

مروری بر روش تحلیل محتوا

Content Analysis

آرزو رحیم سلانی

دانشجوی کارشناسی ارشد علوم
کتابداری و اطلاع‌رسانی - دانشگاه تهران

می‌داند. (بیابانگرد، ۱۳۸۶، ج ۱). در تعریفی جامع‌تر می‌توان گفت: تحلیل محتوا روشی برای دستیابی به ویژگی‌های مختلف پیام، دیدگاه‌ها و اندیشه‌های فرستنده پیام، علل صدور و آثار پیام است. در واقع، این روش برای تجزیه و تحلیل عینی و منظم پیام‌های مختلفی که از طریق گوناگون مبادله می‌شوند، به کار می‌رود. نویسنده در نوشتار حاضر، نگاهی مروری به روش تحلیل محتوا دارد. وی نخست بعد از ارائه تعریفی از روش تحلیل محتوا، روند تکامل این روش را بررسی می‌نماید. سپس، تاریخچه استفاده از روش تحلیل محتوا و نیز هدف‌های بکارگیری این روش در پژوهش‌های علمی را مورد مذاکره قرار می‌دهد. بیان مزایا، محدودیت‌ها، آسیب‌شناسی استفاده از این روش علمی، بررسی وجوه تازش روش تحلیل محتوا با سایر روش‌های پژوهش، انواع آن، واحدهای محتوا در تحلیل محتوا، مراحل اجرای این روش، سنجش روایی و پایایی در آن و در نهایت نحوه استفاده از رایانه در تحلیل محتوا، از دیگر مباحث مطرح در نوشتار حاضر است.

بیشتر تعاریفی که برای روش تحلیل محتوا مطرح هستند، برخلاف تنوع‌شان، توافق جامعی را درباره شروط «عینیت»، «انتظام و سیستمی بودن» و «عمومیت» دارند. برای درک بهتر ویژگی‌های تحلیل محتوا لازم است این سه مفهوم به تفصیل بررسی شوند.

عینیت

هر مرحله از فرایند پژوهش باید بر اساس قواعد، احکام و روش‌های مشخص انجام گیرد. (خاکی، ۱۳۷۹). تجزیه و تحلیل محتوا وقتی دارای ویژگی عینی است که در صورت تکرار پژوهش، نتایج یکسان حاصل آید. این امر زمانی امکان‌پذیر خواهد بود که واحدها یا عناصر تجزیه تحلیل، گروه‌های طبقه‌بندی، همچنین معیارهایی که برای ارزیابی در متن در نظر گرفته شده‌اند، به صورت کامل، مشخص و تعیین شوند. (معمد نژاد، ۱۳۵۶). درکل می‌توان گفت: بدون وجود مجموعه‌ای از ملاک‌ها و روش‌ها که به صورت کامل، روش‌های نمونه‌گیری و طبقه‌بندی را مشخص کند، نه تنها شرط عینیت برآورده نمی‌شود بلکه درباره پایایی پژوهش نیز تردید می‌شود. (بیابانگرد، ۱۳۸۶، ج ۱).

برخی محققان معتقدند برای رسیدن به عینیت باید کمی‌سازی کرد؛ زیرا هدف تحلیل محتوا بازنمایی دقیق یک مجموعه از پیام‌ها است. از مزایای دیگر کمی‌سازی این است که امکان مقایسه نتایج پژوهش در صورت تکرار آن، راحت‌تر فراهم می‌آید. افزون بر آن، کمی‌سازی امکان استفاده از ابزارهای آماری بیشتری را به محقق تجزیه و تحلیل داده‌ها می‌دهد. (بیابانگرد، ۱۳۸۶، ج ۱).

چکیده: تحلیل محتوا روشی برای دستیابی به ویژگی‌های مختلف پیام، دیدگاه‌ها و اندیشه‌های فرستنده پیام، علل صدور و آثار پیام است. در واقع، این روش برای تجزیه و تحلیل عینی و منظم پیام‌های مختلفی که از طریق گوناگون مبادله می‌شوند، به کار می‌رود. نویسنده در نوشتار حاضر، نگاهی مروری به روش تحلیل محتوا دارد. وی نخست بعد از ارائه تعریفی از روش تحلیل محتوا، روند تکامل این روش را بررسی می‌نماید. سپس، تاریخچه استفاده از روش تحلیل محتوا و نیز هدف‌های بکارگیری این روش در پژوهش‌های علمی را مورد مذاکره قرار می‌دهد. بیان مزایا، محدودیت‌ها، آسیب‌شناسی استفاده از این روش علمی، بررسی وجوه تازش روش تحلیل محتوا با سایر روش‌های پژوهش، انواع آن، واحدهای محتوا در تحلیل محتوا، مراحل اجرای این روش، سنجش روایی و پایایی در آن و در نهایت نحوه استفاده از رایانه در تحلیل محتوا، از دیگر مباحث مطرح در نوشتار حاضر است.

