

## تحلیل محتوا

روح الله رضوانی<sup>۱</sup>

### چکیده

تحلیل محتوا یکی از مباحث مهم و کاربردی است که پژوهشگران با استفاده از این روش، به واری داده‌های خود می‌پردازند. روش تحلیل محتوا کمی است و در مباحث علوم اجتماعی کاربرد زیادی دارد. از این طریق می‌توان به تحلیل گفتار، نوشتار، از قبیل مقالات، کتاب‌ها، سنخ‌های، فیلم، تصاویر، حرکات، نحو □ ادای کلمات، تکرار کلمات، لحن به کار رفته در کلام و غیره پرداخت. تحلیل محتوا به محقق کمک می‌کند تا لایه‌های پنهان و زیرین پدیده‌های مرتبط با موضوع پژوهش را بدست آورده، به اهدافی که پژوهش در راستای آن انجام می‌گیرد، نزدیک شود. این مقاله با رویکرد تحلیلی و اسنادی به بررسی کم و کیف تحلیل محتوا می‌پردازد.

**کلید واژه‌ها:** تحلیل، محتوا، متن و پیام.



<sup>۱</sup> دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی دانشگاه تهران دریافت: ۸۹/۵/۳ پذیرش: ۸۹/۸/۱۳ Rlorezvani@yahoo.com

## مقدمه

تحلیل محتوا روشی است که می‌توان آن را درباره انواع گوناگون پیام‌های مندرج در آثار ادبی، مقاله‌ها، اسناد رسمی، خطابه‌ها، اعلامیه‌های سیاسی، گزارش‌های اجتماعات، برنامه‌های شنیداری و دیداری و گزارش مصاحبه‌های نیمه رهنمودی به کار بست. واژه‌هایی که نویسنده، سخنران یا پاسخگو به کار می‌برد، بسامد آنها، وجه آرایش آنها در جمله، ساختمان خطابه و چگونگی بسط آن، منابع اطلاعاتی هستند که بر مبنای آنها محقق می‌کوشد به شناختی دست یابد. این شناخت ممکن است درباره خود گوینده باشد. مثلاً، ایدئولوژی یک روزنامه، تصورات یک شخص یا منطق یک سازمان یا یک گروه، از راه مطالعه اسناد داخلی، یا درباره وضعیت‌های اجتماعی که خطابه در آن تولید شده است. مثلاً، شیوه جامعه‌پذیری در خطبه‌های نماز جمعه، کتاب‌های درسی، و یا درباره تجربه‌ای تعارض‌آمیز همچون، تبلیغات زمان جنگ.

روش‌های تحلیل محتوا ایجاب می‌کند که از فنون نسبتاً دقیقی استفاده شود. مثل محاسبه بسامدهای نسبی یا همبستگی‌هایی که میان واژه‌ها به کار رفته. تنها به کمک روش‌های ساخته شده و با ثبات است که محقق می‌تواند تفسیری عینی و خارج از مدار ارزش‌ها و تصورات شخصی خود ارائه دهد.

برخلاف زبان‌شناسی، هدف تحلیل محتوا در علوم اجتماعی فهم کارکرد زبان به عنوان زبان نیست. همچنین منظور از مطالعه دقیق و موشکافانه جنبه‌ها صوری خطابه این نیست که از آنها معلوماتی درباره موضوعی خارج از خودشان کسب کنیم. از این رو، جنبه‌های صوری ارتباط کلامی به عنوان شاخص‌های فعالیت معرفتی گوینده، معانی اجتماعی یا سیاسی گفتار وی یا مصرف اجتماعی، که از ارتباط کلامی به دست می‌آورد، ملاحظه می‌شوند.

تحلیل محتوا در تحقیق اجتماعی روز به روز اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. دلیل آن، امکانی است که برای تحلیل منظم اطلاعات و اظهار نظرهای عمیق‌تر و پیچیده‌تر مثل گزارش مصاحبه‌های نیمه رهنمودی عرضه می‌کند. روش تحلیل محتوا، یا دست کم برخی گونه‌های آن، وقتی که موضوع کار آن از مواد ارزشمند تهیه شده باشد، بهتر از هر روش تحقیق دیگری اجازه می‌دهد تا دقت عمل روش شناختی و ژرفا نگری را، که معمولاً به آسانی بدست نمی‌آید، به شیوه هماهنگی بر آورده سازد.

تحلیل محتوای کمی، زمانی که با یک فرضیه یا سوال روشن روبرو باشد، دارای کارایی بیشتری نسبت به زمانی خواهد بود که محقق بدون فرضیه و سؤال به جمع آوری داده‌ها بپردازد. داشتن فرضیه و سؤال به این معناست که طرح تحقیق می‌تواند فقط روی داده‌های مربوط متمرکز شود. از آن مهم‌تر اینکه محقق با یک فرضیه یا سؤال روشن می‌تواند نوع تحلیلی را که به فرضیه یا سؤال می‌پردازد، در ذهن خود مجسم سازد.

### تاریخچه تحلیل محتوا

استفاده از مباحث تحلیل محتوا در متن، به دوران بسی دور بر می‌گردد. آن‌گونه که از تاریخ بر می‌آید، در عصر طلایی تمدن یونان باستان مباحث تحلیل محتوا مورد بهره‌وری قرار می‌گرفته است.<sup>۱</sup> به نظر می‌رسد، استفاده تاریخی تحلیل محتوا در بعد علمی آن را می‌توان به بهره‌گیری از تحلیل محتوا در شناخت کلمات، لغات و اصطلاحات کتاب‌های مقدس مثل تورات، انجیل، قرآن نسبت داد. با توجه به عمق معانی در کتاب‌های مقدس، مفسران به تحلیل محتوای لغات و مفاهیم آن می‌پرداختند. از سوی دیگر، برای تفکیک عبارتی که به متون مقدس نسبت داده شده بود، به واسطه تحلیل محتوا مورد شناسایی قرار می‌گرفت.<sup>۲</sup> گویا اولین مورد مستند تحلیل کمی متون به قرن هجدهم بر می‌گردد. فردی سوئدی به نام دورینگ (۱۹۵۵-۱۹۵۴) ماجرای را در مورد ۹۰ سرود مذهبی شرح می‌دهد که بحث درباره خطرناک بودن مضمون این اشعار می‌باشد و برای رهایی از این ماجرا، به کمک از تحلیل محتوا، مقایسه ای میان متون انجام می‌گیرد. در آلمان، لوبل (۱۹۰۳) طرح طبقه بندی گسترده را برای ساختار درونی محتوا با توجه به کارکرد روزنامه‌ها انتشار می‌دهد.<sup>۳</sup> باید توجه داشت که در متون ادبی تحلیل محتوا برای شناخت سبک کلمات و مضامینی که به مؤلف نسبت داده می‌شده و شناخت دوره ای که نویسنده به آن تعلق داشته، با در نظر گرفتن شرایطی که بر جامعه آن روز حاکم بوده انجام می‌گرفته است. برای مثال، می‌توان از سبک ملک الشعرای بهار یاد نمود که برای شناخت ورود لغات عربی در کتاب‌های فارسی در طی قرن چهارم و پنجم از تحلیل محتوا استفاده می‌کرده است.<sup>۴</sup>

