



การวิเคราะห์เนื้อหา

ประวัติและพัฒนาการของการวิเคราะห์เนื้อหา

ยุคแรกของการวิเคราะห์เนื้อหา คือในช่วงก่อนปี ค.ศ. 1930 การวิเคราะห์เนื้อหาได้ทำกันเป็นครั้งแรกโดยนักศึกษาวิชาหนังสือพิมพ์ (ต่อมาทำโดยนักสังคมวิทยา) ของมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย (School of Journalism, Columbia University) เพื่อศึกษาเนื้อหาของหนังสือพิมพ์อเมริกัน ซึ่งจากการศึกษาดังกล่าวทำให้ทราบความสำคัญที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ของหนังสือพิมพ์ที่เป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในขณะนั้น วิธีการวิเคราะห์ได้ใช้การจำแนกกลุ่มหัวข้อเนื้อหาตามที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์เช่น กิจกรรมภายในประเทศ การเมือง แรงงาน อาชญากรรม การหย่าร้าง กีฬา ฯลฯ ความสนใจในยุคแรก ๆ ของนักศึกษาวิชาหนังสือพิมพ์ได้ลดน้อยลง พวกเขาไม่ได้พัฒนาเทคนิคในการวิเคราะห์เนื้อหาที่ใหม่ ๆ ขึ้นมา และการศึกษาหนังสือพิมพ์ส่วนมากจะเป็นนักวิจัยสาขาอื่น ๆ เป็นผู้ทำการศึกษา

ในระยะนี้ได้เกิดความสนใจที่จะวิเคราะห์เนื้อหาล่าขาวรรณคดี โดยวิเคราะห์รูปแบบต่าง ๆ ของร้อยแก้วและร้อยกรองภาษาอังกฤษ เช่น การศึกษาของเชอร์แมน (Sherman) ในปี 1893 ได้ศึกษาโดยจำแนกตามความยาวของประโยค กริยา สันธาน ฯลฯ แต่ยังคงศึกษากันไม่มาก และหลายปีต่อมา ริคเกิร์ต (Rickert) สเปอร์เลียน (Spurgeon) ไมล์ล์ (Miles) และคนอื่น ๆ ก็ได้้นำการวิเคราะห์เนื้อหาไปใช้กับการศึกษาปัญหาในรูปแบบการประพันธ์ (Berelson 1971 : 22)

ระหว่างช่วงปลายของทศวรรษ 1930 การวิเคราะห์เนื้อหาได้เจริญรุดหน้าไปมากจนเรียกได้ว่าเป็นยุคฟื้นฟูของการวิเคราะห์เนื้อหา (The Renaissance of Content Analysis) ซึ่งสิ่งกระตุ้นให้การวิเคราะห์เนื้อหาได้มีการพัฒนาไปมากคือ ผลงานของ

ฮาโรลด์ ดี ลาสเวลล์ (Harold D. Lasswell) และผู้ร่วมงานของเขา รวมทั้งความสนใจในเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อ ความคิดเห็นของสาธารณชนและวิทยุในฐานะสื่อสารมวลชนที่มีความสำคัญมาก ลาสเวลล์ ได้ตั้งแง่คิดต่าง ๆ เกี่ยวกับปัญหาการสื่อสารโดยกำหนดปัญหาใหม่ ๆ กรรมวิธีและหัวข้อเนื้อหาใหม่ ๆ ที่เกี่ยวกับการสื่อสารและทฤษฎีทางการเมือง และได้อธิบายความหมายทางการเมืองไว้ให้ด้วย โครงสร้างทางทฤษฎีของลาสเวลล์เป็นเรื่องเกี่ยวกับค่านิยมทางการเมือง (เช่นรายได้ การผ่อนผัน ความปลอดภัย) รายชื่อสัญลักษณ์ทางการเมืองที่สำคัญ ๆ สำหรับใช้ในการวิเคราะห์การเมืองของโลก (เช่นอิสรภาพ ประชาธิปไตย สิทธิพาสซีลัม สิทธิคอมมิวนิสต์) กลุ่มวิธีการที่ใช้ศึกษาค่านิยมทางการเมือง (เช่นความรุนแรง การให้สินบน การเจรจา การคดโกง) และการตัดสินใจขอบเขตค่านิยมนั้น (การผ่อนผัน, การไล่ออก) ทั้งปัญหาและหัวข้อที่กำหนดนี้เรียกว่า Lasswellian Analysis (Berelson 1971 : 23)

ความสนใจของลาสเวลล์และคนอื่น ๆ ในเรื่องความคิดเห็นของสาธารณชนและการโฆษณาชวนเชื่อ ทำให้เกิดการศึกษาคือการสื่อสารและการวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารขึ้นในช่วงระยะเวลาดังกล่าววิทยุได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง ปอล เอฟ ลาซาร์สเฟลด์ (Paul F. Lazarsfeld) แห่งหน่วยวิจัยสังคมประยุกต์ของมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย (Bureau of Applied Social Research at Columbia University) ได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหารายการวิทยุขึ้น และในช่วงระยะเวลาเดียวกันมีกลุ่มวิชาอื่น ๆ ที่สนใจเรื่องการศึกษาผู้ใหญ่ได้ค้นคว้าหาวิธีต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงวัสดุการอ่านในระดับดังกล่าวโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาในด้านต่าง ๆ ทำให้การวิเคราะห์เนื้อหาได้มีพัฒนาการกว้างขวางยิ่งขึ้น

ในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 หน่วยงานรัฐบาลของสหรัฐอเมริกาหลายแห่ง ซึ่งรับผิดชอบการสื่อสารมวลชนก็ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา เช่น รัฐบาลอเมริกันได้มีการตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารในระหว่างสงครามขึ้น (Experimental Division for the Study of War-Time Communications) ภายใต้คำแนะนำของลาสเวลล์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสำรวจความสนใจของโลกในขณะนั้นด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาจากหนังสือพิมพ์ที่

สำคัญ ๆ อีกโครงการหนึ่งที่คล้ายกันได้รับความช่วยเหลือทางการเงินจากมูลนิธิในการทำวิจัย คือโครงการศึกษาวิจัยการสื่อสารแบบรวมอำนาจ (Research Project on Totalitarian Communication) ซึ่ง เอิร์นสต์ คริส (Ernst Kris) และ ฮันส์ สเปเยอร์ (Hans Speier) แห่งสถาบันวิจัยสังคม (New School for Social Research) ในเมืองนิวยอร์ก (New York City) (Kris and Speier 1944 quoted in Berelson 1971 : 24) เป็นผู้ให้คำแนะนำในการทำวิจัย นอกจากนี้หน่วยสื่อข่าวสงคราม (Media Division of the Office of War Information) ก็ได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อศึกษาปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสงครามจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร รายการวิทยุ ภาพยนตร์ รวมทั้งภาพการ์ตูนต่าง ๆ หน่วยวิเคราะห์การกระจายข่าวต่างประเทศในกรุงวอชิงตัน (Analysis Division of the Foreign Broadcast Intelligence Service) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่เตรียมรายงานรายสัปดาห์ และรายการพิเศษจากต่างประเทศก็ได้ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และแม้แต่ในกระบวนการยุติธรรมก็มีหน่วยงานวิเคราะห์การโฆษณาชวนเชื่อเกี่ยวกับนโยบายสงครามพิเศษของกระทรวงยุติธรรม (Organization and Propaganda Analysis Section of the Special War Policies Unit, Department of Justice) ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาในการสืบสวนเกี่ยวกับการโฆษณาชวนเชื่อทั้งขององค์การและส่วนบุคคลที่อยู่ในข่ายสงสัย