کلیدواژه: روش تحلیل محتوا، اهداف، کاربردها، مزایا، محدودیت‌ها، آسیب‌ها، ویژگی‌ها، تاریخچه، روند تکامل، مراحل اجرا، روایی و پایایی، تحلیل محتوای رایانه‌ای.

اشاره

به عقیده برلسون تحلیل محتوا، نوعی تکنیک پژوهش است که برای توصیف عینی، منظم و تا آنجا که ممکن است، کمی محتوای ارتباطات با هدف نهایی تفسیر داده‌ها به کار می‌رود. (ساروخانی، ۱۳۷۲، ج ۱). دانیل رایف، استفن لیسلی و فردریک جی. فیکو (۱۳۸۱) این روش تحقیق را، آزمون نظام‌مند و تکرارپذیر نمادهای ارتباطی می‌دانند که در آن ارزش‌های عددی بر اساس قوانین معتبر اندازه‌گیری، به متن نسبت داده می‌شوند و سپس با استفاده از روش‌های آماری، روابط بین ارزش‌ها تحلیل می‌شود. این عمل برای توصیف محتوای ارتباطات، استخراج نتیجه درباره معنی آن و یابی بردن به بافت و زمینه ارتباط، هم در مرحله تولید و هم در مرحله مصرف صورت می‌گیرد. کرلینجر تحلیل محتوا را روش مطالعه و تجزیه تحلیل ارتباط، به شکلی نظام‌مند، عینی و کمی به منظور سنجش متغیرها

انتظام یا نظام مند بودن

یعنی استفاده از خط مشی ثابت و داشتن وحدت رویه. گروه‌های تحقیق باید آن چنان مرتب شوند که محتوای مورد نظر، قابل تحلیل باشد. همچنین دایره شمول محتوا باید بر طبق قواعد کاربردی ثابتی مشخص شود. این شرط، آشکارا تحلیل‌هایی را که تنها به دنبال جمع‌آوری داده‌های تأکیدکننده فرضیه‌های پژوهشگر هستند، طرد می‌کند. (خاکی، ۱۳۷۹). مثلاً انتخاب نمونه باید براساس روش مناسبی صورت گیرد. افزون بر آن، فرایندهای ارزیابی باید نظام مند باشند؛ یعنی نه تنها باید با تمام محتوا یکسان برخورد شود، بلکه در ارزش‌گذاری، تجزیه و تحلیل و حتی در مدت زمانی که ارزش‌گذاران صرف داده‌ها می‌کنند، باید وحدت رویه وجود داشته باشد. به طور کلی می‌توان گفت: ارزیابی نظام مند به این معنی است که از اصول هدایت‌کننده مشخصی برای ارزیابی در سرتاسر مطالعه استفاده شود. (بیابانگرد، ۱۳۸۶، ج ۱).

عمومیت

یعنی اینکه یافته‌ها با هم ارتباط نظری داشته باشند. اطلاعات توصیفی صرف درباره محتوا، بدون ارتباط با دیگر ویژگی‌های اسناد یا خصوصیات فرستنده و گیرنده پیام ارزش چندانی ندارد. (خاکی، ۱۳۷۹).

روند تکامل روش تحلیل محتوا

باس و تارنای^۱ (۱۹۹۹) در مقاله خود روند تکامل تحلیل محتوا را این‌گونه بیان می‌کنند:

۱. تحلیل محتوای تفسیری (هرمنوتیک)^۲

اصطلاح هرمنوتیک از واژه یونانی (hermeneuein) گرفته شده که به معنای بازگرداندن گفته - اعم از نوشتار و گفتار - به زبانی قابل فهم برای مخاطب است. در خصوص سابقه تاریخی این واژه این‌گونه گفته شده است: در اسطوره‌های قدیم یونان، فرستاده هرمس (Hermes)، - خداوند بازرگانی و سخنوری - پیغام‌های خداوند را تفسیر می‌کرد تا برای عامه مردم قابل فهم شود. از آنجایی که متون مقدس دینی چون تورات به سادگی قابل فهم نبودند، یک متخصص یا عالم باید این متون را تفسیر می‌کرد تا قابل درک شود. این متخصص یا عالم دینی سعی داشت ایده‌های اصلی دینی را از بین متون مقدس استخراج کند و برای مردم توضیح دهد. (باس و تارنای، ۱۹۹۹).

بنا بر ریشه تاریخی پیش‌گفته برای این نوع تحلیل محتوا، می‌توان گفت این روش از سابقه تاریخی قدیمی تری نسبت به سایر روش‌های پژوهش برخوردار است. افزون بر آن می‌توان نتیجه گرفت که تحلیل محتوا برای اولین بار در علوم انسانی مطرح شد.