### تعریف تحلیل محتوا

تحلیل محتوا روش تحقیقی است برای گرفتن نتایج معتبر و قابل تکرار از داده‌های استخراج شده از متن.<sup>۵</sup> تحلیل محتوا «هر فنی است که به کمک آن، ویژگی‌های خاص

پیام‌ها را به طور نظام یافته و عینی مورد شناسایی قرار می‌دهند.<sup>۶</sup> ولیزر و وینر تحلیل محتوا را هر رویه نظام مندی که به منظور بررسی محتوای اطلاعات ضبط شده باشد تعریف می‌کند. کریپندورف آن را به عنوان یک فن پژوهشی برای ربط دادن داده‌ها به مضمون آن به گونه‌ای معتبر و تکرار پذیر تعریف می‌کند.<sup>۷</sup> بنابراین، تحلیل محتوا عبارت است از: فنی که به وسیله آن مشخصات خاص پیام به طور روشمند و دقیق جهت استنباط علمی شناسایی می‌شوند. دقت و عینیت امر متضمن آن است که تحلیل مبتنی بر قواعد مشخصی باشد تا به دانش پژوهان امکان دهد از پژوهش‌های مختلف به نتایج یکسان مورد نظر دست یابند.<sup>۸</sup> کرلنگر بر این باور است که تحلیل محتوا دارای ویژگی‌های زیر می‌باشد:

(الف) تحلیل محتوا روشی نظام مند است؛ به این معنا محتوایی که قرار است مورد ارزیابی قرار گیرد، باید براساس قواعد روشن و ثابتی برگزیده شود.

(ب) تحلیل محتوا روشی عینی است. بنابراین، ساخته‌های ذهنی پژوهشگر نباید در آن دخالت داشته باشد.

(ج) از آنجایی که تحلیل محتوا کمی است، هدف اصلی تحلیل محتوا بازنمایی دقیق مجموعه ای از پیام می‌باشد.<sup>۹</sup>

### مراحل تحلیل محتوا

تحلیل محتوا نوعی بررسی اسناد و مدارک می‌باشد که ممکن است شخص پژوهشگر یا افراد دیگر به جمع‌آوری آن پرداخته باشند. ولی تحلیل و واریسی آن توسط شخص محقق انجام می‌گیرد که کلمات، عبارات، اسامی، بندها، تصاویر، موضوع‌ها یا هر جلوه ویژه‌ای که مورد نظر پژوهشگر است در برگیرنده می‌گردد. با وجود تنوع اسناد و مدارک، از روش علمی برای تحلیل آن استفاده می‌شود. فرایند کلی عملیات تحلیل محتوا عبارت است از:

۱. موضوع مورد مطالعه از قبل تعیین می‌گردد که می‌تواند لغات، جملات، عناوین اصلی مقالات و موارد مشابه آن باشد. به عنوان نمونه، پژوهش برای بدست آوردن بار ارزشی به کار رفته در یک مقاله انجام می‌گیرد.
۲. بیان یک چارچوب که تئوری تحقیق بر آن مبتنی است. با توجه به تئوری موجود، فرضیه‌ها و متغیرهای مرتبط با مفاهیم مشخص می‌گردد و با استفاده از روش

مناسب برای متغیرهای مورد نظر و با اهدافی که بر آن مترتب می‌باشد، به تحلیل داده‌ها پرداخته می‌شود.

۳. در نظر گرفتن وسیله‌ای برای اندازه‌گیری متغیرها. به عنوان مثال، تهیه فهرستی از واژگان کلیدی به قصد شمارش آن و بدست آوردن معانی که در آن واژگان قصد گردیده است.

۴. تهیه و تنظیم ابزار جمع‌آوری اطلاعات با توجه به موضوعی که قرار است پژوهش در آن انجام گیرد.

۵. جمع‌آوری اطلاعات مربوط به طرح تحقیق. با در نظر گرفتن زمان مشخص و مکانی که قرار است عملیات در آن انجام گیرد. در ضمن لازم است به جمع‌آوری متن‌ها یا واژه‌هایی پرداخته شود که به طور عموم در مسئله مورد پژوهش کاربرد داشته باشد. پس از انجام مراحل فوق، داده‌های جمع‌آوری شده به دسته‌های مختلف طبقه‌بندی می‌گردند.

۶. پژوهشگر پس از جمع‌آوری اطلاعات، به تجزیه و تحلیل آن دسته از داده‌هایی می‌پردازد که با فرضیه تحقیق مرتبط می‌باشد تا بتواند نتایج مورد نظر را بدست آورد.<sup>۱۰</sup>

#### محورهای مناسب برای تحلیل محتوا

از جمله محورهای مناسب برای تحلیل محتوا عبارتند از: گزارش‌های بایگانی شده، اسناد و مدارک، نامه‌ها، خاطرات، مقالات روزنامه‌ها، یادداشت‌های جلسات زنده، فیلم‌ها، برنامه‌های همایش رادیو و تلویزیون.<sup>۱۱</sup> به عنوان مثال، می‌توان از طریق تحلیل محتوا، به مقایسه میان قرآن و نهج البلاغه در مورد تعداد کلماتی که لفظ «الله» به کار رفته پرداخت. با تهیه یک جدول به جمع‌آوری کلمات بکار رفته با لفظ جلاله «الله» در این دو کتاب در دو ستون جداگانه مبادرت ورزید. آنگاه با روش تحلیل محتوا، در عین توجه به تأکیدات به کار رفته با لحن‌های خاص، همراه کلمه «الله» در این دو کتاب به ویژه در کتاب نهج البلاغه می‌توان به شرایط حاکم بر جامعه‌ای که حضرت علی علیه السلام در آن می‌زیسته دست یافت؛ زیرا از نقل قول‌های تاریخ این گونه بر می‌آید که گروه کثیری از مردم به دلیل کرامتی که از حضرت علی علیه السلام مشاهده می‌نمودند، نسبت به حضرت غلو می‌نمودند. از این‌رو، حضرت در سخنان خود واژه «الله» را همراه با تأکیدات خاص بسیار به کار می‌گرفت تا جاهلان را از ضلالت و گمراهی نجات بخشد.