นอกจากนี้ในทางการค้าก็ได้มีการนำการวิเคราะห์เนื้อหามาใช้ "การวิเคราะห์ความคิดเห็นของบรรณาธิการ" ของ ทูฮี (Twohey 1941 quoted in Berelson 1971 : 24) ได้เสนอรายงานปกติและรายงานพิเศษเกี่ยวกับเรื่องราวและเหตุการณ์ต่าง ๆ ในตัวอย่างของหนังสือพิมพ์ของชาติ Fortune Magazine ได้ให้เงินทุนวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์แรงงาน (Labor Press) และได้เสนอรายงานใน Fortune Magazine ฉบับเดือนตุลาคม ค.ศ. 1944 และ General Motors Corporation ได้ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาใน "My Job Content" (Evans and Laseau 1950 quoted in Berelson 1971 : 24)

ในปีต้น ๆ ของทศวรรษ 1940 รายงานระเบียบวิธีและคำวิจารณ์เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา แสดงให้เห็นถึงการเจริญเติบโตเต็มที่ของการวิเคราะห์เนื้อหา คำวิจารณ์การวิเคราะห์เนื้อหาเหล่านี้ไม่เพียงแต่จะพยายามสร้างหลักการที่แน่นอนสำหรับการวิเคราะห์เนื้อหา แต่ยังพยายามที่จะใช้การวิเคราะห์เนื้อหากับสาขาวิชาอื่น ๆ ด้วย (Berelson 1971 : 25)

หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ผลจากการวาดภาพการวิเคราะห์เนื้อหาในงานเขียนของ บีเรลสัน และ ลาซาร์สเฟลด์ (Berelson and Lazarsfeld 1948) และงานของ บีเรลสัน (Berelson 1952) การวิเคราะห์เนื้อหากระจายสู่วิชาต่าง ๆ มากมาย (Krippendorff 1980 : 18) ในปี 1955 คณะกรรมการสภาวิจัยทางสังคมศาสตร์สาขาภาษาคำศัพท์และจิตวิทยา (The Social Science Research Council's Committee on Linguistics and Psychology) ได้จัดให้มีการประชุมเกี่ยวกับเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหา ผู้เข้าร่วมประชุมมาจากสาขาต่าง ๆ เช่น จิตวิทยา รัฐศาสตร์ วรรณคดี ประวัติศาสตร์ มานุษยวิทยา และภาษาคำศัพท์ ผู้เข้าร่วมประชุมได้เสนอข้อคิดเห็นต่าง ๆ และได้ตีพิมพ์ข้อคิดเห็นเหล่านี้ในหนังสือเรื่อง Trends in Contents Analysis ซึ่งมีพูล (Pool 1959) เป็นบรรณาธิการ (Krippendorff 1980 : 19) และในปีเดียวกันนี้เอง บาร์คัส (Barcus 1959) ได้ทำวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอกของมหาวิทยาลัยอิลลินอยส์ เรื่อง Communications Content : Analysis of the Research 1900-1958 (Carney 1972 : 27) โดยได้ศึกษาถึงการวิเคราะห์เนื้อหาในงานวิจัยทางการสื่อสารและได้อ้างถึงหนังสือและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ มากกว่า 1,700 รายการ ซึ่งรวมวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโทประมาณ 500 เรื่องไว้ด้วย จำนวน 3 ใน 4 ของหนังสือที่อ้างถึงเหล่านี้ตีพิมพ์หลังปี ค.ศ. 1940 (Stone 1966 : 23) ต่อมาในปี ค.ศ. 1967 มีการประชุมเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหาเป็นครั้งที่ 2 ซึ่งจัดขึ้นที่มหาวิทยาลัยเพนซิลเวเนีย และจากการประชุมนี้ได้ตีพิมพ์หนังสือขึ้นมาเล่มหนึ่งชื่อว่า Communication Content ในปี 1969 (Carney 1972 : 27-28) การศึกษาที่ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเริ่มที่จะสืบทอดสิ่งอื่น ๆ มากกว่าเนื้อหาของสื่อสาร ยิ่งกว่านั้นจะเริ่มสนใจปัญหาของทฤษฎีและวิธีการที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหามากขึ้น ในสาขาวิชาต่าง ๆ เช่น สังคมวิทยา มานุษยวิทยาสังคม และรัฐศาสตร์ จะมีการใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหามากกว่าสาขาการสื่อสาร แต่การใช้เทคนิคการวิเคราะห์

เนื้อหาในสาขาจิตวิทยาจะมีผลต่อพัฒนาการของการวิเคราะห์เนื้อหามากกว่า (Carney 1972 : 28) ในสาขาจิตวิทยาได้มีการใช้การวิเคราะห์เนื้อหา 3 ประการ ประการแรก คือ การวิเคราะห์บันทึกถ้อยคำเพื่อที่จะค้นลักษณะที่เป็นการกระตุ้นบุคลิกส่วนตัวหรือลักษณะทางจิตใจ การใช้ในลักษณะนี้ได้มีการใช้มาตั้งแต่หนังสือของ ออลพอร์ต (Allport 1942) เกี่ยวกับการใช้เอกสารส่วนตัวและหนังสือของ บาลด์วิน (Baldwin 1942) เรื่อง Personal Structure Analysis ประการที่ 2 คือการใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพที่รวมอยู่ในรูปของการตอบคำถามเปิดและการตอบข้อทดสอบ โดยการพูดและเกี่ยวกับการสร้างแบบทดสอบความถนัด (Thematic Aptitude Test) ประการที่ 3 เกี่ยวกับขบวนการของการสื่อสารซึ่งเนื้อหาเป็นส่วนที่แบ่งแยกออกไม่ได้ตัวอย่างเช่น หนังสือเรื่อง Interaction Process Analysis ของเบลล์ (Bales 1950) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความประพฤติดของคนกลุ่มน้อย ใช้การแลกเปลี่ยนถ้อยคำเป็นข้อมูลซึ่งสามารถตรวจสอบการปฏิบัติของกลุ่มได้ นักมานุษยวิทยาเริ่มใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์เทปนิยาย นิทานพื้นบ้าน และคำพยาน โดยการวิเคราะห์คำในตระกูลเดียวกัน นักประวัติศาสตร์ได้ค้นหาวิธีการที่เป็นระบบเพื่อที่จะวิเคราะห์เอกสารทางประวัติศาสตร์ซึ่งมีจำนวนมากมาย และขึ้นขมการวิเคราะห์เนื้อหาว่าเป็นวิธีการที่เหมาะสม (Krippendorff 1980 : 18)

พัฒนาการที่สำคัญที่สุดของการวิเคราะห์เนื้อหาคือ การนำคอมพิวเตอร์มาใช้ การใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการวิเคราะห์เนื้อหาเป็นครั้งแรกปรากฏในรายงานของ ลีบีโอก และ เซฟส์ (Sebeok and Zeps 1958) โดยใช้การค้นคืนข้อมูลวิเคราะห์นิทานพื้นบ้านของพวกเขา เซอร์เรมิส (Cheremis) ประมาณ 4000 เรื่อง และเอกสารของแรนด์คอร์เพอเรชัน (Rand Corporation) เรื่อง Automatic Content Analysis ซึ่งแต่งโดย เฮย์ส์ (Hays 1960) ได้ทำการสำรวจความเป็นไปได้ที่จะออกแบบระบบคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์เอกสารทางการเมือง สโตน (Stone) และ เบลล์ (Bales) ก็ได้ออกแบบและสร้างโปรแกรมเริ่มแรกของระบบสืบค้นทั่ว ๆ ไป (General Inquirer System) และ สโตน และคนอื่น ๆ (Stone et al 1966) ได้มีการเล่นระบบและการนำไปใช้มากมายตั้งแต่

รัฐศาสตร์ถึงการโฆษณา และตั้งแต่การบำบัดโรคทางจิตถึงการวิเคราะห์วรรณคดี ตั้งแต่บัดนั้นมาก็ได้มีการปรับปรุงระบบการให้รายละเอียดและขยายออกไปมากมาย (Krippendorff 1980 : 19)

