

بررسی پیام‌های ارتباطی

تکنیک‌های تحلیل محتوای رسانه‌های مکتوب، صوتی، تصویری و اینترنتی

www.ketab.ir

تألیف

دکتر حسن رستمی، دکتر حمید ضیایی پروور

سرشناسه: رستمی، حسن؛ ۱۳۴۲ -
عنوان و نام پدیدآور: بررسی پیام‌های ارتباطی: تکنیک‌های تحلیل محتوای رسانه‌های مکتوب، صوتی، تصویری و اینترنتی / تألیف حسن رستمی، حمید ضیایی‌پرور.
مشخصات نشر: تهران: سیمای شرق، ۱۳۸۹.
مشخصات ظاهری: ۸۸ ص.: جدول، نمودار.
شابک: ۲۸۰۰۰ ریال: ۷-۸-۹۴۸۸۵-۹۶۴-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی: فیبا
موضوع: تحلیل محتوای
موضوع: رسانه‌های گروهی -- تحقیق -- روش‌شناسی
موضوع: رسانه‌های گروهی -- ارزشیابی
شناسه افزوده: ضیایی‌پرور، حمید: ۱۳۴۸ -
رده‌بندی دهگانه: ۱۳۸۹ ۴ ب ۵/۹۳۲
رده‌بندی دیگری: ۳۰۲/۲۳۰۱۱
شماره کتابشناسی ملی: ۲۰۱۵۸۱۶



سیمای شرق

عنوان: بررسی پیام‌های ارتباطی تکنیک‌های تحلیل محتوای رسانه‌های مکتوب، صوتی، تصویری و اینترنتی

مولف: دکتر حسن رستمی، دکتر حمید ضیایی‌پرور

مجری طرح: امیرعباس تقی‌پور

تیراژ: ۳۰۰۰

نوبت چاپ: اول، بهار ۱۳۸۹

قیمت: ۲۸۰۰۰ ریال

شابک: ۷-۸-۹۴۸۸۵-۹۶۴-۹۷۸

مشخصات ناشر: تهران: انتشارات سیمای شرق، بهار ۱۳۸۹

نشانی: خیابان استاد نجات‌اللهی، خیابان سمیه، خیابان یورموسی، کوچه شیرین‌پلاک ۳۴، طبقه ۵، تلفن: ۸۸۹۲۲۷۸۲-۳

پست الکترونیک: info@eprcenter.ir

وب سایت: www.eprcenter.ir

حقوق این اثر برای ناشر محفوظ است.

فهرست مطالب

۷	مقدمه.....
۹	سرآغاز.....

فصل اول

تعاریف و مفاهیم تحلیل محتوا

۱۳	تحلیل محتوا.....
۱۴	تعاریف و مفاهیم.....
۱۵	تاریخچه تحلیل محتوا.....
۱۷	کاربرد تحلیل محتوا در علوم مختلف.....
۱۸	مراحل تحلیل محتوا.....
۱۸	طرح‌های آماری برای تحلیل محتوا.....
۱۸	تحلیل روانی مشخصات افراد.....
۱۹	تحلیل اجتماعی و فرهنگی.....
۲۰	نقد ادبی.....
۲۰	شواهد قضائی.....
۲۱	تشریح مهمترین قسمت تحلیل محتوا.....
۲۴	مزایا و معایب تحلیل محتوا.....

فصل دوم

مراحل تحلیل محتوای رسانه‌های مکتوب

۲۷	تحلیل محتوای مطبوعات.....
۲۸	دست‌رسی به اسناد و نوشته‌ها.....
۲۹	شیوه اندازه‌گیری مطالب.....

۲۹	تیتراژ در تحلیل محتوا.....
۳۲	منبع خبر.....
۳۲	تحلیل محتوای موردی : روزنامه کیهان.....

فصل سوم

مراحل تحلیل محتوای رسانه‌های شنیداری

۲۳	رادیو.....
۲۳	تحلیل محتوای برنامه‌های رادیو.....
۵۱	منبع خبری در رادیو.....

فصل چهارم

مراحل تحلیل محتوای دیداری

۵۵	تلویزیون.....
۵۵	بررسی پیام‌های تلویزیونی.....
۵۷	شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای.....