## کاربرد تحلیل محتوا

۱. معمول‌ترین استفاده از تحلیل محتوایی، توصیف خصوصیات پیام است. به عنوان مثال، برای فهم درست متون درسی، سخنرانی‌ها، روزنامه‌ها و مجلات، می‌توان آنها را تحلیل محتوا نمود تا بتوان ارزش‌ها و نظریات به کار رفته در آنها را بدست آورد.
۲. تحلیل محتوا به ما کمک می‌کند تا اهداف فرستنده پیام را به دست آوریم و دلایل ارسال پیام و نتایج مترتب بر آن را مورد بررسی قرار دهیم. از این‌رو، تحلیل متون برای فهم و درک پیام و بیان دلایل ارسال کنندگان پیام و هدفی که بر آن مترتب می‌باشد، لازم به نظر می‌رسد. به عنوان نمونه، با تجزیه و تحلیل محتوای پیام، رهبر یک حزب سیاسی به مخاطبان خود، می‌توان به راحتی اهداف آن را بدست آورد.
۳. در تحلیل محتوا، پژوهشگران به دنبال شناخت اثر پیام بر روی مخاطبان و گیرنده آن می‌باشند. مثلاً، افرادی که پیام برای آنها ارسال می‌شود، مورد مطالعه قرار می‌گیرند تا میزان تأثیر پیام بر افراد اندازه‌گیری شود و اثر مثبت و یا منفی آن بدست آید. و در صورت لزوم، به اصلاحات پیام پرداخته شود.
۴. شناخت اثر و نویسنده آن، در این روش، پژوهشگر محور فعالیت خود را متمرکز بر واژه‌های به کار رفته در متن می‌کند که تحلیل محتوا بر روی آن انجام می‌گیرد. مثلاً، افراد با توجه به ویژگی‌های شخصیتی خود از واژگانی خاص در نوشتار خود سود می‌جویند. فراوانی واژه‌ها و نحوه ترکیب آنها در میان افراد متفاوت می‌باشد. بنابراین، با در دست داشتن اثری از افرادی که احتمال دارد اثر مجهول الهویت به او تعلق داشته باشد، به شناسایی صاحب اثر پی برد.
۵. از تحلیل محتوا می‌توان برای پاسخ به پرسش‌هایی که ممکن است پژوهشگران مطرح نمایند نیز استفاده نمود.
۶. کاربرد تحلیل محتوا می‌تواند برای بررسی جنبه‌هایی از فرهنگ و تغییرات فرهنگی مورد استفاده قرار گیرد. به عنوان مثال، می‌توان اشعار، ادبیات و هنر یک فرهنگ را در زمان خاصی مورد تحلیل قرار داد تا ارزش‌های موجود در آن عصر بدست آید و یا به مقایسه ارزش‌ها در زمان‌های متعدد مبادرت ورزید و دگرگونی ارزش‌ها را در طول زمان اندازه‌گیری نمود. به عنوان مثال، می‌توان از پژوهشی نام برد که توسط شخصی

به نام «دیوید مک کله لند» انجام گرفته است. ایشان «توفیق افراد در فرهنگ‌های مختلف» را از طریق تحلیل محتوای ادبیات آنان مورد ارزیابی قرار داد و بدین نتیجه رسید که افراد موفق دارای اراده قوی هستند و برای بدست آوردن موفقیت تلاش می‌کنند. این گونه افراد معمولاً از ناهم‌نوایی‌های بیشتری برخوردار می‌باشند. از این‌رو، دست به فعالیت‌هایی می‌زنند که دارای خطر زیادی می‌باشد.<sup>۱۲</sup>

۷. از طریق تحلیل محتوا می‌توان به خصوصیات و ویژگی‌های اجتماعی زمانی خاص دست یافت؛ زیرا بیشتر نویسندگان در آثار خود به انعکاس مسائل و امور با اهمیت زمان خود می‌پردازند. با محور بندی ویژگی‌های اثر و بیان شاخص‌های به کار رفته در آن، می‌توان به بُعد نامحسوس و پنهان مسایل اجتماعی زمان نویسنده دست یافت.

۸. با تحلیل نامه، نوار، نوشته و سفرنامه می‌توان به بیماری، خصوصیات روحی و ذهنی افراد پی برد. از طریق روش روانکاوی، پژوهشگر در تحلیل محتوای خود به دنبال شناخت عوامل مختلفی است که شامل خطوط کلی بر فکر، اندیشه، جهان بینی، دنیای ذهنی و نگرش‌های ایده آلیستی صاحب محتوای آن می‌باشد. به علاوه، از طریق تحلیل محتوا می‌توان به شناخت جریان‌های عمیق و پنهان اجتماعی دوره ای که نویسنده در آن می‌زیسته دست یافت. در سال ۱۹۶۶ تحقیقاتی برای شناخت خصوصیات افراد مبتلا به اسکیزوفرنی انجام گرفت که هدف شناخت زبان افراد سالم و بیمار بود، در تحلیل اسناد به دست آمده از افراد دو گروه، بدین نتیجه دست یافتند که افراد سالم از کلمات وصفی (به صورت مفعولی) کمتر استفاده می‌کردند. درحالی که، افراد بیمار کلمات وصفی بیشتری به کار می‌بردند.<sup>۱۳</sup>

### واحدها و طبقات

۱. واژه «کلمه» یا اصطلاح، کوچک ترین واحدی است که در تحلیل محتوا به کار گرفته می‌شود. به واسطه آن می‌توان فهرستی از فراوانی واژگان مورد نظر در متن را معین نمود. مثلاً، واژه «صلح» و کلمات وابسته به آن را می‌توان در یک پیام برشمرد و از طریق تحلیل آن، به نتایجی دست یافت.

۲. موضوع‌ها: واحد مناسب‌تری جهت ثبت داده‌هاست و معمولاً یک جمله ساده است که از ترکیب نهاد و گزاره، مبتدا و خبر بدست می‌آید. برای مطالعه رفتار، تصاویر، بندها،

ارزش‌ها و تبلیغات بیشتر کاربرد دارند. آنچه در موضوع‌ها ضروری به نظر می‌رسد، باید مشخص شود که کدام یک از مکان‌ها مورد جستجو قرار گیرد و یا کدام بخش از پیام مورد نظر است؛ زیرا موضوع‌ها در جمله‌واره‌ها بسیار به کار گرفته می‌شوند.

۳. شخصیت‌ها یا اسامی: در بعضی مطالعات از شخصیت‌ها و اسامی به جای جملات و واژه‌ها استفاده می‌شود. پژوهشگر می‌تواند از طریق ثبت اسامی افراد و اشخاص استفاده شده در متن‌های مختلف، به نتایج مورد نظر دست یابد.

۴. پاراگراف‌ها یا بندها: این واحد کمتر مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ زیرا به سختی می‌توان از طریق پاراگراف چیزهای مختلف را طبقه بندی و کدگذاری نمود.