จะเห็นได้ว่า การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นการวิจัยที่เริ่มต้นมาจากสาขาวิชาภาษาศาสตร์เป็นส่วนใหญ่ ต่อมานักวิจัยในสาขาอื่น ๆ ก็ได้นำเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาไปใช้กับการวิจัยในสาขาวิชาอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นสาขาวิชาสังคมวิทยา มานุษยวิทยา วรรณคดี ประวัติศาสตร์ รัฐศาสตร์ และภาษาศาสตร์ เป็นต้น ผู้ทำการวิจัยจะประเมินและวิเคราะห์เนื้อหาตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดขึ้น และได้มีการพัฒนาเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาขึ้นมาหลาย ๆ วิธีจนกระทั่งได้มีการนำเครื่องคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการวิเคราะห์ เนื้อหาขึ้น

ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหา

ได้มีผู้ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาไว้มากมายดังนี้คือ

ฟิลิปส์ เจ สโตน และคนอื่น ๆ (Stone and others 1966 : 5) ได้อธิบายความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ว่าเป็นเทคนิคการอนุมานโดยอธิบายถึงลักษณะเฉพาะของเนื้อหาอย่างเป็นระบบ (systematically) และเป็นวัตถุวิสัย (objectively)

ริชาร์ด ดับเบิลยู บูด, โรเบิร์ต เค ทรอพ และ เลวิส โดโนฮิว (Budd, Trop and Donohew 1967 : 2) กล่าวว่า การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นเทคนิคในการวิเคราะห์ข่าวสารและสื่อสิ่งข่าวสารอย่างมีระบบ เป็นเครื่องมือในการดูและวิเคราะห์พฤติกรรมการณ์ติดต่อสื่อสารของผู้สื่อสาร

โอล์ อาร์. โฮลสติ (Holsti 1969 : 3) กล่าวว่า การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นขบวนการถ่ายถอดข้อสนเทศโดยผ่านกฎเกณฑ์ที่เป็นวัตถุวิสัย (objective) และเป็นระบบ (systematic) ไปสู่ข้อมูลซึ่งสามารถสรุปและเปรียบเทียบได้

อิริเอล เดอ โชลลา พุด และ คนอื่น ๆ (Pool and others 1970 : 26) ให้ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาว่า เป็นเทคนิคที่มีจุดมุ่งหมายจะพรรณนาในลักษณะที่เป็น วัตถุประสงค์ (objectively) มีความกระชับ (precision) และมีลักษณะเป็นความจริงทั่ว ๆ ไป (generality) ในหัวข้อเรื่อง สถานที่ และเวลาที่ระบุไว้

เบอร์นาร์ด บีเรลสัน (Berelson 1971 : 18) ได้อธิบายว่า การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นเทคนิคการวิจัยสำหรับพรรณานี้ออกการสื่อสารที่ปรากฏ (manifest) อย่างเป็น วัตถุประสงค์ (objective) เป็นระบบ (systematic) และเป็นปริมาณ (quantitative)

ที เอฟ คาร์นีย์ (Carney 1972 : 25) ได้ให้ความหมายไว้คล้าย ๆ สโตน (Stone) คือการวิเคราะห์เนื้อหาเป็นเทคนิคการอนุมานโดยอธิบายลักษณะ เฉพาะของข่าวสาร อย่างเป็นวัตถุประสงค์ (objectively) และเป็นระบบ (systematically)

เฟรด เอ็น เคอร์ลิงเจอร์ (Kerlinger 1973 : 525) กล่าวว่า การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นวิธีการศึกษาและวิเคราะห์การสื่อสารอย่างเป็นระบบ (systematic) เป็นวัตถุประสงค์ (objective) และเป็นปริมาณ (quantitative) เพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ

ดับเบิลยู อี คลาสัน (Clason 1973 : 114) ให้ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ใน Elsevier's Dictionary of Library Science, Information and Documentation ว่าการวิเคราะห์เนื้อหาเป็นเทคนิคการวิจัยอย่างหนึ่ง ใช้สำหรับการพรรณานี้ออกการสื่อสารที่ปรากฏ (manifest) อย่างเป็นวัตถุประสงค์ (objective) เป็นระบบ (systematic) และเป็นปริมาณ (quantitative)

แดเนียลสัน (Danielson in Nafziger and White eds. 1963 : 181) และ สเตมเพล (Stempel in Stempel and Westley eds. 1981 : 120-121) ได้นำคำสำคัญ ๆ ของการวิเคราะห์เนื้อหาคือคำว่าวัตถุประสงค์ (objective) เป็นระบบ (systematic) เป็นปริมาณ (quantitative) และที่ปรากฏชัด (manifest) มาอธิบาย ดังนี้คือ

วัตถุประสงค์ (Objective) หมายถึง กลุ่มที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาที่อาจอธิบายอย่างกระชับ ซึ่งคนต่างกลุ่มกันสามารถวิเคราะห์เนื้อหาประเภทเดียวกันได้โดยใช้คำจำกัดความเหล่านั้นและได้ผลออกมาเหมือนกัน ถ้าการวิเคราะห์เป็นแบบอัตวิสัย (subjective) แทนที่จะเป็นแบบวัตถุประสงค์ (objective) แต่ละคนก็จะมี การวิเคราะห์เนื้อหาของเขาเอง ดังนั้นวิธีการที่เป็นวัตถุประสงค์ (objective) ผลที่ได้จะขึ้นอยู่กับระเบียบการวิจัยขึ้นอยู่กับผู้วิเคราะห์

เป็นระบบ (Systematic) หมายถึง การคัดเลือกเนื้อหาที่จะทำการวิเคราะห์ จำเป็นต้องไม่มีอคติ ไม่มีการกะเกณฑ์ล่วงหน้าหรืออีกนัยหนึ่งผู้วิเคราะห์ไม่สามารถเลือกที่จะตรวจสอบเฉพาะบางประการในเนื้อหาที่เหมาะสม หรือสอดคล้องกับสมมติฐานโดยไม่สนใจประเด็นอื่น ๆ ความหมายของการเป็นระบบนี้ทำให้เห็นชัดว่าการวิเคราะห์เนื้อหาไม่ใช่เรื่องของ การโต้แย้งในข้อมูลที่มีอคติ แต่เป็นเรื่องของการพิสูจน์เฉพาะจุดหรือวิธีการที่เป็นระบบ (systematic) ประการแรก หมายถึง การนำระเบียบการชุดเดียวกันมาใช้กับเนื้อหาทั้งหมดที่นำมาวิเคราะห์ ประการที่ 2 หมายถึง การกำหนดกลุ่มที่จะใช้ในการวิเคราะห์ (categories) เพื่อว่าเนื้อหาที่อยู่ในประเด็นทั้งหมดจะได้รับการวิเคราะห์ ประการสุดท้าย หมายถึง การวิเคราะห์ได้รับการออกแบบเพื่อเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการวิจัย

เป็นปริมาณ (Quantitative) หมายถึง การเสนอผลของการวิเคราะห์ในรูปแบบของตัวเลขเป็นการกระจายความถี่ (frequency distribution) ตารางแบบสองคูณสอง (contingency tables) สหสัมพันธ์ (correlation coefficients) อัตราส่วน (ratio) และจำนวนร้อยละ (percentages) ในรูปแบบต่าง ๆ การเสนอด้วยวิธีนี้ช่วยให้เห็นได้ชัดว่าส่วนใดถูกต้อง หรือผิดพลาดโดยอาศัยภาษาทางคณิตศาสตร์เข้าช่วย

ที่ปรากฏชัด (Manifest) หมายถึง การวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงปกติและธรรมดา เนื้อหาจะต้องได้รับการลงรหัสในขณะปรากฏ

สรุปแล้วปรากฏว่า คำจำกัดความเกี่ยวกับความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาที่แต่ละท่านเห็นพ้องต้องกันคือ การวิเคราะห์เนื้อหาจะต้องเป็นวิธีการที่เป็นระบบ (systematic) เป็นวัตถุวิสัย (objective) เป็นเชิงปริมาณ (quantitative) และจะต้องปรากฏชัด (manifest) นอกจากนี้บางท่านยังเห็นว่าจะต้องกระชับ (precesion) และมีลักษณะเป็นความจริงทั่ว ๆ ไป (generality)

วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์เนื้อหา

เบอร์นาร์ด บีเรลสัน (Berelson 1971 : 18) กล่าวว่า การวิเคราะห์เนื้อหา มักจะทำเพื่อเปิดเผยความมุ่งหมาย แรงสูงใจ และลักษณะอื่น ๆ ของผู้สื่อสารตามที่ "สะท้อน" อยู่ในเนื้อหาหรือเพื่อที่จะบ่งบอกผลของเนื้อหาที่มีต่อความสนใจ ทศนคติ หรือการกระทำของผู้อ่านและผู้ฟัง

ส่วน คลาอัส คริปเพนดอร์ฟ (Krippendorff 1980 : 21) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์เนื้อหาก็คือเพื่อให้ความรู้และให้มองเห็นปัญหาใหม่ ๆ แสดงข้อเท็จจริง และนำไปสู่การปฏิบัติที่ใช้การได้อย่างจริงจัง

ปัจจุบันมีผู้วิเคราะห์สื่อสารมวลชนต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือสาขาวิชาต่าง ๆ วิทยานิพนธ์ หลักสูตรการเรียนการสอน บทความในวารสาร รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ฯลฯ อาจมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาในเชิงปริมาณของเนื้อหาสาระต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในสื่อสารมวลชนนั้นก็ได้ (บุญทา วิศว์ไพศาล 2525 : 9)

จอห์น ดับเบิลยู. เบสท์ (Best 1978 : 129-130) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ทั้งหมด 7 ประการคือ

1. เพื่อพรรณนาการปฏิบัติต่าง ๆ หรืออธิบายสภาพของเนื้อหา
2. เพื่อศึกษาความสำคัญหรือความสนใจที่เกี่ยวกับเรื่อง หรือปัญหาเฉพาะ

3. เพื่อศึกษาระดับความยากง่ายของการเล่นเนื้อหาในตำราเรียน หนังสือพิมพ์อื่น ๆ
4. เพื่อประเมินอคติ หรือการโฆษณาชวนเชื่อของการเล่นเนื้อหา
5. เพื่อวิเคราะห์ความผิดพลาดแบบต่าง ๆ ในงานของนักศึกษา
6. เพื่อวิเคราะห์การใช้สัญลักษณ์ที่แสดงถึงบุคคล พรรคการเมือง หรือสถาบัน ประเทศ หรือความคิดเห็นต่าง ๆ
7. เพื่อศึกษารูปแบบของวรรณกรรม แนวความคิด หรือความเชื่อของนักเขียน

ประเภทของการวิเคราะห์เนื้อหา p

โดยที่ถือว่าวิชาการหนังสือพิมพ์ หรือการสื่อสารมวลชน เป็นแหล่งกำเนิดของเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Krippendorff 1980 : 34) เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาในสาขาสื่อสารมวลชนจะแปรเปลี่ยนไปตามจุดมุ่งหมายและตามสื่อ (Day 1968 : 88-89) วิธีการที่จะบรรยายถึงพฤติกรรมการสื่อสารจะต้องตอบปัญหาเหล่านี้คือ ใคร (who) พูดอะไร (say what) ด้วยวิธีใด (in what channel) กับใคร (to whom) มีผลอะไร (with what effect ?) (Lasswell in Schramm ed. 1960 : 117) การวิเคราะห์เนื้อหาสามารถวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมของการสื่อสารดังกล่าว เบอร์นาร์ด บีเรลสัน (Berelson 1971 : 29-108) ได้เสนอการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ 17 รูปแบบด้วยกัน คือ

1. ศึกษาแนวโน้มของเนื้อหาการสื่อสาร

การศึกษาแนวโน้มของเนื้อหาการสื่อสาร จะสะท้อนเรื่องในประวัติศาสตร์ให้ผู้ศึกษาเข้าใจความเป็นไปในปัจจุบัน การศึกษาแนวโน้มส่วนมากจะใช้วิธีจำแนกเนื้อหาออกเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ และจัดเนื้อหาลงกลุ่มตามความถี่หรือจำนวนครั้งที่เกิด

2. ศึกษาพัฒนาการของวิชาความรู้

การวิเคราะห์เนื้อหาวรรณกรรมสาขาวิชาต่าง ๆ ไม่เพียงแต่จะอธิบายพัฒนาการของสาขาวิชาใดวิชาหนึ่งเท่านั้น แต่จะสะท้อนให้เห็นขอบเขตและลักษณะของเนื้อหาหรือเรื่อง

กำลังศึกษาในแต่ละช่วงเวลา นอกจากนี้ยังสามารถวัดอัตราการเจริญเติบโตของสาขาวิชาต่าง ๆ ได้

3. ศึกษาความแตกต่างของเนื้อหาการสื่อสารในประเทศต่าง ๆ

การวิเคราะห์ที่เป็นระบบสามารถทำให้เห็นถึงความแตกต่างกันของการติดต่อสื่อสารในประเทศต่าง ๆ การวิเคราะห์เนื้อหาโดยการเปรียบเทียบจะช่วยตอบคำถามได้ว่าประเทศต่าง ๆ เล่นอเรื่องเดียวกันเหมือนหรือต่างกันอย่างไรและจะทำให้เห็นถึงความสนใจที่แตกต่างกันของผู้รับสารในแต่ละประเทศ

4. ศึกษาเปรียบเทียบสื่อและระดับของการสื่อสาร

การเปรียบเทียบวิเคราะห์เนื้อหาสาระในสื่อประเภทต่าง ๆ มีความสำคัญมาก เพราะในหัวข้อเรื่องเดียวกันผู้รับสารแต่ละกลุ่มจะสนใจรับสื่อประเภทต่าง ๆ และในระดับที่แตกต่างกัน ฉะนั้น การวิเคราะห์เช่นนี้จะสามารถอธิบายถึงระดับ และความแตกต่างของเนื้อหาที่สื่อแต่ละประเภทเล่นอ

5. ตรวจสอบเนื้อหาการสื่อสารกับวัตถุประสงค์

การสื่อสารมักจะมีวัตถุประสงค์ เนื้อหาสาระจะมีคุณภาพเพียงใดจะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ที่ผู้สื่อสารได้กำหนดไว้ ดังนั้น การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์จะช่วยในการปรับปรุงเนื้อหาของการสื่อสารให้มีการเน้นหรือเล่นอสารให้ถูกต้องตรงกับวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

6. สร้างและใช้มาตรฐานการสื่อสาร

การวิเคราะห์เนื้อหา สามารถที่จะอธิบายการสื่อสารได้แต่ไม่สามารถประเมินคุณค่าการสื่อสารได้ การประเมินคุณค่าจะต้องเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่กำหนดไว้ ซึ่งสามารถทำได้ 3 วิธีคือ

1. การประเมินค่าการกระทำกับมาตรฐานที่กำหนดขึ้นก่อนว่าเป็น "ความล้มเหลว" หรือ "ความมุ่งหมายของสังคม"
2. การประเมินค่าการกระทำโดยเปรียบเทียบเนื้อหาในกลุ่มหนึ่งกับอีกกลุ่มหนึ่ง (มาตรฐานภายใน)
3. การประเมินค่าการกระทำ โดยเปรียบเทียบเนื้อหากับแหล่งที่ไม่ใช่เนื้อหา (มาตรฐานภายนอก)

วิธีการที่กล่าวมาทั้ง 3 วิธีนี้ จะต้องเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่กำหนดขึ้น โดยบุคคลอื่นก่อน เมื่อได้กำหนดลักษณะของมาตรฐานไว้อย่างชัดเจนแล้ว ก็สามารถใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา วัดกับขอบเขตมาตรฐานเฉพาะนั้นได้

7. ใช้การวิเคราะห์เนื้อหากับการวิจัย

การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นขั้นหนึ่งของการทำวิจัย ท้าหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัย ดังนี้คือ

1. ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งได้แก่ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจหรือวิธีการทดลอง การสัมภาษณ์ การสังเกต หรือจากคำถามเปิด ซึ่งผู้ตอบสามารถตอบได้หลายแนว ดังนั้นผู้วิจัยจะได้คำตอบยาว ๆ กระจัดกระจายทำให้เกิดปัญหาในการวิเคราะห์คำตอบที่ได้ สิ่งที่ผู้วิจัยจะทำได้คือ จัดข้อมูลเป็นกลุ่ม หรือประเภทต่าง ๆ เพื่อความสะดวกในการจัดตารางวิเคราะห์และหาข้อสรุปต่อไป

2. ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อทำให้ระเบียบวิธีการสมเหตุสมผล
3. ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อบอกลักษณะแนวความคิดกว้าง ๆ ของสังคมศาสตร์

8. เปิดเผยเทคนิคการโฆษณาชวนเชื่อ

การวิเคราะห์เนื้อหาสามารถใช้วิเคราะห์เทคนิคการโฆษณาชวนเชื่อที่ปรากฏอยู่ในสาระการวิเคราะห์ "เทคนิคการโฆษณาชวนเชื่อ" อาจจะมีรูปแบบมากมายและใช้ข้อมูลเป็นกลุ่มหรือประเภทต่าง ๆ ไม่จำกัดอยู่เฉพาะส่วนประกอบทางอารมณ์ หรือ "กลวิธีทางการค้า" เนื่องจากการโฆษณาชวนเชื่อที่ได้ผลอาจจะมีมาก ดังนั้นจึงต้องออกแบบการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อบ่งชี้ลักษณะอิทธิพลที่มีอยู่ในการโฆษณาชวนเชื่อ

9. วัดความน่าอ่านของสื่อ

การวิเคราะห์ความน่าอ่านของวัสดุสิ่งตีพิมพ์ เช่น ตำราเรียน หรือหนังสือ ดีกว่าใช้ขนาดตัวอักษร การเว้นวรรค สีสรร ตลอดจนการใช้คำว่าเป็นคำยาก คำง่าย การวิเคราะห์ความยาวของประโยค คำผสม ฯลฯ ว่าส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคในการอ่านอย่างไรเป็นการ วิเคราะห์ที่นิยมกันมากในหมู่นักการศึกษา การวิเคราะห์เช่นนี้จะมีประโยชน์ต่อการผลิตและเลือกหนังสือที่เหมาะสมได้

10. ศึกษาวิธีการเล่นนอสาระ

การวิเคราะห์วิธีการเล่นนอสาระเป็นการวิเคราะห์ลักษณะการเขียน การพูด ในเชิงคุณภาพ เช่น การวิเคราะห์ความสละสลวยของภาษาที่ใช้ในการเขียน ในวรรคคดี หรือในการพูด เพื่อดูลักษณะรูปแบบการเขียนโคลงกลอนที่แตกต่างกัน ดูลักษณะการเขียนที่แตกต่างกันของผู้แต่งแต่ละคน ดูลักษณะการเขียนในแต่ละสมัยว่าเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร และดูว่าผลงานนั้น ๆ เกิดขึ้นสมัยใดและเขียนโดยใคร เป็นต้น

11. ศึกษาความตั้งใจและลักษณะอื่น ๆ ของผู้สื่อสาร

เหตุผลพื้นฐานของการใช้การวิเคราะห์เนื้อหาวิธีนี้คือ เมื่อเนื้อหา มีลักษณะ เช่นนั้น ผู้สื่อสารก็จะมี ความตั้งใจ เช่นนั้น ดังนั้นการวิเคราะห์เนื้อหาวิธีนี้จะเป็นการวิเคราะห์

เนื้อหาเพื่อศึกษาว่าการที่ผู้เขียนเสนอเนื้อหาเช่นนั้น เพราะมีความตั้งใจอะไร สภาพทางวัฒนธรรม หรือแรงกระตุ้นอะไรที่เป็นสาเหตุของการเสนอสาระเช่นนั้น

12. ศึกษาสภาพทางจิตวิทยาของผู้ส่งสาร

เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อศึกษาถึงบุคลิกภาพ หรือสภาพทางจิตของผู้ส่งสาร ได้มีการใช้วิธีการเชิงปริมาณวิเคราะห์เอกสารทางจิตวิทยาจากการทบทวนวรรณกรรมในสาขานี้ พบว่าได้มีการศึกษาโครงสร้างของบุคลิกภาพ โดยศึกษาจากเอกสารส่วนบุคคล ระเบียบวิธีนี้ไม่จำกัดเฉพาะการวิเคราะห์เอกสารส่วนบุคคลเท่านั้น แต่ได้ใช้กับเอกสารที่เป็นอัตชีวประวัติด้วย

13. ศึกษาว่าผู้เขียนล่อลวงการโฆษณาชวนเชื่อไว้หรือไม่

การวิเคราะห์เนื้อหาประเภทนี้ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เปรียบเทียบเนื้อหาที่ศึกษากับเนื้อหาอื่นที่มีลักษณะของการโฆษณาชวนเชื่อ หรือเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้

14. คาดหมายพฤติกรรมของผู้ส่งสาร

การวิเคราะห์เนื้อหาประเภทนี้ ส่วนมากจะเป็นเรื่องการเมือง และการทหาร ในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้มีการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อใช้ทำนายหรือคาดการณ์พฤติกรรมของฝ่ายตรงข้าม เช่น จากเอกสารสำคัญที่ปรากฏ ประชากรในประเทศฝ่ายตรงข้ามมีปฏิกริยา มีขวัญ หรือมีความเคลื่อนไหวทางทหารอย่างไรบ้าง

15. สะท้อนทัศนคติ ความสนใจ และคุณค่าซึ่งเป็นสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมของประชากรกลุ่มต่าง ๆ

การวิเคราะห์เนื้อหาประเภทนี้ เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อดูว่ามนุษย์ในแต่ละสมัยสนใจเรื่องอะไร ตลอดจนวิเคราะห์เพื่อดูความเปลี่ยนแปลงของรูปแบบวัฒนธรรม และสภาพทางสังคม โดยผู้วิจัยจะใช้วิธีการทางอ้อม คือการวิเคราะห์เนื้อหาที่สะท้อนในสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสาร และ ภาพยนตร์ เป็นต้น

16. ศึกษาความตั้งใจของผู้รับสาร

การวิเคราะห์เนื้อหาสามารถช่วยให้ศึกษาถึงความสนใจ และความตั้งใจของผู้รับสารได้ ผู้วิจัยสามารถใช้การวิเคราะห์เนื้อหา อธิบายความสนใจของผู้รับสารกลุ่มต่าง ๆ ที่มีต่อเรื่องต่าง ๆ กัน เช่น การวิเคราะห์ความสนใจที่มีต่อการเมือง ความสนใจที่มีต่อการอ่าน หรือ ฟังนวนิยาย และเรื่องสั้น เป็นต้น การที่ผู้รับสารจะเลือกอ่านหรือเลือกฟังอะไร หมายความว่า เขาจะต้องมีความตั้งใจที่จะรับสารนั้น

17. ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร

การวิเคราะห์เนื้อหาประเภทนี้ จะศึกษาผลของการสื่อสารในอดีตที่มีต่อบุคคล กลุ่ม สถาบัน สังคม ผลนั้นอาจจะเป็นผลในระยะสั้นหรือระยะยาว เป็นผลที่กระตุ้นหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรม ความรู้ ความคิดเห็น ฯลฯ การศึกษาเช่นนี้สามารถทำได้โดยการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยตรง

การวิเคราะห์เนื้อหาตามแนวความคิดของ เบอรัลสัน บีเรลสัน (Bernard Berelson) นี้ ประเภทที่ 1 ถึงประเภทที่ 7 เป็นการวิเคราะห์ลักษณะของเนื้อหาทางด้านสาระและประเภทที่ 8 ถึงประเภทที่ 10 เป็นการวิเคราะห์ลักษณะหรือรูปแบบของเนื้อหา ประเภทที่ 11 ถึง ประเภทที่ 14 เป็นการศึกษาค้นคว้าผลงานสื่อสาร ประเภทที่ 15 เป็นการศึกษารับสาร ประเภทที่ 16 ถึงประเภทที่ 17 เป็นการวิเคราะห์ผลของเนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหาของงานสื่อสารที่ไม่เกี่ยวข้องกับคำพูดหรือตัวหนังสือ