به مرور زمان ایده «هنر توصیف علمی» در تحلیل محتوا توسط اسکلییر ماخر^۳ مطرح شد. طبق این ایده، فرایند هرمنوتیک (تحلیل محتوا در شکل اولیه خود)، سعی در توضیح متون به روشی قاعده‌مند و به هدف فهم منظور اصلی نویسنده دارد. (باس و تارنای، ۱۹۹۹).

۲. تحلیل محتوای تجربی^۴ (کمی)

اولین کارهای تحلیل محتوای تجربی که بیشتر براساس فرایندهای کمی به تحلیل متون می‌پرداخت، در اواخر دهه ۱۹۲۰ و در بین روزنامه‌نگاران انجام گرفت. به ویژه در بین جنگ جهانی دوم که توجه عموم به سوی روزنامه‌ها، اعلامیه‌ها و تبلیغات جلب شده بود، این روش اقبال خاصی بین محققان پیدا کرد.

تحلیل محتوای تجربی که اساساً رویکردی کمی دارد، یک روش تحلیل بسامدی است؛ یعنی بسامد واحدهای تحلیل، تعیین می‌شوند و نتایج براساس تفاوت بسامدهای واحدهای تحلیل تفسیر می‌شود. در این روش ارزش، اهمیت و شدت بیان متغیرها از ابتدا تعیین می‌شود. در این رویکرد فرض بر این است که هر مفهومی که از شدت تکرار بیشتری برخوردار است، اهمیت بیشتری در متن دارد.

به این رویکرد انتقادات زیادی وارد شده است. محققان بر این باورند که رویکرد کمی محض به محتوا داشتن، قادر به بازنمایاندن مفاهیمی که در بین سطور پنهان شده‌اند، نیست؛ برای مثال در این رویکرد، روابط بین جملات و مفاهیم و اهمیت وقوع دو مفهوم به طور همزمان، قابل اندازه‌گیری نیست. بنابراین نتایجی که از این روش حاصل می‌شوند، از لحاظ روایی و اعتبار قابل اطمینان نیستند (کراکاور^۵، ۱۹۵۲). البته نمی‌توان این روش را کاملاً فاقد اهمیت تلقی کرد؛ زیرا روش تحلیل محتوای تجربی یا تحلیل بسامدی کاربردهای خاصی دارد. به ویژه زمانی که پژوهش در زمینه بررسی گرایش‌ها و تمایلات در وسایل ارتباط جمعی است، این روش کارآمد و پاسخگو است؛ اما اگر هدف پژوهش بررسی سایر مباحث در ارتباطات جمعی باشد، باید گفت که روشی قابل اعتماد نیست؛ برای مثال با شمارش واحدهای تحلیل، نمی‌توان نگرش‌ها را به طور کامل اندازه‌گیری کرد.

۳. تحلیل محتوای کیفی^۶ (پیشرفت‌های اخیر در تحلیل محتوا)

همان‌گونه که گفته شد روش‌های سنتی تحلیل محتوا خالی از انتقاد نبودند. تحلیل محتوای هرمنوتیکی به دلیل دخالت مستقیم نگرش‌های پژوهشگر در نتایج از لحاظ روایی و اعتبار مورد اطمینان نیست (باس و تارنای، ۱۹۹۹).

3. Schliermacher

4. Empirical content analysis

5. kracauer

6. Qualitative Content Analysis

1. Bos & Tarnai

2. hermeneutic content analysis

اسکندریه، به ویژه اریستارخوس^{۱۰} (۲۰۰ ق.م.) است که از فضلاء و ادبای قرن سوم قبل از میلاد به شمار می‌آید. وی در نقد و تصحیح نسخه ایلیاد و اودیسه دقت فراوان به کار برده است. اریستوفان بیزناسی (کتابدار کتابخانه اسکندریه) نیز آثار افلاطون، ارسطو، و نیز ایلیاد و اودیسه را با وسواس تصحیح کرده است. نقطه اوج تصحیح متون مربوط به کارل لاکمان در سده نوزدهم است که به تصحیح دقیقی از عهد جدید در سال ۱۸۴۳ میلادی و آثار لوکرسیوس در سال ۱۸۵۰ همت گماشت. تحلیل محتوا در جهان اسلام نیز با تصحیح و نقد متون و نسخه شناسی نزدیکی دارد. از قرن نوزدهم کار تصحیح و نقد متون ادبی - تحلیل محتوا در شکل اولیه خود - به شیوه علمی آغاز شد. در واقع از زمانی که برنارد برلسون در سال ۱۹۵۲، روش تحلیل محتوا را با نام روشی مستقل نامگذاری و تعریف کرد، این روش در بسیاری از زمینه‌های تحقیقاتی، روشی ارزشمند شناخته شد. تحلیل محتوا در گام‌های نخست، تنها برای توصیف پیام‌های ارتباطی به کار می‌رفت؛ اما در فرایند رشد خود بدان پایه رسید که با اندازه‌گیری همبستگی متغیرهای نهفته در متن، توانست به پرسش‌های تحقیق در زمینه‌های مختلف پاسخ دهد. گفتنی است که روش تحلیل محتوا بیشتر در پژوهش‌های علوم انسانی، به ویژه در حوزه‌های ارتباطات، مطالعات مربوط به شناخت و تأثیر رسانه‌های گروهی بررسی کتب درسی مورد توجه بوده است.