۵. مقولات یا مورد: واحدی کلی است که توسط فرستنده پیام به کار گرفته می‌شود که ممکن است کتاب، مقاله و سخنرانی باشد. استفاده از مقولات برای تجزیه و تحلیل مناسب می‌باشد؛ زیرا انواع کتاب‌ها در کتابخانه‌ها به صورت موضوعی طبقه بندی شده است که می‌تواند مفید باشد.<sup>۱۴</sup>

### مقوله‌های تحلیل محتوا

در تحلیل محتوا می‌توان از مقوله‌های مختلفی سود جست. بنابراین، تحلیل محتوا منحصر به مقوله خاص نمی‌باشد، بلکه با توجه به متن محور پژوهش، سلیق و توانایی محقق می‌توان از مقوله‌های مختلف استفاده نمود. در اینجا به عنوان نمونه به برخی از این مقوله‌ها اشاره می‌شود.

الف. مقوله از حیث ساختی: در این گونه مقوله‌ها نظر پژوهشگر به شدت، به بیانات یا عقایدی که در متن ابراز شده معطوف می‌باشد. مثلاً؛ در تحلیل متن می‌توان به بررسی عواطف و میزان شدت خشم، بدبینی یا خوش بینی، که در رابطه با موضوع خاصی ابراز می‌شود، پرداخت تا به گرایش‌ها و شدت و ضعف آن پی برد.

ب. سبک شناسی متن: معمولاً اظهار نظرها با علائم و کلمات گوناگون صورت می‌گیرد. از این رو، می‌توان گفت: هر فرد سبک خاصی در کاربرد و نحوه استفاده از کلمات دارد، بنابراین، می‌توان از این طریق به قالب بندی سبک‌ها پرداخت، مثلاً، افراد در گفتارشان از کلمه من، ما، بنده، اینجانب، در نوشتار از کلمات مردم، اکثریت قریب به اتفاق



مردم و واژگانی از این قبیل استفاده می‌کنند که بیان‌گر معنای خاصی است. می‌توان از طریق سبک شناسی به لایه‌های زیرین مقصود گوینده دست یافت.

ج. موضوع بندی مقوله‌ها: بر اساس معیاری خاص با توجه به اهداف مترتب بر آن صورت می‌گیرد. مثلاً، یک متن مذهبی را در مقوله‌های کلامی، فقهی، فلسفی و غیره می‌توان دسته بندی کرد. یا یک سخنرانی سیاسی را می‌توان به سیاست داخلی، خارجی و این گونه موارد دسته بندی نمود.

د. مقوله بندی ارزشی: در این نوع مقوله‌ها، هدف معطوف به قضاوت‌های ارزشی گفتار، متن و به بطور کلی پیام‌ها می‌باشد. چنانچه بعضی از سیاستمداران کلمات مردم سالاری، حکومت مردمی، آزادی سیاسی و عدالت محوری را در سخنان خود زیاد به کار می‌برند. باید توجه نمود که آنها کلمات را در جهت مثبت یا منفی به کار می‌گیرند یا میزان علاقه و تنفر ایشان نسبت به این کلمات چه مقدار می‌باشد. از آن مهم‌تر، باید به علاقه یا تنفر درونی سیاستمداران، نسبت به واژگان پی برد تا از روی ظاهرسازی یا به خاطر مصلحت اندیشی سیاسی خود آنها را به کار نبرند.<sup>۱۵</sup>

### رده‌های دلالتی پیام

به اختصار گونه‌های دلالتی پیام عبارتند از:

۱. موضوع پیام و این که پیام درباره چیست؟ در مورد امور سیاسی، اخبار، اقتصادی، بازرگانی، اعتقادی، عمومی.
۲. نحوه برخورد و جهت گیری نسبت به موضوعی که می‌تواند مثبت یا، منفی یا حالت خنثی داشته باشد.
۳. اصولاً جهت گیری بر چه اساسی شکل گرفته است. مثلاً، در مخالفت با یک اظهار نظر چگونه، برخورد صورت می‌گیرد: تردید به لحاظ اخلاقی، تردید در صداقت، تمسخر و نفی اعتبار، تردید در درستی و پیشرفت، تردید در روش، فقدان اصالت و اموری از این سنخ‌ها.
۴. ارزش: باید توجه داشت که پیام حاوی کدام ارزش‌ها، باورها، آرمان‌ها و نیازها است. عزت نفس، اقتدار، آسایش، مهر و محبت، مهارت، دوستی، پیشرفت، استقلال، چیرگی، آزادی، پرخاشگری، عشق، و امثال این‌ها.

۵. ویژگی‌هایی که پیام برای توصیف مردم یا سازمان‌ها به کار می‌برند، کدامند؟ تعلقات سیاسی، دینی، مذهبی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و یا موارد دیگر.
۶. عامل: باید دید که چه کسانی عامل و مسبب عمل معرفی می‌شوند. گروه‌های داخلی، احزاب، روحانیون، اقوام، عوامل خارجی یا عوامل ذی نفوذ دیگر.
۷. استناد مطالب ابراز شده به چه کسانی نسبت داده می‌شود؟ گروه‌های سیاسی، رهبران دینی، اقلیت‌های مذهبی، دانشمندان علوم طبیعی و غیره.
۸. برای رسیدن به هدف چه روشی باید دنبال شود. راه‌های قانونی، خشونت، عطفوت مهربانی، روش درمانی، مذاکره، مصالحه، پرداخت جرایم و امور دیگری که کارایی دارند.
۹. منشأ: پیام از کجا سرچشمه گرفته است؟ کدام ارگان‌های سیاسی یا نظامی دست به این کار زده، یا کدام رسانه خبری منشأ این کار بوده است.
۱۰. مخاطب‌شناسی پیام: این که پیام‌ها برای چه کسانی ارسال شده است؟ چه گروه‌هایی را در بر می‌گیرد؟ همه مردم، فرهنگیان، نخبگان یا سازمان‌های دولتی و غیره.
۱۱. ماهیت پیام: در تحلیل محتوا یکی از امور مهم توجه به ماهیت پیام می‌باشد. باید دید ماهیت پیام چیست؟ تا به تحلیل آن پرداخت.
۱۲. زمان: ماجرا در چه زمانی رخ داده است و در کدام عصر به وقوع پیوسته است.
۱۳. محل: حادثه در کجا به وقوع پیوسته است؟ در داخل کشور یا در خارج، در منزل یا در خیابان، محفل سیاسی یا مکان‌های دیگر.
۱۴. ستیز: سرچشمه و نوع ستیزها چیست؟ در میان اقوام، ملل، گروه‌ها، طبقات اجتماعی و غیره.
۱۵. پایان: سرانجام ستیز به کجا منتهی می‌شود، پایان خوبی دارد یا بد؟<sup>۱۶</sup>

### تحلیل محتوای کمی و معنایی

تحلیل محتوا و نمادهای موجود در متن ممکن است کمی یا معنایی باشد. نمادهای کمی را می‌توان به واسطه رایانه و نرم افزارهای خاص شناسایی نمود، ولی واحدهای معنایی را نمی‌توان به طور آشکار بیان و معرفی نمود که تم (theme) یا موضوع نامگذاری شده است. بنابراین، محقق باید کلمات خاص یا معنای کلمه را مورد ارزیابی قرار دهد. شمارش کلمات به صورت واحدهای کمی، کاری دشوار نیست، ولی تفسیر آنها مقداری مشکل

