlem, her hakem çifti arasındaki uyuşma derecesi veya korelasyonu hesaplanarak yapılabilir. Kategoriler hakkında hakemlere bilgi vererek onları eğitmek de mümkündür. Yapılan araştırmalar, kodlayıcıları eğitmenin, kodlayıcılar arasındaki uyuşma derecesini artırdığını göstermiştir (Holsti, 1968).

*Kategori Güvenirliği* : İçerik çözümlemesinin en önemli aşaması, daha önce de belirtildiği gibi, kategorilerin belirlenmesi ve açık seçik tanımlanmasıdır. Bu şekilde hazırlanmış kategorilerle çalışıldığında, herhangi bir kayıt biriminin hangi kategoriye gireceği hakkında, hakemler arasındaki görüş birliği artacaktır. Hakemler, herşeyden önce kayıt birimlerinin sınırları (birimin nerede başlayıp nerede bittiği) konusunda anlaşabilmelidir. Eğer kayıt birimi olarak bir sembol, bir kelime, bir paragraf ya da bir madde (metnin bütünü) seçilmiş ise, anlaşma daha yüksek olacaktır. Çünkü bu birimlerin kesin fiziksel sınırları vardır. Birim olarak tema (konu) kullanılıyor ise anlaşma daha düşük olacaktır. Çünkü temanın kesinlikle belli olan fiziksel sınırları yoktur. Dahası; pek çok cümle, birden fazla temayı içerir ve bunların sınırlarının kesilmesi çözümlemeyi şüpheye düşürür.

Kategori güvenirliği; kategorinin tanımı, türü ve yapılan ayırımın fonksiyonudur. Kategorileri belirlemek için bir ön çalışma yapılabilir. Bu ön çalışmada, anlaşma düzeyi çok yüksek olan kategoriler belirlenerek, diğer kategoriler dışlanabilir.

Hakemlerin eğitilmesi de kategori güvenirliğini yükseltebilir. Ancak, yapılan araştırmalar en önemli hata kaynağının hakemler değil kategorilerin kendisi olduğunu göstermiştir. Eğer kategoriler açık seçik tanımlanmışsa, eğitilmiş fakat iyi tanımlanmamış kategorilerle çalışan hakemler arasındaki uyuşmadan daha yüksek bir hakemler arası uyuşma olduğu bulunmuştur (Holsti, 1968).

### Geçerlik

Geçerlik, bir ölçme aracının ölçmek istediği niteliği başka niteliklerle karıştırmadan ölçebilmesini ifade eder. Bir araştırmanın geçerliği,

araştırmanın örnekleme ve güvenilirliğine bağlıdır. Tek başına güvenilirlik, geçerli olmayı gerektirmez. Başka bir deyişle, geçerlik için güvenilirlik gerekli fakat yeterli koşul değildir.

Diğer araştırmalarda olduğu gibi, içerik çözümleme araştırmalarında da yüzeysel, yordama, eşdeğer ve yapı geçerliği söz konusudur.

**Yüzeysel Geçerlik :** İçerik çözümlerinde sık sık başvurulan bir yöntemdir. Eğer araştırma salt betimsel bir amaçla yapıyorsa, yüzeysel geçerlik yeterli görülebilir.

**Yordama Geçerliği :** Ortada kanıt olmaksızın olayları tahmin etmeye dayalı bir yöntemdir. Araştırmanın verileri, gelecekteki olayların oluşumunu kestirebilmelidir. Örneğin, Lowenthal'ın (1949) yaptığı araştırmada; Kunt Hamson'un romanlarında gizil faşistlik eğilimleri bulunmuş, Hamson'un daha sonra nazilerle işbirliği yapması bu bulguları doğrulamıştır (Aktaran: Holsti, 1968). Yordama geçerliği daha çok propaganda çözümlerinde kullanılabilir.

**Eşdeğer Geçerlik :** Bir dış ölçütle belirlenir. Yordama geçerliğinden zaman açısından farklıdır. Eğer bir ölçek, iletişim kaynaklarının bilinen özelliklerini ayırt edebiliyorsa, eşdeğer geçerliği vardır. Örneğin, projektif bir test normallerle şizofrenleri ayırıyorsa eşdeğer geçerliği vardır.

**Yapı Geçerliği :** Yapı geçerliği, araştırmanın kuramı ile ilgilidir. Başka bir deyişle, yapı geçerliği yalnızca ölçmenin geçerliği ile değil; ölçmenin temelindeki kuramla ilgili bir geçerliktir.

#### KAYNAKÇA

- Akbaş, M.A. (1985). "The Stereotypic Image of Turkish Politicians in Three National Newspaper" *Master of Science Thesis*, Middle East Technical University, Ankara.
- Bilgin, N. (1988). *İçerik Analizi: İletişim Psikolojisi Yardımcı Ders Notları*, Ege Üniv., Edebiyat Fakültesi, İzmir.
- Crano, W. ve Brewer, M.B. (1973). *Principle of Research in Social Psychology*. McGraw-Hill, Inc.
- Holsti, O.R. (1968). "Content Analysis", *The Handbook of Social Psychology* (Second Edition), Lindzey, G. and Aronson, E. (Eds.), Addison-Wesley Publishing Company, Inc., Vol: 2, 596-692.
- Krech, D.; Crutchfield, S. ve Ballachey, E. (1983). *Cemiyet İcinde Fert*, (Çev: Mümtaz Turhan), Milli Eğitim Basımevi, Bilim ve Kültür Eserleri Dizisi, Cilt: 2, İstanbul.
- Lin, N. (1976). *Foundations of Social Research*, McGraw-Hill, Inc.
- Simon, J.L. (1969). *Basic Research Methods in Social Science: The Art of Empirical Investigation*, Random House, New York.
- Smith, H.W. (1975). *Strategies of Social Research: The Methodological Imagination*, Prentice-Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.
- Stacey, M. (1970). *Methods of Social Research*, Pergamon Press Ltd.