استفاده از این روش در مطالعات علوم سیاسی و جامعه شناسی از اوایل دهه ۱۹۳۰ مرسوم شد. هارولد لاسول^{۱۱} یکی از اولین دانشمندان علوم سیاسی بود که از این روش در تحقیقات علوم سیاسی استفاده کرد (بیابانگرد، ۱۳۸۶، ج ۱).

پروژه منشأ جنگ جهانی اول در دانشگاه استنفورد در دهه ۱۹۵۰ و یا پروژه‌های اختلاف چین و شوروی و مطالعات خصومت و وابستگی‌های بین‌المللی تحت نظر رابرت نوردر در دهه ۱۹۶۰، راه را برای به کار بردن این روش در تحقیقات سیاسی و جامعه شناسی هموار کرد (بیابانگرد، ۱۳۸۶، ج ۱).

استفاده از روش تحلیل محتوا در رشته کتابداری و اطلاع‌رسانی در مطالعات گوناگون این‌گونه بیان شده است: به عقیده پرتیز^{۱۲} این روش از دید پژوهشگران کتابداری و اطلاع‌رسانی دور مانده است. ایتون و برگین^{۱۳} در سال ۱۹۸۴ در گزارشی نتیجه گرفته‌اند که تحلیل محتوا در رشته کتابداری و اطلاع‌رسانی هرگز نقش مهمی نداشته است؛ ولی نور^{۱۴}

بعد از آن روش تحلیل محتوای کمی مطرح شد. این روش سعی داشت تنها آنچه در متون به طور شفاهی به نمایش گذاشته می‌شود را اندازه‌گیری کند. این روش نیز خالی از انتقاد نبود؛ زیرا بسیاری از پرسش‌ها تنها با شمارش واحدها قابل پاسخگویی نبودند. شکی نیست که متون در کنار مفاهیم بیان شده در ظاهر، دارای مفاهیم ضمنی هم هستند که این مفاهیم ضمنی با این روش قابل بررسی نبودند. بنابراین اعتبار و روایی این روش نیز محل تردید بود. بنابراین محققان روش سومی را مطرح کردند تا بتواند نقص‌های دور روش قبلی را پوشش دهد. مدافعان روش سوم معتقدند نتایج پژوهش‌های کمی باید در نهایت کیفی شود. در غیر این صورت نتایج نمایش نامفهومی از اعداد خواهد بود. بنابراین باید تفسیر کیفی همراه داده‌های کمی مطرح شود تا نتایج موثق و قابل فهم گردند. افزون بر این محققان روش سوم بر این باورند که در هر پژوهشی دو مرحله کیفی وجود دارد (باس و تارنای، ۱۹۹۹).

مرحله اول در آغاز پژوهش است. در این مرحله هدف پژوهش بیان می‌شود، مسئله فرمول‌بندی می‌شود، سؤالات پژوهش و فرضیه‌ها شکل می‌گیرند، مفاهیم تعریف می‌شوند و روش دستیابی به نتایج طراحی می‌شود.

مرحله دوم نیز همان مرحله آخر پژوهش است. در این مرحله نتایج با سؤالات پژوهش تطابق داده می‌شوند و بر اساس آن تفسیر می‌شوند.

ریتسرت^۷ که از مدافعان روش کیفی - کمی تحلیل محتوا است، سعی کرد در سال ۱۹۷۲، مدلی کامل از این نوع تحلیل محتوا ارائه دهد. هدف او از طرح این مدل، تحلیل محتوای متون بر اساس روشی قانونمند، علمی و دارای اعتبار و روایی بود. مدلی که وی ارائه می‌دهد، به صورت خلاصه در تصویر شماره ۱ نشان داده شده است (باس و تارنای، ۱۹۹۹).

همان‌گونه که قبلاً گفته شد، روش کیفی اغلب برای سنجیدن مفاهیم ضمنی^۸ متون به کار می‌رود. این نوع پژوهش گاهی منجر به شکل‌گیری تئوری یا فرضیه‌هایی بر اساس دانش محقق و نتایج و مدارک به دست آمده می‌شود (کندراکی، ولمن، اماندسون^۹، ۲۰۰۲).