می‌باشد؛ زیرا کلمات در زمینه‌های گوناگون بار معنایی ویژه‌ای دارند. به همین دلیل، پژوهشگران امروزه بر کمی نمودن کلمات تأکید دارند. برای کمی کردن کلمات باید فرایند زیر را پیمود:

۱. در نظر گرفتن زمان و مکان، برای مطالعه داده‌ها. به عنوان مثال، فضای لازم را باید برای یک مقاله و یا زمان لازم را برای یک سخنرانی از رادیو در نظر گرفت.
۲. بررسی ویژگی‌ها و مشخصات ظاهری که باید جستجو شود. از این رو، محقق توجه خود را معطوف به تکرار ویژگی‌هایی می‌کند که در فرایند نتیجه‌گیری پژوهش تأثیر گذار می‌باشد. مثلاً، به واسطه شمردن کلمه «قسط» در قرآن و تکرار آن با ویژگی‌ها و مشخصه‌های مختلف، به مقصود و مفهوم اصلی «قسط» از منظر قرآن دست خواهد یافت.
۳. شمردن فراوانی‌هایی که با هر مشخصه مورد نظر به کار رفته است.
۴. بررسی آهنگ‌ها و لحن به کار رفته در کلمات و واژه‌های محور تحلیل، که بیشتر در امور باورها و عقاید به کار می‌رود، با ساختن مقیاس خاص می‌توان آنها را اندازه‌گیری نمود.<sup>۱۷</sup> مثلاً، به کار رفتن کلمه «عذاب» در قرآن را می‌توان با این روش تحلیل محتوا نمود.

### تحلیل‌های کیفی

همان گونه که بیان شد، ابتدا پژوهشگران بیشتر از روش کیفی استفاده می‌کردند، اما امروزه از میزان استفاده از روش‌های کیفی کاسته شده است. برای کاربرد روش کیفی در تحلیل‌های تاریخی در این بخش، لازم است به اختصار به توضیح این روش پردازیم. داده‌های کیفی از طریق و روش‌های گوناگونی جمع‌آوری می‌شوند برخی از این روش‌ها عبارتند از: یادداشت‌های میدانی، مصاحبه‌ها، اسناد پژوهشی، نامه‌ها، متون چاپی، سخنرانی‌های شخصیت‌های سیاسی، پرونده‌های دادرسی‌های قضایی و اشکال بسیار متنوع دیگر. رویکردی که بر پژوهش کیفی حاکم است، بیشتر جنبه اثبات‌گرایانه و تفسیری به خود می‌گیرد. از این رو، تحلیل داده‌ها با توجه به آن رویکرد انجام می‌گیرد.<sup>۱۸</sup>

یکی از اموری که در تحلیل محتوای کیفی باید مورد توجه قرار گیرد، تعیین چارچوب تئوری برای تحلیل داده‌ها است. بنابراین، محقق در ابتدا نیاز به یک چارچوب نظری دارد تا براساس آن، فرضیه‌ها و متغیرهای خود را مشخص نماید، سپس درصدد روشی بر آید که با تحلیل داده‌ها مناسب باشد.<sup>۱۹</sup>

تحلیل داده‌ها به احتمال زیاد دشوارترین بخش پژوهش کیفی به شمار می‌رود؛ زیرا قواعد مشخصی برای تحلیل داده‌ها وجود ندارد. به همین دلیل، در بسیاری از موارد پژوهشگر روش تحلیل داده‌ها را خود ابداع می‌کند. تایلور بر این باور است: «علت اینکه بسیاری از مردم تحلیل داده‌های کیفی را دشوار می‌یابند این است که این تحلیل یک فرایند مکانیکی یا فنی نیست، بلکه فرایندی از استدلال استقرایی، تأمل، و نظریه پردازی است». کوپین پتن نیز فرایند تبدیل داده‌های کیفی خام به صورت نوشتار روشمند را نوعی ترکیب تحلیلی پیچیده و چند وجهی، که برخوردار از خلاقیت پژوهشگر است، می‌داند. از این‌رو، فرمول خاص و دستور العمل صریح، در این رابطه را منتفی می‌داند.<sup>۲۰</sup>

در برخی از روش‌های کیفی، به ویژه رسانه‌ها، هدف پژوهشگر معطوف به تأثیر پیام در مخاطبان و گیرنده پیام می‌باشد تا آن را مورد ارزیابی قرار دهد. لذا محقق بار ارزشی کلمات به کار رفته در پیام را می‌شمارد؛ زیرا تکرار کلمات خاص، حاوی پیام‌هایی است که گیرندگان پیام را بر می‌انگیزد تا در برابر آن واکنش نشان دهند.<sup>۲۱</sup>

### تفاوت تحلیل محتوای کمی و کیفی

۱. تفاوت‌های روش پژوهش کمی و کیفی، ابتدا از نوع داده‌هایی که در این دو گونه تحقیق به کار گرفته می‌شود، تمایز می‌یابد؛ زیرا داده‌های کمی بر آمار و ارقام استوار است. در حالی که، داده‌های کیفی از این قاعده متابعت نمی‌کند.

۲. در روش کمی این امکان وجود دارد که میان مرحله گردآوری داده‌ها و تحلیل داده‌ها تفکیک نمود، ولی در روش کیفی تفکیک کامل میان این دو مرحله ممکن نیست. از این‌رو، در روش کیفی پژوهشگر همواره دست به تحلیل داده‌ها می‌زند و با افزایش اطلاعات جدید، تحلیل‌های پیشین خود را غنی تر می‌کند و یا در معرض تجدید نظر قرار می‌دهد.

۳. روش‌های تحلیل کمی از منطق و ضوابط معین، که مبتنی بر آمار و احتمالات است، پیروی می‌کند. در مقابل، در تحلیل‌های کیفی محقق معمولاً به سادگی دست به نوآوری و ابداع می‌زند و از شیوه‌ای بهره می‌گیرد که در تحلیل داده‌های خود راحت‌تر سود جوید. هرچند این بدان معنا نیست که قواعد کلی بر فرایند تحقیق را نادیده بگیرند.<sup>۲۲</sup>

### کدگذاری در تحلیل محتوا

کدگذاری در تحلیل محتوا بر اساس مفاهیم و معانی مورد نظر و عملیاتی نمودن متغیرها صورت می‌گیرد. بنابراین، محقق به پالایش مفاهیم می‌پردازد و ارتباط موجود میان مفاهیم را به دست می‌آورد و از طریق کدگذاری یا طبقه بندی مفاهیم مورد نظر، به عملیاتی نمودن بررسی محتوا دست می‌یابد. مثلاً، در این روش می‌توان برنامه سخنرانی فرد سیاسی یا تلویزیون را بر اساس آزادی خواهانه یا محافظه کارانه کدگذاری نمود.<sup>۳۳</sup> یا احادیث حضرات معصومان علیهم السلام را از حیث سند به سند قوی و ضعیف کدگذاری کرد.