การสื่อสารทั้งหมดไม่จำเป็นต้องเป็นคำพูด หรือตัวหนังสือ และการวิเคราะห์เนื้อหาทั้งหมดก็ได้จำกัดอยู่เฉพาะงานสื่อสารที่เป็นคำพูด หรือตัวหนังสือเท่านั้น ผู้วิจัยสามารถใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณวิเคราะห์งานสื่อสารในรูปแบบที่ไม่ใช่คำพูดหรือตัวหนังสือได้ เช่น ภาพวาด ปฏิมากรรม ภาพเขียน การเต้น แผนที่ ทำทาง เสียง และ ดนตรี เป็นต้น (Berelson 1971 : 108-109)

ปัญหาสำคัญในการวิเคราะห์เนื้อหา

ปัญหาที่สำคัญในการวิเคราะห์เนื้อหาพอสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้คือ

1. การสุ่มตัวอย่าง (Sampling)

การสุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์เนื้อหา ไม่แตกต่างจากการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงสำรวจ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือจะต้องให้แน่ใจว่าตัวอย่างนั้นจะเป็นตัวอย่างประชากรที่แท้จริง ในการสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์เนื้อหาจะต้องพิจารณาถึงช่วงเวลาในการสุ่มตัวอย่าง เช่นเดียวกับพิจารณาถึงสื่อ (media) นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาถึงการสุ่มตัวอย่างที่เป็นชั้น (stratified sampling) และการสุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) เพราะว่าจะมีประโยชน์ในบางกรณี (Stampel in Stampel 1981 : 124) ปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นในการสุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้กับการวิเคราะห์เนื้อหาคือ ทัศนคติของกลุ่มคำ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ยากที่สุดในการสุ่มตัวอย่าง (Danielson in Nafziger and White eds. 1963 : 184)

2. การสร้างกลุ่มที่ใช้ในการวิเคราะห์ (Category Construction)

กลุ่มที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ หัวข้อวิชา (subject matter) ทิศทาง (direction) มาตรฐาน (standard) คุณค่า (values) วิธี (methods) รูปแบบหรือประเภทของงานสื่อสาร (form or type of communication) รูปแบบของข้อความ (form of statement) และกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ (intensity) เป็นต้น (Berelson 1971 : 149-161)

หัวข้อวิชา (subject matter) อาจจะเป็นกลุ่มที่ใช้กันมากที่สุดในการวิเคราะห์เนื้อหา หัวข้อวิชาปกติจะปรากฏชัดเจนในตัวเนื้อหากการสื่อสารจึงวิเคราะห์ได้ง่าย กลุ่มหัวข้อวิชาจะใช้มากโดยเฉพาะใช้ศึกษาแนวโน้มของเนื้อหาในสื่อต่าง ๆ โดยวิเคราะห์ในเวลาที่แตกต่างกัน

ทิศทาง (direction) เป็นกลุ่มที่อ้างถึงแนวทางเนื้อหาว่าสนับสนุนหรือขัดแย้ง หรือเป็นกลาง โดยพื้นฐานจะถามว่าการสื่อสารสนับสนุนหรือคัดค้านหรือเป็นกลางต่อเรื่องใด เรื่องหนึ่ง การวิเคราะห์เนื้อหาตามหัวข้อวิชาจะรายงานว่าเนื้อหานั้นเกี่ยวกับหัวข้อวิชานั้น ๆ ที่เปอร์เซ็นต์และการวิเคราะห์เนื้อหาตามทิศทางจะรายงานว่าเนื้อหานั้นมีที่เปอร์เซ็นต์ที่สนับสนุน ที่เปอร์เซ็นต์ที่คัดค้าน ที่เปอร์เซ็นต์ที่เป็นกลาง

มาตรฐาน (standard) เป็นการวิเคราะห์ตามหัวข้อย่อยที่กำหนดไว้ในมาตรฐาน

คุณค่า (values) บางครั้งเรียกว่า "เป้าหมาย" (goals) และ "ความต้องการ" (wants) กลุ่มนี้มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับมาตรฐาน มักใช้ในการวิเคราะห์ทำนาย วิเคราะห์ ตัวละครโดยวิเคราะห์ตามคุณค่าต่าง ๆ เช่น เงิน ความรัก ฐานะทางสังคม ความก้าวหน้า ทางอาชีพ สุขภาพ ฯลฯ

วิธี (methods) ขณะที่คุณค่าจะเกี่ยวข้องกับผลของการกระทำ แต่วิธีจะเกี่ยวกับ วิธีการที่ใช้เพื่อให้ทราบผลของการกระทำ กลุ่มนี้บางทีเรียกว่า "การกระทำ" (actions) และใช้กับวัสดุสิ่งพิมพ์ทางการเมืองเท่านั้น

รูปแบบหรือประเภทของงานสื่อสาร (form or type of communication) จะเกี่ยวกับความแตกต่างของรูปแบบต่าง ๆ เช่น การวิเคราะห์แนวโน้มการผลิตหนังสือ ซึ่งมีความแตกต่างกันระหว่างหนังสือนวนิยาย และสารคดี การศึกษาวารสารอาจแยกเป็นกลุ่ม บทความ คอลัมน์ และจดหมายจากผู้อ่าน เป็นต้น

รูปแบบของข้อความ (form of statement) กลุ่มนี้ใช้วิเคราะห์รูปแบบทาง ไวยากรณ์ หรือทางวากยสัมพันธ์ โดยวิเคราะห์ทีละประโยค เช่น กลุ่มคำขู่ คำชม คำวิจารณ์ และ คำเสนอให้การช่วยเหลือ เป็นต้น

กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรง (intensity) นักวิเคราะห์จะสนใจวัดความรู้สึกที่เนื้อหาของงานสื่อสารก่อให้เกิดโดยใช้วิธีการจัดทำรายชื่อบทที่แสดงอารมณ์ที่จะใช้วิเคราะห์กับเนื้อหาที่มีอยู่ และจะวิเคราะห์ความถี่ของคำเหล่านี้ต่อหน่วยของเนื้อหา

ระบบกลุ่มที่ได้รับการพัฒนาจากนักวิจัยอื่น ๆ อาจจะไม่เหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ มีข้อได้เปรียบหลายประการที่นำระบบกลุ่มที่เคยใช้ในการศึกษาอื่น ๆ มาใช้ คือ เรารู้ว่าเป็นระบบที่ใช้การได้ โดยดูจากผลของการศึกษาที่ได้ใช้ระบบนั้น เราจะได้ความคิดบางอย่างที่เหมือนกัน และจะลดความหวังใยในเรื่องความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือ เราอาจจะต้องสร้างกลุ่มที่จะใช้ในการวิเคราะห์เอง เมื่อไม่มีระบบใดที่จะตรงกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาของเรา

การสร้างกลุ่มที่จะใช้ในการวิเคราะห์ ควรคำนึงถึงเรื่องต่อไปนี้คือ (Stempel in Stempel 1981 : 123)

1. กลุ่มที่ใช้ในการวิเคราะห์จะต้องตรงกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา
2. กลุ่มที่ใช้ในการวิเคราะห์ต้องใช้งานได้
3. ระบบของกลุ่มที่ใช้ในการวิเคราะห์ต้องควบคุมง่าย

แนวคิดทั้ง 3 ข้อนี้จะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

การทดสอบที่ง่ายที่สุดว่า กลุ่มที่ใช้ในการวิเคราะห์ตรงกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาหรือไม่ จะดูได้จากข้อมูลที่ได้จะตอบคำถามการวิจัยหรือเปิดโอกาสให้ทดสอบสมมติฐานในหลายกรณี