تاریخچه استفاده از تحلیل محتوا در پژوهش‌های علمی

تصحیح و نقد متون در روزگاران پیشین را می‌توان نوعی تحلیل محتوا دانست. در گذشته دانشمندان با روش‌های مختلف، سعی داشتند نسخه‌های اصل را از نسخه‌های بدل تمیز دهند. قدیمی‌ترین نقد متون که در دست است، مربوط به تحقیقات دانشمندان مکتب

10. Aristarchus

11. Harold lasswell

12. Pertiz

13. Eaton & Burgin

14. Nour

7. Ritsert

8. latent meaning

9. Kondracki, Wellman & Amundson,



▲ تصویر شماره ۱

محتوای سندی را تجزیه تحلیل کرد و انگیزه و شخصیت نویسندگان آنها را از آن استنباط کرد (ظهوری، ۱۳۷۸).

۲. تحلیل گیرنده پیام یا مخاطب

۳. تحلیل ویژگی های پیام. برای مثال می توان برای درک بهتر درس یا سخنرانی های استادان، آنها را تحلیل محتوا و ارزش ها و نظریه هایی که به صورت غیرمستقیم در آنها وجود دارد کشف و ویژگی هایشان را شناسایی کرد (ظهوری، ۱۳۷۸).

۴. تحلیل پیامدهای پیام برای شناختن اثر آن روی مخاطب (طالب، ۱۳۸۰). مهم ترین مورد استفاده تحلیل محتوا، شناسایی تأثیر پیغام بر روی گیرنده آن است. برای مثال می توان با مطالعه سوابق واکنش مردم نسبت به یک پیغام، اثر آن پیغام و میزان متقاعدکنندگی آن را سنجید (ظهوری، ۱۳۷۸).

۵. تحلیل وضعیت اجتماعی حاکم بر فرایند و ساختارهای اجتماعی که زمینه ساز این ارتباط است (اتسلندر و دیگران، ۱۳۷۱).

هولدفورد^{۱۶} (۲۰۰۸) معتقد است تحلیل محتوا برای استنتاج و

در گزارشی استفاده از این روش را در مقالات کتابداری و اطلاع رسانی تا سال ۱۹۸۴، نزدیک به ۲/۹ درصد و کسلر و هاونر^{۱۵} در سال ۱۹۸۷ برابر ۴/۹ درصد بیان کرده اند. این گزارش ها نشان دهنده رشد این روش پژوهش در علم کتابداری و اطلاع رسانی است. کاوش کلیدواژه تحلیل محتوا در پایگاه اطلاعاتی لیژانا، در یک دوره کوتاه مدت در سال های اخیر نشان می دهد که انبوهی از مطالعات در سراسر دنیا انجام گرفته است که سیر کاربرد مطالعات تحلیل محتوا در این رشته را به صورت های زیر نشان می دهد: الف) سنجش محتوای متون برای اطلاع سنجی یا علم سنجی؛ ب) سنجش محتوای متون برای اطلاع یافتن از نیازهای اطلاعاتی استفاده کنندگان از کتابخانه؛ ج) سنجش محتوای متون در رشته های تخصصی و د) سنجش عناوین مقالات و ارتباط آنها با متن (باب الحوائجی، بی تا).

هدف های تحلیل محتوا

هدف اصلی در بکارگیری روش تحلیل محتوا بررسی و تحلیل ارتباطات اجتماعی بشر برای دستیابی به متغیرهای آن است (خاکی، ۱۳۷۹). در واقع تحلیل محتوا یکی از اهداف زیر را دنبال می کند.

۱. تحلیل فرستنده یا پیشینه های پیام. با استفاده از این روش می توان،

راه سایر روش‌های پژوهش امکان پذیر نیستند (هولدفورد، ۲۰۰۸). با استفاده از این روش می‌توان به مطالعه جنبه‌های مختلف فرهنگ و دگرگونی‌های فرهنگی پرداخت، مثلاً با بررسی ادبیات و شعر در یک فرهنگ می‌توان ارزش‌های آن جامعه را شناسایی و با سایر فرهنگ‌ها مقایسه کرد (ظهوری، ۱۳۷۸).

• تحلیل محتوا می‌تواند به اظهار نظر در مورد سبک مؤلف کمک کند. با این روش گاه حتی می‌توان نویسنده متونی که نویسنده آنها ناشناس است را شناسایی کرد و سرعت‌های ادبی را برملا ساخت (ساروخانی، ۱۳۷۲، ج ۱).

• از آنجایی که این روش بر اساس سازمان‌های درونی پیام است، محقق را مجبور می‌کند از تفسیرهای آئی و نسنجیده فاصله بگیرد. به عبارت دیگر، محقق در تحلیل محتوا، معیارهای ایدئولوژیکی و هنجارهای خودش را برای ارزیابی معیارهای ایدئولوژیکی و هنجاری دیگران به کار نمی‌برد (کیوی و کامپنهود، ۱۳۸۵).

• تحلیل محتوا قادر است نگاهی گذشته‌نگر به مسائل داشته باشد و نیز می‌تواند تغییراتی که در طول زمان در یک حیطه موضوعی صورت گرفته را از روی متون آن حوزه، ردیابی و شناسایی کند.