در کدگذاری محتویات باید دقت لازم داشت؛ زیرا ممکن است کلمات افراد به گونه ای بیان شده باشد که حالت مبهم و دو پهلو داشته باشد و به سادگی نتوان مقصود آن را تشخیص داد، خصوصاً سیاستمداران از کلمات دو پهلو زیاد استفاده می‌کنند. در متون دینی نیز تشابهاتی وجود دارد. مانند آیات متشابه قرآن که موجب گمراهی افراد کم خرد گردید. بنابراین، نباید مقالات سردبیر مجله خاص را هم به آزادی خواهانه و هم محافظه کارانه توصیف نمود و کدگذاری کرد. باید ویژگی‌ها به گونه ای تنظیم شوند که مانع الجمع باشد و صفات پنهانی و مستتر آن مورد توجه قرار گیرد.

### محتویات آشکار و پنهان

برای توضیح این بحث، به مباحث محتویات قرآنی می‌پردازیم. از جمله مباحثی که از دیرباز اذهان مفسران قرآن را به خود مشغول ساخته، مفاهیمی همچون «بطن قرآن» می‌باشد. ظاهر قرآن برای افرادی که به زبان عربی تسلط دارند، قابل فهم می‌باشد و به آن محتویات آشکار اطلاق می‌گردد. ولی معانی قرآن منحصر به همین ظواهر نمی‌باشد، بلکه لایه‌های زیرینی از معانی در قرآن وجود دارد که حاوی محتویات پنهان آن می‌باشد. بنابراین، برای بدست آوردن لایه‌های پنهان و زیرین معانی قرآن، دقت و تخصص لازم می‌باشد. در تحلیل محتوای سایر متون نیز لایه‌های پنهانی از معانی وجود دارد که نیاز به تأمل بیشتر دارند. به ویژه در زمان کدگذاری محتویات، باید به اهداف پنهانی، که مترتب بر این محتویات می‌باشد، توجه نمود.

### ویژگی‌های تحلیل محتوا

به اختصار ویژگی‌های تحلیل محتوا عبارتند از:

الف. عینی و عملی بودن: به این معنا که مباحث کیفی به گونه‌ی عینی تبدیل گردد تا اگر پژوهشگر دیگری همان متن را دوباره با روش قبلی تحلیل محتوا نمود، به نتایج محقق اولی دست یابد. این امر در صورتی تحقق می‌یابد که معیارهای به کار رفته در تحلیل محتوا روشن باشد تا دیگران نیز با طبقه بندی و تجزیه و تحلیل متن به همان اندازه توفیق یابند.

ب. نظم بخشیدن به عملیات: تحلیل محتوا در صورتی کامل انجام می‌گیرد که محقق به واریسی همه محتویات مربوط به موضوع مبادرت ورزد و از انتخاب عناصر بر اساس سلاقی شخصی خودداری نماید. نباید با پیشداوری و ذهنیت‌های نادرست، به تحلیل متن پرداخت، بلکه باید آنچه واقعاً در متن به کار رفته است، مورد تحلیل قرار گیرد.<sup>۲۴</sup>

### تحلیل محتوای صوت‌ها

در این نوع تحلیل محتوا محقق می‌کوشد که هر نوع عکس العمل افراد را مورد بررسی قرار دهد. هر چند افراد در هر شرایط و مکانی، با اقتضای مجلس به ایراد سخن می‌پردازند، ولی در بعضی مواقع به جهت دلایل مختلف مثل ترس، عصبانیت، خوشحالی و امثال آن، نحوه صدا، تن و لحن ادای کلمات افراد تفاوت می‌کند. گاهی صدا همراه با لرزش، لکنت زبان، حالت گریه و حالات دیگر بروز می‌کند.

بیان حالات، کاربرد صدا به روشنی قابل تشخیص می‌باشد، خصوصاً سیاستمداران در حالت عصبانی تن، لحن و نحوه کاربرد کلماتشان کاملاً تغییر می‌کند و از این طریق براحتی می‌توان به عصبانیت آنان پی برد. سخنگوی دولت هر هفته برنامه ای با خبرنگاران دارند. در بعضی ایام اتفاق می‌افتد که به دلیل مسائل سیاسی، که به وقوع پیوسته، منحنی تن صدای سخنگو و آهنگ آن تغییر می‌یابد. از طریق منحنی تن صدا، می‌توان به نیرو و انرژی فرد پی برد و تشخیص داد که به چه میزان در اداره کشور نیرومند است و تا چه مدت می‌تواند به اداره یک کشور پردازد و یا دارای چه نوع بیماری است و تا چه مدت می‌تواند به حیات خود ادامه دهد.<sup>۲۵</sup>

### تحلیل تصویری

محقق علاوه بر استفاده از صدای گوینده کلام، در صورت امکان می‌تواند از مشاهده تصویری فرد متکلم در تحلیل محتوا استفاده بهتری ببرد. مثلاً، می‌توان علاوه بر تن صدای

فرد، به لرزش صدا، بدن فرد و حالت حرکات دست و سر به تحلیل روشن تری دست یافت، به ویژه ظهور حالات چهره‌ای که فرد توانایی پنهان نمودن آن را ندارد، به محقق کمک می‌کند تا به واکنش‌های درونی گوینده کلام دست یابد. واکنش‌های بدنی یک سیاستمدار هنگام صحبت کردن در رابطه با یک واقعه، به محقق کمک می‌کند تا اهمیت آن موضوع را بدست آورد. تنفس عمیق، در هم کردن اخم‌ها، برخاستن از جا، نگاه خیره مانند، کندن ناخن و حرکات دیگر می‌تواند راهنمای خوبی برای پژوهشگر باشد. همین طور استفاده از صندلی مجلل برای افرادی که از ساده زیستی سخن می‌گویند، بیانگر گرایش‌های درونی آنها می‌باشد.<sup>۲۶</sup>

### مزایای تحلیل محتوا

در مورد مزایا و نقاط قوت تحلیل محتوا می‌توان گفت که تحلیل محتوا از لحاظ هزینه و به لحاظ زمانی، نسبت به انواع دیگر تحقیقات، بسیار مقرون به صرفه می‌باشد. به همین دلیل، هر پژوهشگر به راحتی می‌تواند به تحلیل محتوای یک موضوع بپردازد. در صورتی که تحقیقات پیمایشی به تنهایی و براحتی برای او میسر نیست، برای تحلیل محتوا به تجهیزات زیادی نیاز نیست. محقق در صورت دستیابی به منابع و اطلاعات می‌تواند به تحلیل آن بپردازد.