กลุ่มที่ใช้ในการวิเคราะห์ต้องใช้งานได้ จะสรุปว่าการศึกษานี้อาจตั้งใจที่จะพูดบางสิ่งบางอย่างเกี่ยวกับขบวนการสื่อสารและการตัดสินใจภายในขบวนการนั้น

การทำให้ระบบของกลุ่มที่ใช้ในการวิเคราะห์ควบคุมง่าย ส่วนมากเป็นเรื่องของการจำกัดจำนวนของกลุ่มที่ใช้ในการวิเคราะห์ เมื่อผู้ให้รหัสคุ้นเคยกับชุดของกลุ่มที่ใช้ในการวิเคราะห์ก็จะสามารถทำการวิเคราะห์โดยไม่ต้องย้อนกลับไปดูรายชื่อและคำนิยาม

3. การเลือกหน่วยการวิเคราะห์ (Selection of the Unit of Analysis)

ก่อนที่จะทำการวิเคราะห์เนื้อหาควรได้มีการกำหนดหน่วยการวิเคราะห์ก่อน หน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่สำคัญมี 5 หน่วยคือ คำ (words) ประโยค (theme) ตัวละคร (character) รายการ (items) และการวัดเนื้อที่และเวลา (space and time measures) (Berelson 1971 : 137-146)

คำ (words) เป็นหน่วยการวิเคราะห์ที่เล็กที่สุด หน่วยนี้อาจจะเป็นการศึกษา คำแต่ละคำ หรือคำวลี ซึ่งสามารถใช้ได้ดังนี้คือ

ก. วิเคราะห์สัญลักษณ์ทางการเมือง สัญลักษณ์ที่สำคัญ ๆ ได้แก่ อีลีกราฟ เสิร์ภาพ การปกครองตามรัฐธรรมนูญ ฟาสซิสต์ สังคมนิยม คอมมิวนิสต์ ฯลฯ การวิเคราะห์จะแสดงความถี่ที่สัญลักษณ์เหล่านี้ปรากฏ

ข. วิเคราะห์รูปแบบทางวรรณคดี เช่น ศึกษาคำสำคัญ ๆ ที่กวีอังกฤษ ใช้กัน เป็นต้น

ค. ศึกษาความน่าอ่านของสื่อ เพื่อดูความยากและง่ายของสื่อที่สามารถอ่าน และเข้าใจได้ การศึกษา แบบนี้จะสร้างเกณฑ์ความน่าอ่านของสื่อบนพื้นฐานของการอ้างอิง ส่วนบุคคล วลีที่เป็นบุพพท คำยากต่าง ๆ เป็นต้น

ประโยค (theme) เป็นประโยคธรรมดา ประโยคเป็นการเข้าใจถึงเนื้อหา ดังนั้น ประโยคโดยปกติจะเป็นประโยคที่สรุปและสังเขป ลักษณะเฉพาะของประโยคในเชิง วิเคราะห์จะขึ้นอยู่กับเนื้อหาและปัญหานั้น ๆ แต่สามารถเห็นได้ชัดเจนโดยดูจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

ตัวละคร (character) ตัวละครในนวนิยาย หรือในประวัติคำสตรเป็นหน่วย ที่เหมาะที่จะวิเคราะห์นวนิยาย ละคร ชิวประวัติ โดยเฉพาะในกรณีที่เนื้อหานั้นเกี่ยวกับ บุคคล ผู้วิจัยจะต้องอ่านเรื่องราวหรือบทความทั้งหมดก่อนที่จะตัดสินใจให้รหัส เพราะว่าเรื่องราว ทั้งหมดจะให้พื้นฐานการแบ่งแยกตามลักษณะการศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจ คำสนทนา เม่าพันธุ์ เชื้อชาติ เป็นต้น

รายการ (items) หมายถึง ผลงานสื่อสารทั้งรายการ เป็นหน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์มากที่สุด รายการ (item) อาจแตกต่างกันตามสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น รายการอาจจะเป็นหนังสือ บทความวารสาร หรือเรื่องในนิตยสาร ปาฐกถา รายการทางวิทยุ จดหมาย ข่าว บทความวารสาร เป็นต้น หน่วยนี้จะจัดหมวดหมู่อย่างกว้าง ๆ การวิเคราะห์โดยใช้งานสื่อสารทั้งรายการนี้เหมาะสำหรับงานที่มีความแตกต่างภายในน้อยหรือไม่ใช่จุดที่สำคัญ เช่น ข่าว สามารถติดตามเนื้อหา เช่น ข่าวการเมืองภายในประเทศ ข่าวต่างประเทศ ข่าวอาชญากรรม ข่าวแรงงาน เป็นต้น แต่ถ้าใส่หัวข้อเนื้อหาที่ละเอียดจะทำให้มีความแตกต่างภายในงานสื่อสาร การใช้รายการ (item) เป็นหน่วยการวิเคราะห์อาจจะไม่เหมาะสม

การวัดเนื้อที่และเวลา (space and time measures) เป็นการวิเคราะห์การเน้นเนื้อหาจากลักษณะภายนอกของงานสื่อสาร เช่น ความกว้างของคอลัมน์ จำนวนหน้า หรือความยาวของบรรทัด หรือเนื้อความในแต่ละย่อหน้า อาจวัดเป็นนาที สำหรับภาพยนตร์หรือรายการวิทยุ และวัดเป็นฟุต สำหรับความยาวของฟิล์ม

การพิจารณาเลือกหน่วยที่จะใช้ในการวิเคราะห์ จะต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนั้น การตัดสินใจใช้หน่วยการวิเคราะห์ใดขั้นแรกจะต้องพิจารณาว่าข้อมูลอะไรที่เป็นที่ต้องการสำหรับจุดมุ่งหมายของการศึกษา (Stempel in Stempel 1981 : 122)

การวิเคราะห์เนื้อหาสามารถใช้หน่วยการวิเคราะห์หลาย ๆ ประเภทรวมกันตามความเหมาะสม การเลือกใช้หน่วยวิเคราะห์แต่ละประเภทขึ้นอยู่กับปัญหาและเนื้อหาที่ศึกษา ซึ่งอาจทำให้เกิดความจำเป็นที่จะต้องใช้หน่วยวิเคราะห์หลายประเภทในการศึกษานั้น ๆ เช่น การวิเคราะห์นิตยสารสามารถใช้หน่วยการวิเคราะห์ที่เป็นตัวละคร และรายการที่ปรากฏตลอดสมมติฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเนื้อหา

เบอร์นาร์ต ปีเรลสัน (Berelson 1971 : 146) ได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับการเลือกหน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้คือ

- ก. สามารถใช้หน่วยการวิเคราะห์มากกว่า 1 หน่วยได้อย่างเหมาะสมในการศึกษา
ครั้งหนึ่ง ๆ
- ข. การใช้หน่วยค่า และหน่วยวิเคราะห์ที่ใหญ่ ๆ เช่น รายการ และการวัด
เนื้อที่และเวลา เหมาะสำหรับการวิเคราะห์ที่ใช้กลุ่มสาขาวิชาเป็นเกณฑ์
- ค. หน่วยใหญ่จะให้แนวทางในการวิเคราะห์ที่เที่ยงตรง เช่นเดียวกับหน่วยเล็ก
- ง. หน่วยใหญ่จะใช้เวลาในการวิเคราะห์น้อยกว่าหน่วยเล็ก
- จ. การใช้ประโยคเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ จะใช้เวลามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับหน่วยใหญ่ สำหรับความน่าเชื่อถือในระดับเดียวกัน การใช้ประโยคเป็นหน่วยในการวิเคราะห์
เหมาะที่จะใช้ในการศึกษาความหมายหรือความสัมพันธ์ของความหมาย

ไม่ว่ากรณีใดก็ตาม วิธีการที่ประหยัดและได้ผลที่สุดก็คือ การดัดแปลงใช้หน่วยการ
วิเคราะห์ให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

4. ความน่าเชื่อถือ (Reliability)