• در مقایسه با سایر روش‌های پژوهش، تحلیل محتوا کم‌هزینه‌تر است.

• تحلیل محتوا قادر است روند شکل‌گیری جریانات فکری خاص، تمایلات و گرایش‌ها را در طول زمان بررسی کند.

• اگرچه تحلیل محتوا بیشتر مناسب داده‌هایی از نوع متنی^{۲۰} است؛ اما سایر داده‌ها از نوع غیرمتنی نظیر داده‌های صوتی نیز می‌توانند با این روش بررسی شوند. البته بررسی این نوع داده‌های کمی پیچیده‌تر از روش‌هایی است که برای تحلیل و بررسی داده‌های متنی به کار می‌روند (کندراک و دیگران، ۲۰۰۲).

محدودیت‌های تحلیل محتوا

یکی از مهم‌ترین محدودیت‌هایی که برای این روش بیان می‌شود، این است که از تحلیل محتوای پیام مخابره‌شده نمی‌توان مبنایی برای تعیین آثار محتوا بر مخاطبان استفاده کرد. برای مثال، مطالعه برنامه‌های کارتنی صبح جمعه تلویزیون ممکن است نشان دهد که هشتاد درصد این برنامه‌ها حاوی تبلیغ مواد قندی هستند؛ اما به صرف این یافته، محققان نمی‌توانند ادعا کنند، کودکانی که این برنامه‌ها را می‌بینند بیشتر مواد قندی خواهند خرید. برای چنین ادعایی انجام مطالعه دیگری بر روی بینندگان ضروری است (بیابانگرد، ۱۳۸۶، ج ۱).

پاسخگویی به سه گروه سؤال پژوهش، مناسب است.

• گروه اول از پرسش‌ها مربوط به پیام‌های نوشتاری یا غیرنوشتاری می‌شوند. این پیام‌ها پاسخگویی سؤالاتی هستند که معمولاً با چه کسی، چه چیزی، چگونه، کی (پرسشگر زمان) و برای چه کسی آغاز می‌شوند. مثلاً چه پیام‌هایی در مورد داروهای گیاهی پرفروش در اینترنت مخابره شده‌اند؟

• گروه دوم از پرسش‌ها مربوط به بررسی اثرات یک پیام از یک وسیله ارتباطی روی سایر وسایل ارتباطی هستند. مثلاً سؤالاتی مانند بررسی آثار پیام‌هایی که از تلویزیون مخابره شده‌اند روی مطبوعات در یک زمینه موضوعی خاص.

• گروه سوم از پرسش‌ها نیز به بررسی اثر پیام مخابره‌شده روی پیام‌های دیگر در همان رسانه مربوط می‌شوند. مثلاً بررسی آثار پخش برنامه‌هایی که در مورد سلامت مادران است روی میزان پخش برنامه‌های در مورد بهداشت کودک.

اتسلندر و همکارانش (۱۳۷۱) هدف اصلی تحلیل محتوا را بررسی همبستگی‌های مستتر در متن برای کشف وضعیت اجتماعی برمی‌شمرند. آنها برای تحلیل محتوا در کشف این همبستگی‌ها سه عملکرد متمایز قائل شده‌اند.

- عملکرد تشخیص: شرایطی که منجر به پیدایش متن شده است.

- عملکرد پیش‌بینی: رفتار آینده صاحب متن.

- عملکرد مربوط به نظریه ارتباطات: همبستگی و روابط تأثیری بین گیرنده و فرستنده متون.

گاهی اوقات تحلیل محتوا در پژوهش‌های کمی، به عنوان یک روش مکمل برای تجزیه و تحلیل پاسخ‌های داده‌شده به سؤال‌های پاسخ باز یک پرسشنامه یا مصاحبه به کار می‌رود. همچنین تحلیل محتوا روش سودمندی برای تفسیر آزمون‌های فرافکن^{۱۷} نظیر رورشاخ^{۱۸} و آزمون اندریافت موضوع^{۱۹} است (دلاور، ۱۳۷۴).

مزایای روش تحلیل محتوا

• تحلیل محتوا برای مطالعه آنچه در پیام هست ولی در نگاه اول دیده نمی‌شود و به عبارت دیگر آنچه تلویحی و نهفته است، مناسب می‌باشد.

• تحلیل محتوا قادر به پاسخگویی به بسیاری از سؤالاتی است که از

۱۷. در روش‌های فرافکن تکلیفی به آزمودنی داده می‌شود که برای آن پاسخ‌های احتمالی متعددی وجود دارد. مواد تشکیل دهنده این آزمون‌ها به پرده سینمایی تشبیه شده است که آزمودنی، فرایندهای تفکر، نیازها، اضطراب‌ها و تعارض خود را به آن فرا می‌افکند.