از مزایای دیگر تحلیل محتوا این است که، در صورت غفلت محقق در ایام انجام کار، به راحتی می‌توان بخش مورد غفلت قرار گرفته را بازنگری نمود. درحالی که، در تحقیقات میدانی در صورت وقوع اشتباه چه بسا عملیات به طور کلی نیاز به بازنگری داشته باشد. گاهی اوقات با توجه به محدودیت زمانی و هزینه‌های گزاف، نمی‌توان به بازنگری دوباره موضوع پرداخت. از این رو، به ناچار باید از ادامه کار تحقیق دست برداشت.<sup>۲۷</sup>

ویژگی دیگر تحلیل محتوا این است که زمینه اذیت یا مزاحمت دیگران نمی‌گردد؛ زیرا برای بدست آوردن اطلاعات، نیاز به مراجعه به مردم نیست، بلکه بیشتر به تحلیل متون‌های مختلف پرداخته می‌شود. علاوه بر این، تحلیل محتوا سبب می‌شود که پژوهشگر از تعجیل در تفسیر متن خودداری کند. بنابراین، محقق را وادار می‌کند تا با دقت لازم به تفسیر و تحلیل مطالب بپردازد.<sup>۲۸</sup>

امتیاز دیگر تحلیل محتوا این است که به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا به تحلیل مسائلی بپردازد که طی فرآیند زمانی طولانی رخ داده است. از این طریق می‌توان تاریخ گذشته را مورد واری قرار داد. مثلاً، می‌توان برخورد عرب‌های جاهلیت قبل از اسلام و پیامبر را در مورد زنان مقایسه نمود و به تحلیل ادبیات و اشعار اعراب جاهلی و احادیث پیامبر در مورد زنان و حقوق اجتماعی آنان پرداخت.

### معایب تحلیل محتوا

با همه مزایا و فوایدی که برای تحلیل محتوا بیان گردید، طبیعی است هر روش تحلیل داده‌های اجتماعی معایبی نیز دارد. بنابراین، تحلیل محتوا نیز از این قاعده مستثنی نیست. از جمله معایب تحلیل محتوا عبارتند از:

۱. در تحلیل محتوا برخی از روش‌ها مانند تحلیل ارزیابی، بسیار سنگین و دشوار و نیاز به کار و فعالیت زیادی دارند. باید زمان لازم برای اجرای آنها را در نظر گرفت و در سازگاری آن با تحقیق تلاش لازم را نمود.
۲. کاربرد تحلیل محتوا هر چند دامنه وسیعی را در بر می‌گیرد، ولی در هر مورد وضع کار تفاوت می‌کند. باید از روشی خاص بهره برد. از این رو، محقق به محدودیت در کاربرد روش‌ها برخورد می‌کند.<sup>۲۹</sup>
۳. محدودیت دیگر تحلیل محتوا فقدان برخی پیام‌های است، که با موضوع تحقیق در ارتباط می‌باشد. مثلاً، بسیاری از شخصیت‌ها بسیار اندک در رسانه‌های جمعی پوشش داده می‌شوند. لذا دست رسی به آنها دشوار می‌باشد.<sup>۳۰</sup>

### نتیجه‌گیری

به طور کلی، تحلیل محتوایی شامل یک تحلیل نظام‌دار از متن است. متون، شامل هر نوع نوشته‌ای از قبیل کتاب، مجلات، نامه‌ها، صورت جلسات، نوشته‌های نامه‌های تلویزیونی، رونوشت مصاحبه و نوشته‌های میدانی است. در اغلب تحلیل‌های محتوایی نمودارهای کمی، فراوانی را با هر یک از کلمات مشخص یا موضوعاتی که در متون آمده، محاسبه می‌کند و سپس تحلیل‌های آماری را بر روی این فراوانی‌ها منتقل می‌سازند.

تحلیل محتوا در مباحث اجتماعی کاربرد زیادی دارد. از جمله پژوهشگر را یاری می‌رساند تا به کمک این روش، در تحلیل مسائل اجتماعی به نتایج دقیق‌تری دست یابد



و از نسبت‌های ناسنجیده و پیش‌داوری‌های ناروا دوری نماید. به خصوص در جامعه مدرن که شناخت‌ها به سادگی امکان‌پذیر نمی‌باشد. بنابراین، در تحلیل محتوا در ابتدا باید موضوع مورد مطالعه به دقت مشخص و معین گردد. سپس، جامعه آماری و جمعیت نمونه تعیین گردد. در مرحله بعد، اثر یا آثاری که موضوع بحث می‌باشد، باید بارها مورد مطالعه قرار گیرد. طی این فرایند ممکن است پیش فرض‌ها تصحیح شوند و فرضیه‌های جدید در ذهن پژوهشگر بروز نماید. بنابراین لازم است در تحلیل محتوا، اهداف از پیش تعیین گردد، چارچوب نظری با توجه به اهداف تحقیق شناسایی شود، فرضیه‌ها مورد آزمون قرار گیرد، مقوله‌هایی که تحلیل محتوا براساس آن انجام می‌گیرد، از ویژگی فراگیر، طرد مقابل و همگونی برخوردار باشد. مقوله‌هایی که باید مورد توجه قرار گیرد عبارتند از: مقوله‌های ساختی، مقوله‌های موضوعی، مقوله‌های ارزشی و.. پرداختن به تکنیک تحلیل محتوا در پژوهش‌های اجتماعی از این جهت ارزشمند است که از طریق این روش می‌توان به تحلیل محتوا و منابعی پرداخت که در زمان‌های گذشته و یا در فرهنگ‌های دیگر تولید شده‌اند؛ زیرا مطالعه این آثار به صورت مستقیم برای ما مقدور نیست و از طریق تحلیل محتوا می‌توان به پردازش اطلاعات در مورد آنها پرداخت.



پی‌نوشت‌ها

۱. فرامرز رفیع پور، تکنیک‌های خاص تحقیق در علوم اجتماعی، ص ۱۱۰.
۲. باقر ساروخانی، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، ج ۲، ص ۳۰۰.
۳. کریپندورف باقر، تحلیل محتوا، مبانی روش‌شناسی، ترجمه هوشنگ ناییبی، ص ۱۳-۱۴.
۴. باقر ساروخانی، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، ص ۳۰۱.
۵. رایف دانیل، لیسای استفن، جی. فیکو فریدریک، تحلیل پیام‌های رسانه‌ای (کاربرد تحلیل محتوای کمی در تحقیق)، ترجمه مهدخت بروجردی علوی، ص ۲۳.
۶. چاوا فرانکفورد، دیوید نجمیاس، روش‌های پژوهش در علوم اجتماعی، ترجمه فاضل لارجانی و رضا فاضلی، ص ۴۶۹.
۷. راجردی. ویمر و جوزف آر. دومینیک، تحقیق در رسانه‌های جمعی، ترجمه دکتر کاووس سیدامامی، ص ۲۱۷.
۸. محمود طالقانی، روش تحقیق نظری، ص ۹۵-۹۶.
۹. راجردی. ویمر و جوزف آر. دومینیک، تحقیق در رسانه‌های جمعی، ص ۲۱۷-۲۱۸.
۱۰. محمود طالقانی، روش تحقیق نظری، ص ۹۶. رفیع پور فرامرز، تکنیک‌های خاص تحقیق در علوم اجتماعی، ص ۱۱۹-۱۲۰. جمع نویسندگان، کتاب آگاه، ج ۱، ص ۲۱۷-۲۱۸.
۱۱. چاوا فرانکفورد، دیوید نجمیاس، روش‌های پژوهش در علوم اجتماعی، ص ۴۶۹. ارل بی، روش تحقیق در علوم اجتماعی، ترجمه رضا فاضل، ج ۲، ص ۶۴۴.
۱۲. چاوا فرانکفورد، دیوید نجمیاس، روش‌های پژوهش در علوم اجتماعی، ص ۴۷۰-۴۷۲؛ طالقانی محمود، روش تحقیق نظری، ص ۹۸-۹۹.
۱۳. باقر ساروخانی، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، ج ۲، ص ۲۸۶-۲۹۰؛ طالقانی محمود، روش تحقیق نظری، ص ۹۸-۹۹.
۱۴. چاوا فرانکفورد، دیوید نجمیاس، روش‌های پژوهش در علوم اجتماعی، ص ۴۷۲-۴۷۳؛ طالقانی محمود، روش تحقیق نظری، ص ۹۷. یارول مانهایم و ریچارد ریچ، روش‌های تحقیق در علوم سیاسی، ترجمه لیلا سازگار، ص ۲۸۳-۲۸۵.
۱۵. باقر ساروخانی، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، ج ۲، ص ۳۰۱-۳۰۲؛ سرمد زهره و همکاران، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، ص ۱۳۵. موریس دوورژه، روش‌های علوم اجتماعی، ترجمه خسرو اسدی، ص ۱۲۷-۱۳۰.
۱۶. جمع نویسندگان، کتاب آگاه، ج ۱، ص ۲۲۳-۲۲۴؛ یارول مانهایم و ریچارد ریچ، روش‌های تحقیق در علوم سیاسی، ص ۲۸۶-۲۹۲.
۱۷. محمود طالقانی، روش تحقیق نظری، ص ۹۷-۹۸.
۱۸. کاووس سیدامامی، پژوهش در علوم سیاسی (رویکردهای اثبات‌گرا، تفسیری و انتقادی)، ص ۱۴۶.
۱۹. فرامرز رفیع پور، تکنیک‌های خاص تحقیق در علوم اجتماعی، ص ۱۱۹.
۲۰. کاووس سیدامامی، پژوهش در علوم سیاسی (رویکردهای اثبات‌گرا، تفسیری و انتقادی)، ص ۴۶۲.

۲۱. فرامرز رفیع پور، تکنیک‌های خاص تحقیق در علوم اجتماعی، ص ۱۱۲.
۲۲. کاووس سید امامی، پژوهش در علوم سیاسی (رویکردهای اثبات گرا، تفسیری و انتقادی)، ص ۴۹۱-۴۹۲.
۲۳. ارل بیبی، روش تحقیق در علوم اجتماعی، ج ۲، ص ۶۵۳-۶۵۹.
۲۴. باقر ساروخانی، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، ج ۲، ص ۲۹۶-۲۹۸.
۲۵. فرامرز رفیع پور، تکنیک‌های خاص تحقیق در علوم اجتماعی، ص ۱۳۸-۱۳۹.
۲۶. رفیع پور، همان، ص ۱۴۰-۱۴۱.
۲۷. ارل بیبی، روش تحقیق در علوم اجتماعی، ج ۲، ص ۶۶۳-۷۷۴. ساروخانی باقر، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، ج ۲، ص ۳۰۷. ریمون کیوی، روش تحقیق در علوم اجتماعی، ترجمه عبد الحسین نیک گهر، ص ۲۲۶-۲۲۵.
۲۸. چاوا فرانکفورد، دیوید نجمیاس، روش‌های پژوهش در علوم اجتماعی، ص ۴۷۶-۴۷۷.
۲۹. ریمون کیوی، روش تحقیق در علوم اجتماعی، ص ۲۲۶.
۳۰. راجردی. ویمر و جوزف آر. دومینیک، تحقیق در رسانه‌های جمعی، ص ۲۲۵.



## منابع

- ارل بی، *روش تحقیق در علوم اجتماعی*، ج دوم، ترجمه رضا فاضل؛ تهران، سمت، ۱۳۸۴.
- جمع نویسندگان؛ *کتاب آگاه*، تهران، آگاه، ۱۳۶۶.
- چاوا فرانکفورد، دیوید نجمیاس، *روش‌های پژوهش در علوم اجتماعی*، ترجمه فاضل لارجانی و رضا فاضلی، تهران، سروش، ۱۳۸۱.
- دانیل رایف، استفن لیبی، فریدریک جی. فیکو، ج دوم، *تحلیل پیام‌های رسانه‌ای (کاربرد تحلیل محتوای کمی در تحقیق)*، ترجمه مهدخت بروجردی علوی، تهران، سروش، ۱۳۸۵.
- راجردی، ویمر و جوزف آر. دومینیک، *تحقیق در رسانه‌های جمعی*، ترجمه دکتر کاووس سیدامامی، تهران، سروش، ۱۳۸۴.
- رفیع پور، فرامرز، *تکنیک‌های خاص تحقیق در علوم اجتماعی*، تهران، انتشارات انتشار، ۱۳۸۲.
- ریمون کیوی، *روش تحقیق در علوم اجتماعی*، ج هفتم، ترجمه عبدالحسین نیک گهر، تهران، توتیا، ۱۳۸۲.
- ساروخانی، باقر، *روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی*، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱۳۸۲.
- ساروخانی، باقر، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ج چهارم، ۱۳۸۲.
- سرمد، زهره و همکاران، *روش‌های تحقیق در علوم رفتاری*، ج دوازدهم، تهران، آگاه، ۱۳۸۵.
- سیدامامی، کاووس، *پژوهش در علوم سیاسی (رویکردهای اثبات‌گرا، تفسیری و انتقادی)*، تهران، دانشگاه امام صادق، ۱۳۸۶.
- طالقانی، محمود، *روش تحقیق نظری*، ج ششم، قم، دانشگاه پیام نور، ۱۳۸۱.
- کلوس کریندورف؛ *تحلیل محتوا، مبانی روش شناسی*، ج سوم، ترجمه هوشنگ ناییب، تهران نی، ۱۳۸۶.
- موریس دوورژه، *روش‌های علوم اجتماعی*، ج سوم، ترجمه خسرو اسدی، تهران، امیر کبیر، ۱۳۷۵.
- یارول مانهایم و ریچارد ریچ؛ *روش‌های تحقیق در علوم سیاسی*، ترجمه لیلا سازگار، تهران، دانشگاه تهران، ۱۳۷۷.