ความน่าเชื่อถือ (reliability) จะเกี่ยวกับคำถามที่ว่า บุคคลคนเดียวกัน
ในเวลาที่แตกต่างกัน และ/หรือ บุคคลคนละคนในเวลาเดียวกัน จะได้ผลสรุปเกี่ยวกับเนื้อหา
อย่างเดียวกัน (Sepstrup in Rosengren ed 1981 : 138) จากความจริงที่ว่า การ
วิเคราะห์เนื้อหาเป็นวิธีการที่เป็นระบบ และเป็นวัตถุวิสัย นักวิจัยจึงต้องสนใจในเรื่องความ
น่าเชื่อถือ วิธีการเพิ่มความน่าเชื่อถือขั้นแรกจะต้องให้คำนิยามกลุ่มที่ใช้ในการวิเคราะห์ให้
กระชับแน่นอน ขั้นที่ 2 จะต้องตรวจคำนิยามและระเบียบการลงรหัสกับผู้ให้รหัสก่อนที่จะเริ่ม
การวิจัย และจะต้องทำการทดลองและนำคำตอบของผู้ให้รหัสมาเปรียบเทียบกับบทต่อบท
(Stempel in Stempel 1981 : 127)

คริพเพนดอร์ฟ (Krippendorff 1978 : 4 quoted in Andren in Rosengren
ed. 1981 : 48-49) แยกความแตกต่างของความน่าเชื่อถือ 3 ประเภท คือ

ความมั่นคง (stability) คือ ระดับที่ขบวนการลุ่มาเสมอตลอดเวลา เช่น ให้ผลลัพธ์ที่เหมือนกันในเวลาต่างกัน

ความสามารถที่จะผลิตออกมาใหม่ได้ (Reproducibility) คือ ระดับขบวนการที่สามารถสร้างขึ้นใหม่ได้ภายใต้สภาวะการณที่เปลี่ยนแปลงภายใต้สถานที่ที่แตกต่างกัน และรูปแบบวัสดุที่แตกต่างกัน เช่น ให้ผลลัพธ์ที่เหมือนกันทั้ง ๆ ที่ใช้เครื่องมือที่แตกต่างกัน

ความแม่นยำ (Accuracy) คือ ระดับที่ขบวนการมีผลตรงกับมาตรฐานที่เป็นที่รู้จัก เช่น ให้ผลลัพธ์ที่ต้องการในสภาวะการณที่แตกต่างกันออกไป

5. ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)

ความเที่ยงตรงนั้นจะทำการตอบคำถามที่ว่า "วิธีการวัดสามารถวัดในสิ่งที่ได้รับการสมมติให้วัดได้หรือไม่ (Danielson in Nafziger and White eds. 1963 : 191) ความเที่ยงตรงของเนื้อหาเป็นตัวแทนของการวัดพฤติกรรม เรื่อง หรือสาระ และมีความสำคัญมาก การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจะต้องมีรายการที่เป็นตัวแทนของขอบเขตและเนื้อหาที่ศึกษา ดังนั้นความเที่ยงตรงของเนื้อหาจึงเป็นเรื่องการตัดสินใจเกี่ยวกับวัตถุวิสัย และเป็นเรื่องที่มีหลักฐาน (Asher 1976 : 98)

วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

ประภาวดี สืบสนธิ์ (2523 : 133-4) ได้สรุปขั้นตอนในการวิเคราะห์เนื้อหาหลังจากที่ได้ทำความเข้าใจกับปัญหาที่จะศึกษา และกำหนดสมมติฐานแล้ว ดังนี้ คือ

1. ศึกษางานที่ต้องการวิเคราะห์ในขั้นต้น กำหนดหรือสร้างกลุ่มเพื่อการวิเคราะห์และหาตรรกษ (indicators) ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละกลุ่มการวิเคราะห์และเหมาะสมกับเนื้อหา
2. กำหนดกลุ่มที่จะใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ เช่น ถ้าต้องการศึกษาสาระของเรื่อง จะใช้กลุ่มต่าง ๆ ดังนี้คือ หัวข้อวิชา ทิศทาง มาตรฐาน และคุณค่า ถ้าต้องการศึกษารูปแบบของการนำเสนอเนื้อหาจะวิเคราะห์ได้ตามกลุ่มต่อไปนี้คือ รูปแบบและประเภทของงานสื่อสาร รูปแบบของข้อความ และกลุ่มที่เกี่ยวกับอารมณ์

3. กำหนดตรรกชนีสำหรับแต่ละกลุ่ม จากกลุ่มกว้าง ๆ ที่จะวิเคราะห์ ผู้วิจัยจะหาตรรกชนีเป็นเครื่องชี้ว่าจะวิเคราะห์อะไร โดยผู้วิจัยต้องให้คำจำกัดความตรรกชนีที่กำหนดขึ้น และลองพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง เพื่อความเหมาะสม

ในการกำหนดกลุ่มและกำหนดตรรกชนี ขั้นตอนอาจจะสลับกันได้บางครั้ง ผู้วิจัยอาจจะสร้างตรรกชนีก่อน และหลังจากนั้นจึงนำไปสร้างกลุ่มการวิเคราะห์

4. กำหนดหน่วยที่จะใช้ในการวิเคราะห์ หน่วยของการวิเคราะห์ได้แก่ คำ ประโยค ตัวละคร รายการ การวัดเนื้อที่-เวลา

5. วิเคราะห์เนื้อหาโดยการเปรียบเทียบหน่วยของการวิเคราะห์ให้ตรงกับตรรกชนี และกลุ่มเนื้อหาที่ได้กำหนดไว้ ผู้วิจัยจะทำการแจกแจงความถี่โดยการชั่งรอยคะแนน และนำมาผลมาวิเคราะห์ในเชิงปริมาณโดยการหาค่าร้อยละ

ประโยชน์ของการวิเคราะห์เนื้อหา

จากการศึกษาประวัติและพัฒนาการของการวิเคราะห์เนื้อหา วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์เนื้อหา รวมทั้งการวิเคราะห์เนื้อหาประเภทต่าง ๆ จะเห็นได้ว่า การวิเคราะห์เนื้อหาสามารถนำมาใช้กับสาขาวิชาต่าง ๆ เช่น คำสนทนา การหนังสือพิมพ์ วรรณคดี การสื่อสาร การเมือง ความคิดเห็นของสาธารณชน การโฆษณาชวนเชื่อ การศึกษา การค้า สังคมวิทยา มานุษยวิทยา รัฐศาสตร์ ประวัติศาสตร์ เป็นต้น

การวิเคราะห์เนื้อหาสามารถใช้ประโยชน์ในการศึกษาแนวโน้มของเนื้อหาไม่ว่าจะเป็นสาขาวิชาใดก็ตาม สามารถอธิบายถึงพัฒนาการของสาขาวิชาต่าง ๆ ละก่อนให้เห็นขอบเขตและลักษณะของเนื้อหาในแต่ละช่วงเวลา และสามารถช่วยในการปรับปรุงเนื้อหาให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ฯลฯ

ปัจจุบันการวิเคราะห์เนื้อหาเป็นเทคนิคสำคัญในการศึกษาเกี่ยวกับการเมืองการรณรงค์หาเสียง การกล่าวคำปฏิญาณตนและการเสนอข้อกล่าวหาของประธานาธิบดีหรือผู้นำของ

ประเทศ (Nimmo 1977 : 449) นอกจากนี้ยังสามารถใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา
สืบทาค้นคดี ความสนใจ และความเชื่อของบุคคล หรือกลุ่มต่าง ๆ ศึกษาอดีตที่มีต่อประเทศ
ชาติ หรือผู้นำ (Pool 1970 : 31-32) และใช้ประโยชน์ในการศึกษาเทคนิคการ
โฆษณาชวนเชื่อ วิธีการเล่นละครรวมทั้งสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สภาพ
ทางจิตวิทยาพฤติกรรมความตั้งใจ และลักษณะอื่น ๆ ของผู้รับสาร เป็นต้น



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย