

# Sosyal Medyada İçerik Analizi

Yrd.Doç.Dr.Ahmet ÇETİNKAYA

# Ders Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

- ▶ Neuendorf, Kimberly A. (2016). **The Content Analysis Guidebook Second Edition**, Sage Publications.
- ▶ Bilgin, Nuri (2014). **Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi**, Siyasal Kitabevi .
- ▶ Gökçe, Orhan (2006). **İçerik Analizi Kuramsal ve Pratik Bilgiler**, Siyasal Kitabevi.

# İçerik

- ▶ GİRİŞ
- ▶ İÇERİK ANALİZİNİN GELİŞİMİ
- ▶ İÇERİK ANALİZİ: NİTEL bir yöntem mi NİCEL bir yöntem mi?
- ▶ İÇERİK ANALİZİNİN TANIMI
- ▶ İÇERİK ANALİZİ NASIL YAPILIR?
- ▶ BİLGİSAYAR-DESTEKLİ METİN ANALİZİ - YAYGIN PROGRAMLAR

# GİRİŞ

- ▶ İletişim, gazetecilik, sosyoloji, psikoloji, business tarihinde 60 yıldan fazla süredir kullanılıyor.
- ▶ Method bakımından öncelikli olarak sosyal ve davranışsal bilimlere dayanır.
- ▶ Kantatif (nicel) bir araştırma yöntemidir.
- ▶ İçerik analizi; bir mesaja ait niteliklerin sistematik, nesnel ve nicel olarak analiz edilmesidir.
- ▶ Bilgisayar destekli metin analizi (CATA: computer-aided text analysis) ve bireysel-kodlama (human-coded) yöntemlerinin kullanımını içerir.

# GİRİŞ (DEVAM)

- ▶ Uygulamalardan bazıları:
  - ▶ Yüzyüze bir etkileşimin detaylı incelenmesi
  - ▶ Medya ortamlarında yapılan karakter tasvirlerinin analizi (romandan, online videolara kadar...)
  - ▶ Haber medyasında, siyasi konuşmalarda, reklamlarda ve bloglarda kullanılan kelimelerin bilgisayar destekli analizi
  - ▶ Video oyunları ve **sosyal medya paylaşımları gibi** interaktif içeriklerin detaylı araştırılması
  - ▶ Ve çok daha fazlası ...

# GİRİŞ (DEVAM)

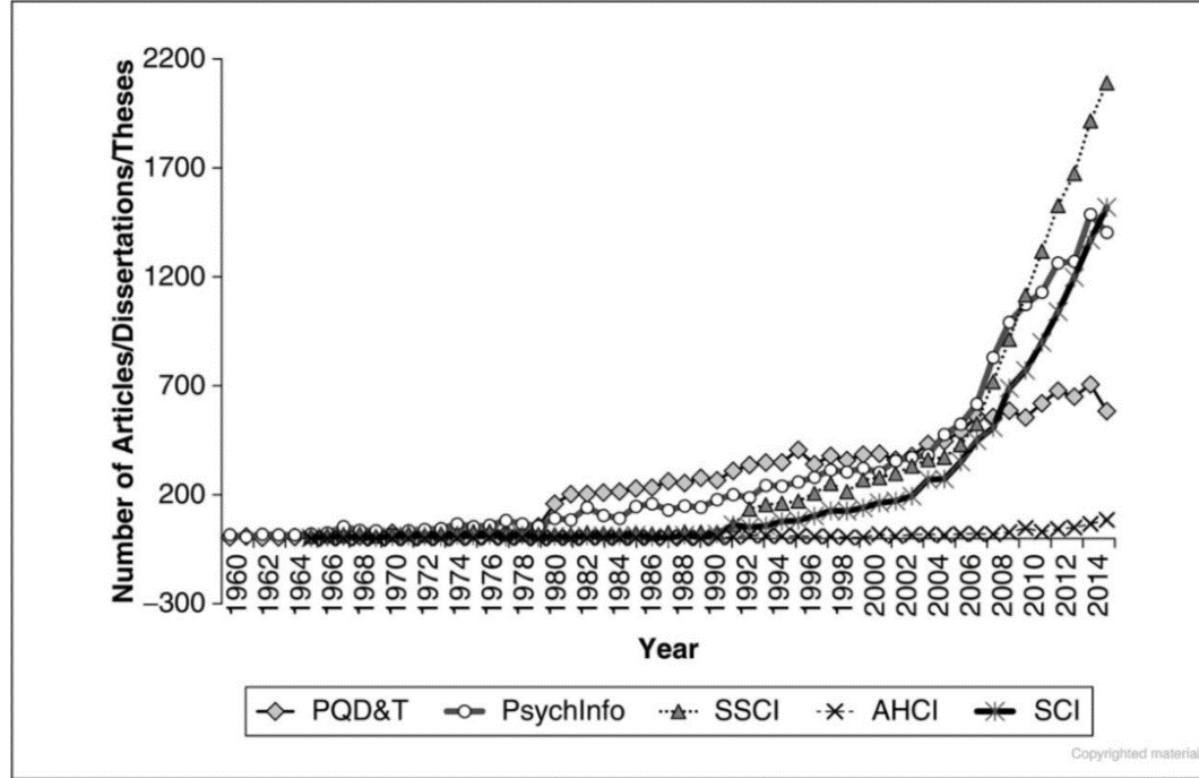
- ▶ Sosyal medya içerik analizi uygulamalarından örnekler:
  - ▶ (Facebook'taki genç depresyon grupları; bir içerik analizi). **Teen Depression Groups on Facebook, a content analysis:** Bethany I. Lerman, Stephen P. Lewis, Margaret Lumley, Greg J. Grogan, Chloe C. Hudson, Erin Johnson: Journal of Adolescent Research: First published date: October-22-2016.
  - ▶ (İnsanlar obezite ile ilgili ne paylaşıyorlar? “Obesite hakkında Twitter’da sık görülen retweetler” konusunda bir içerik analizi). **What Do People Like to “Share” About Obesity? A Content Analysis of Frequent Retweets About Obesity on Twitter:** Jiyeon So, Abby Prestin, Lyndon Lee, Yafei Wang, John Yen, and Wen-Ying Sylvia Chou:Health Communication Vol. 31 , Iss. 2,2016.
  - ▶ (Instagramda elektronik sigara kullanımının ve teşvik edilmesinin araştırılması). **#Vapelife: An Exploratory Study of Electronic Cigarette Use and Promotion on Instagram:** Linnea I. Laestadius, Megan M. Wahl, and Young I. Cho: Substance Use & Misuse Vol. 51 , Iss. 12, 2016.

# İÇERİK ANALİZİNİN GELİŞİMİ

- ▶ Bilgisayar destekli metin analizi (CATA) yazılımlarının gelişmesi ve online arşiv ve veritabanlarının hızla artmasıyla içerik analizi imkan ve kabiliyetleri büyük ilerleme gösterdi.
  - ▶ Arşivlenmiş elektronik mesajlar
  - ▶ Bilgisayar kullanımı sayesinde yüksek düzeyde hız ve doğruluk
- ▶ CATA günümüzde çoğunlukla aşağıdaki yöntemler ile entegre bir şekilde kullanılır:
  - ▶ Doğal dil işleme (makine öğrenmesi + metin ve imaj analizi)
  - ▶ “Büyük veri” (Big data) üzerinde metin madenciliği
  - ▶ Sosyal medya ölçümlerinin mesaj-merkezli uygulamaları
  - ▶ Duygu analizi

# İÇERİK ANALİZİNİN GELİŞİMİ (DEVAM)

- ▶ İçerik analizi geçmişten günümüze neredeyse her alanda kullanılmıştır:
- ▶ İletişim, sosyoloji, psikoloji, business, kütüphane ve bilgi bilimi, sağlık alanı (hemşirelik, psikiyatri, pediatri), siyaset bilimi, toplumsal cinsiyet çalışmaları, eğitim,
- ▶ Yandaki grafik yıllara göre içerik analizi yayınlarının artışını göstermektedir.



SOURCE: ProQuest Dissertations and Theses (PQD&T), PsychInfo, Social Science Citation Index (SSCI), Arts and Humanities Citation Index (AHCI), and Science Citation Index (SCI).



# İÇERİK ANALİZİ: NİTEL (kalitatif) bir yöntem mi NİCEL (kantatif) bir yöntem mi?

- ▶ Kalitatif içerik analizi literatürde bazı alandaki araştırmacılar tarafından kullanılmıştır ancak büyük çoğunlukla içerik analizini nicel bir yöntem olarak varsaymak doğru olur.
- ▶ Biz bu derste sistematik ve kantatif içerik analizi üzerinde duracağız.
- ▶ **Nicel analiz:** Önceden belirlenmiş sağlam ölçüm araçlarına dayanır. Deneysel süreç onu uygulayan akademisyenden bağımsız olarak sonuç verir: farklı araştırmacılar aynı sonuca ulaşır.
- ▶ **Nitel analiz:** Uzman bir araştırmacının deneyimlerine dayanır. Analiz süreci analizi yapan araştırmacıdan bağımsız değildir: farklı araştırmacılar farklı sonuç üretirler.

# İÇERİK ANALİZİNİN TANIMI

- ▶ İçerik analizi iletişim içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel olarak tanımlanmasına çalışan bir araştırma tekniğidir. (Borelson, 1952)
- ▶ İçerik analizinin ayırt edici özellikleri nesnel, sistematik ve nicel olmasıdır. (Kassarjian, 1977)
- ▶ İçerik analizi, bir metinden mantıklı çıkarımlar yapmak için bir dizi prosedür kullanan bir araştırma yöntemidir. (Weber, 1990)
- ▶ İçerik analizi, metni kategorilere ayırma ve her kategorideki gerçekleşme sıklıklarını hesap etme işini yapan metodolojileri ifade eden genel bir terimdir. (Ahuvia, 2001)
- ▶ İçerik analizi, “kayıt altına alınmış insan iletişimi”ne ait çalışmadır. (Babbie, 2013)

# İÇERİK ANALİZİNİN TANIMI (DEVAM)

## ► İÇERİK ANALİZİ ÇALIŞMASI;

► Aşağıda verilen bilimsel yöntem standartlarını sağlamalıdır:

► Nesnel (Objektif)

► Güvenilir

► Geçerli

► Genellenebilir

► Tekrar edilebilir

► Teoriye baz alan bir hipotez testine dayanmalıdır.

► Hipotez: Söz konusu değişkenler arasındaki ilişkiyi açıklayan önermeler veya tahminler. Hipotez testi için her değişken için ölçümler yapılır, değişkenler arası ilişkiler istatistiksel olarak incelenir; böylece önerme veya tahminin doğruluğu test edilir.

# İÇERİK ANALİZİNİN TANIMI (DEVAM)

## ► İÇERİK ANALİZİ...

- Yazılı metinler
- Yazıya aktarılan konuşmalar
- Sözlü etkileşimler
- Görsel imgeler
- Sözlü olmayan davranışlar
- Ses dosyaları
- veya diğer mesaj çeşitlerine

uygulanabilir.

# İÇERİK ANALİZİ NASIL YAPILIR?

- ▶ **1. Adım: Teori ve gerekçenin belirlenmesi:** Hangi içerik, neden analiz edilecek? Bu spesifik içeriğin önemli bir çalışma konusu olduğunu gösteren teoriler veya yaklaşımlar bulunuyor mu? Bu aşamada literatür taraması yapılmalıdır. Araştırma soruları ve hipotezler nelerdir?
- ▶ **2. Adım: Kavramsallaştırma:** Çalışmada kullanılacak değişkenler nelerdir?
- ▶ **3. Adım: Ölçümlerin Belirlenmesi:** Ölçümlerin kavramsallaştırmada belirlenen değişkenlerle uyumlu olması gerekir (tutarlılık).
- ▶ **4. Adım: Bilgisayar-destekli metin analizi / Bireysel Kodlama**

# İÇERİK ANALİZİ NASIL YAPILIR? (DEVAM)

- ▶ **5. Adım: Örneklem alma:** İçeriğin sayımı mümkün mü veya tercih edilebilir mi? İçerik datasını temsil edebilecek bir örneklem nasıl alınmalıdır? Bu örneklem zaman bazlı, kişi bazlı, sayfa bazlı, kanal bazlı mı olmalıdır?
- ▶ **6. Adım: Bilgisayar-destekli metin analizi / Bireysel Kodlama**
- ▶ **7. Adım: Tablolama ve raporlama:** Şekiller, tablolar, istatistikler. Tek-değişkenli, iki-değişkenli veya çok-değişkenli istatistikler. Zaman içerisinde görülen trendlerin raporlanması.