فصل پنجم

تحلیل محتوای رسانه‌های اینترنتی

۶۱	انواع رسانه‌های اینترنتی.....
۶۲	تحلیل محتوای وب سایتهای اینترنتی.....
۶۵	تحلیل محتوای وب سایتهای دولتی.....
۶۶	تحلیل محتوای موضوعات تارنماها و وبلاگ‌ها.....
۶۷	موضوعات تارنماها و وبلاگ‌ها.....
۷۳	تحلیل محتوای روزنهای سیاسی اینترنتی.....
۷۳	تحلیل محتوای وبلاگ‌ها.....
۸۶	تحلیل محتوای چت.....
۸۷	تحلیل محتوای خبرگزاری‌های اینترنتی.....
۸۸	منابع.....

به نام خدا

مقدمه

استفاده از روش‌ها و تکنیک‌های پژوهشی نظیر تحلیل محتوا یکی از ضروری‌ترین وظایفی است که باید مورد توجه فعالان جامعه اطلاعاتی قرار گیرد. مدیران و کارشناسان ارتباطات اعم از خبرنگاران، متصدیان روابط عمومی و کارگزاران رسانه‌های مکتوب، دیداری، شنیداری و دیجیتال با بهره‌گیری از روش‌های پژوهشی نوین، قادر خواهند بود علاوه بر درک عمیق‌تر مسائل و چالش‌های جامعه، به ارائه راه‌حل‌های بنیادی و مؤثر بپردازند؛ در این صورت گام‌های جدی‌تری در مسیر رشد و توسعه کشور برداشته خواهد شد. کتاب پیش‌رو که به همت آقایان دکتر حسین رستمی و دکتر حمید ضیایی‌پور به رشته تحریر درآمده است، در نوع خود منحصر بفرد، علمی و کاملاً کاربردی است.

دبیرخانه دائمی همایش روابط عمومی الکترونیک با امید به ارتقای سطح علمی و مهارت‌های عملی فعالان عرصه ارتباطات و به ویژه کارشناسان روابط عمومی و در تداوم فعالیت‌های فرهنگی و علمی خود مبادرت به انتشار این کتاب کرده است. با تشکر از نویسندگان محترم و همکاران عزیزم در دبیرخانه دائمی همایش و انتشارات سیمای شرق.

امیرعباس تقی‌پور

دبیر همایش روابط عمومی الکترونیک

سرآغاز

تحلیل محتوایی یکی از مهمترین روش های تحقیق در علوم انسانی و اجتماعی است و کاربرد فراوانی در پژوهش های اجتماعی و به خصوص ارتباطات و رسانه ها دارد و رسانه های مختلف از جمله روزنامه ها و مجلات، رادیو و تلویزیون، وب سایت ها و وبلاگ های اینترنتی بیشترین حجم اطلاعات و محتوا را منتشر می کنند و بررسی عینی و منظم این محتواها می تواند نتایج قابل توجهی برای محققان و پژوهشگران داشته باشد. آن طور که صاحب نظران علوم ارتباطات اجتماعی گفته اند «تحلیل محتوایی، روشی پژوهشی است برای شرح و طبقه بندی نظام یافته محتوای ارتباطات برحسب مقوله هایی که به طور معمول از پیش تعیین شده اند.» از نظر گاهی دیگر، تحلیل محتوا عبارت است از «روش پژوهشی برای توصیف عینی، منظم و کمی محتوای عیان ارتباطات جهت استنباط آن».

کتاب حاضر، تکنیک های عملی تحلیل محتوای رسانه های مختلف مکتوب، صوتی، تصویری و اینترنتی را با شیوه ای ساده و با تمرین های عملی و کاربردی آموزش می دهد. این کتاب حاصل سال ها تجربه علمی و عملی مؤلفان در زمینه تدریس تکنیک های تحلیل محتوای رسانه ها و انجام پژوهش های مبتنی بر تحلیل محتوا در رسانه های اینترنتی و به خصوص وبلاگ ها و وب سایت ها برای مراکز تحقیقاتی متعدد کشور است.

دکتر حسن رستمی، دکتر حمید ضیایی پرور

بهار ۱۳۸۹