# BİLGİSAYAR-DESTEKLİ METİN ANALİZİ - YAYGIN PROGRAMLAR

- ▶ CATPAC II
- ▶ Concordance 3.3
- ▶ Diction 7
- ▶ General Inquirer
- ▶ Hamlet II 3.0
- ▶ LIWC 2015
- ▶ MCCALite
- ▶ PCAD
- ▶ Profiler Plus
- ▶ SALT 2012
- ▶ SentiStrength 2.2
- ▶ TextAnalyst
- ▶ Text Analytics for Surveys 4.0 (IBM SPSS)
- ▶ TEXTPACK
- ▶ TextQuest 4.2
- ▶ T-LAB Pro 9.1.3
- ▶ WordSmith 6.0
- ▶ WordStat 7.0
- ▶ Yoshikoder

# ÖRNEK ÇALIŞMA

- ▶ (İnsanlar obezite ile ilgili ne paylaşıyorlar? “Obesite hakkında Twitter’da sık görülen retweetler” konusunda bir içerik analizi). **What Do People Like to “Share” About Obesity? A Content Analysis of Frequent Retweets About Obesity on Twitter:** Jiyeon So, Abby Prestin, Lyndon Lee, Yafei Wang, John Yen, and Wen-Ying Sylvia Chou:Health Communication Vol. 31 , Iss. 2,2016.
- ▶ **1. Adım: Teori ve gerekçenin belirlenmesi:**
- ▶ Obesitenin hakkında halkın yaklaşımı ve inancı ile ilgili çok sayıda davranış bilimi çalışması bulunuyor. (Teori ve yaklaşım mevcut)
- ▶ Obesite ile ilgili halkın yaygın inanışları ve tutumları analiz edilecek: Kamuda yaygın yanlış algıların düzeltilmesi ve sağlık konularındaki algı yönetiminde halkın tutumunun ve inancının bilinmesi önemli.
- ▶ Neden retweetler?: Çünkü bu, halkın çoğunluğu tarafından desteklenen inanışları ve tutumları tespit etmede yardımcı.



# ÖRNEK ÇALIŞMA

- ▶ **Araştırma soruları ve hipotezler:**
- ▶ *(Hipotezler daha önce yapılmış çalışmaların oluşturduğu teorik çerçevede oluşturulmuş.)*
- ▶ H1: Tweets drawing emotional responses will be more frequently retweeted than non-emotional messages.
- ▶ **Hipotez 1: Duygusal tepkilere yol açan tweetler, yol açmayanlardan daha sık retweet edilirler.**
- ▶ RQ1: Which discrete emotions are conveyed frequently in retweets about obesity?
- ▶ **Araştırma sorusu 1: Obezite ile ilgili hangi belirgin duygular sık olarak retweetler yoluyla yayılmaktadır.**

# ÖRNEK ÇALIŞMA

- ▶ H2: Twitter messages containing humor will be more frequently retweeted than those without humor.
- ▶ **Hipotez 2: Mizah içerikli twitter mesajları mizah içeriği olmayan mesajlardan daha sık retweet edilir.**
- ▶ RQ2: What types of humor are used frequently in retweets about obesity?
- ▶ **Araştırma sorusu 2: Obezite ile ilgili retweetlerde sıklıkla ne tür mizah yer almaktadır?**

# ÖRNEK ÇALIŞMA

- ▶ H3: Tweets endorsing individual-level causes for obesity will be more frequently retweeted than those endorsing societal-level causes for obesity.
- ▶ **Hipotez 3: Bireysel-düzeydeki obezite sebeplerini destekleyen tweetler toplumsal-düzeydeki sebepleri destekleyen tweetlerden daha sık retweet edilir.**
- ▶ RQ3: What are the types of specific causes that are most frequently retweeted?
- ▶ **Araştırma sorusu 3: Hangi türdeki spesifik sebepler en çok retweet edilenlerdir?**