18. Rorschach

19. Thematic Apperception Test (TAT)

20. textual type of data

داده‌هایی است که از پرسشنامه حاصل شده‌اند. در تحلیل محتوا درست عکس این شیوه عمل می‌شود. به این ترتیب که پاسخ‌ها همه مشخص و مضبوط هستند و هنر پژوهشگر در طرح پرسشنامه‌ای است متناسب با این پاسخ‌ها که امکان جمع‌بندی و تحلیل را فراهم آورد. به این دلیل فن تحلیل محتوا را پرسشنامه معکوس^{۱۱} نیز نامیده‌اند. به عبارت دیگر در تحلیل محتوا، برعکس پرسشنامه، پاسخ‌ها موجود و در دسترس‌اند. برخی کاملاً عیان و قابل شمارش و برخی دیگر با کمی دقت، دریافت می‌شوند. بنابراین پرسشنامه‌ای باید طراحی شود که قادر باشد این پاسخ‌ها را در برگیرد و بدون مخدوش کردن آنها قابلیت تحلیل را فراهم آورد (طالب، ۱۳۸۰).

انواع تحلیل محتوا:

در کتاب‌های روش تحقیق دسته‌بندی‌های مختلفی برای تحلیل محتوا بیان شده است. نویسندگان مختلف هر کدام سعی داشته‌اند دسته‌بندی کاملی برای این روش تحقیق ارائه دهند. آنچه در اینجا ارائه شده، ترکیبی از دسته‌بندی‌های مذکور است.

۱. تحلیل محتوای توصیفی

این نوع تحلیل یک روش تحلیل بعد از وقوع است؛ یعنی توصیف کمی محتوای بارز یک متن. تحلیل محتوای توصیفی به طور ویژه در تحلیل نویسندگان و سبک آنان به کار می‌رود (اتسلندر و دیگران، ۱۳۷۱). در تحلیل محتوای توصیفی اول باید مشخص کرد کدام یک از ابعاد متن را می‌توان واحدهای منطقی بررسی در نظر گرفت. از انواع تحلیل محتوای توصیفی می‌توان به تجزیه تحلیل تکرار، همبستگی، روند تغییر و شدت اشاره کرد.

۱-۱. تجزیه تحلیل تکرار: در تجزیه تحلیل تکرار، محقق افزون بر تعیین نوع کلمات و اصطلاحات، به محاسبه تعداد آنها، مدت زمانی که در متن سخنان سخنرانی به آنها اختصاص داده شده و یا تعداد سطوری که در نوشته‌های افراد به آنها تعلق می‌گیرد، می‌پردازد. در این نوع تجزیه تحلیل حتی ممکن است تعیین تعداد دقایقی که ایستگاه‌های رادیو تلویزیون به موضوع تحقیق اختصاص داده‌اند، مورد نیاز باشد (لاریجانی، ۱۳۸۷).

۱-۲. تجزیه تحلیل همبستگی: در تجزیه تحلیل ارتباطی، محقق همبستگی و ارتباط لغات و کلمات مشخص را با کلمات و جملات دیگر، هم از نظر کیفیت و هم از نظر تکرار بررسی می‌کند (لاریجانی، ۱۳۸۷).

۱-۳. تجزیه و تحلیل روند تغییر: هدف محقق در این نوع تجزیه - تحلیل، پی‌بردن به تغییرات خط مشی‌های سیاسی با مقایسه کلمات

از دیگر محدودیت‌های این روش، وابستگی مستقیم نتایج پژوهش به تعریف و چهارچوب بندی اولیه است. این محدودیت به این معنی است که اگر محققان از تعاریف و نظام‌های طبقه‌بندی مختلفی برای سنجش یک مفهوم واحد، در نمونه‌ای مشترک استفاده کنند، به نتایج متفاوتی دست خواهند یافت. در پژوهش‌هایی که در زمینه رسانه‌های گروهی انجام می‌شود، این مشکل بیشتر مشهود است. برای نمونه برخی محققان در مطالعات میزان خشونت در برنامه‌های تلویزیونی، خشونت طنزگونه را از مطالعات خود حذف می‌کنند، در حالی که دیگران آن را یک بعد مهم به شمار می‌آورند. چنانچه محققان از ابزارهای سنجش مختلفی استفاده کنند، بدیهی است که به نتایج مختلفی خواهند رسید (بیابانگرد، ۱۳۸۶، ج ۱).

آسیب‌شناسی روش تحلیل محتوا

کمی‌سازی گروه‌ها اصلی‌ترین موردی است که باید در آسیب‌شناسی تحلیل محتوا مورد توجه قرار گیرد. به این معنی که گاه کمی‌سازی، پژوهشگر را در تفسیر نتایج به خطا می‌اندازد. این واقعیت که چند ماده یا رفتار دارای بیشترین فراوانی در یک برنامه یا کتاب هستند، لزوماً بدان معنی نیست که دارای بیشترین تأثیر یا بیشترین ارزش نیز باشند. برای مثال اگر تحلیل محتوای سریال‌های تلویزیونی نشان دهد که ۸۰ درصد صحنه‌ها فاقد خشونت‌اند، نمی‌توان نتیجه گرفت که پرهیز از خشونت یک ارزش در جامعه مورد پژوهش به حساب می‌آید؛ و یا بینندگان این برنامه‌ها گرایش به خشونت‌گریزی خواهند داشت. زیرا ممکن است تأثیر ۲۰ درصد صحنه‌های خشونت‌دار بیشتر از ۸۰ درصد صحنه‌های فاقد خشونت باشد (بیابانگرد، ۱۳۸۶، ج ۱).

یکی دیگر از مواردی که در آسیب‌شناسی این روش مطرح می‌شود، رویکرد شمارش برای شمارش است. برای پیشگیری از بروز چنین آسیبی به پژوهش، باید هدف نهایی تحلیل را دقیق روشن کرد تا از بی‌هدفی و جمع‌آوری داده‌هایی که هیچ بهره‌ای ندارند، اجتناب شود. همانند دیگر روش‌های پژوهش، در تحلیل محتوا نیز باید با سؤالات و فرضیه‌های روشن و دقیق حرکت کرد. تحلیل محتوا را نباید تنها به این دلیل که مواردی وجود دارد و می‌توان آنها را فهرست بندی کرد، انجام داد (بیابانگرد، ۱۳۸۶، ج ۱).

تمایز با سایر روش‌ها

تقریباً پژوهش‌های علوم اجتماعی و انسانی، به مطالعه دقیق منابع و اسناد بستگی دارد و با تعمیم این امر در پژوهش، این سؤال مطرح می‌شود که چه خصوصیات روش تحلیل محتوا را از دیگر مطالعات دقیق اسنادی جدا می‌سازد؟

فلسفه اساسی این شیوه ساده است. بیشتر بررسی‌های اجتماعی مبتنی بر پرسشنامه هستند؛ یعنی آنچه که توسط محقق تحلیل می‌شود،

تحلیل محتوا را دستیابی به نتایجی در مورد منظور فرستنده، تأثیر برگزیده و وضعیت ارتباط براساس محتوای یک ارتباط می‌داند (ضیغمی، باقری نسامی، حق دوست اسکویی، و یادآور نیکروش، ۱۳۸۷).

ریمون کیوی و لودوان کامپنهود (۱۳۸۵) در دسته بندی دیگری انواع روش تحلیل محتوا را این‌گونه برمی‌شمرند.

۱. تحلیل‌های مضمونی

تحلیل‌های مضمونی، روش‌هایی هستند که محقق به بررسی و تحلیل پاره‌ای از عناصر تشکیل‌دهنده پیام می‌پردازد. برخی از انواع این تحلیل‌ها عبارتند از: تحلیل گروه ای و تحلیل ارزیابی

۱-۱. **تحلیل گروهی:** قدیمی‌ترین و متداول‌ترین روش تحلیل محتوا است. این روش محاسبه و مقایسه بسامدهای مضامین عنوان شده در پیام است. مبنای این تحلیل را فرضیه‌ای تشکیل می‌دهد که به موجب آن، یک مضمون هر چه پربسامدتر (فراوان‌تر) باشد، در نظر گوینده اهمیت بیشتری داشته است. این نوع تحلیل اساساً بینش کمی دارد.

۱-۲. **تحلیل ارزیابی:** موضوع تحلیل ارزیابی، قضاوت‌هایی است که گوینده در میان گفتارش ابراز می‌کند. در این روش، محقق بسامد قضاوت‌ها (یا ارزیابی‌ها) و نیز جهت (مثبت یا منفی بودن قضاوت) و شدت آنها را محاسبه می‌کند.

۲. تحلیل‌های صوری

تحلیل‌های صوری به صورت و به اتصالات اجزای گفتار توجه دارند. در میان این روش‌ها می‌توان گونه‌های زیر را تمیز داد.

۲-۱. **تحلیل بیان:** به صورت ارتباط کلامی توجه دارد. مبنای این نوع تحلیل‌ها براین اصل استوار است که مشخصات ارتباطات کلامی، یعنی واژه‌ها، طول جمله‌ها، ترتیب کلمات و غیره، اطلاعاتی از وضع ذهنی گوینده و از تمایلات ایدئولوژیکی‌اش به دست می‌دهد.

۲-۲. **تحلیل گزاره‌ای:** در این روش، گفتار فرایندی پویا در نظر گرفته می‌شود. در این حالت توجه محقق، به داده‌هایی نظیر بست عمومی گفتار، ترتیب توالی‌ها، تکرارها، گسیختگی‌ها، ریتم و غیره معطوف است.

۳. تحلیل‌های ساختاری

در تحلیل‌های ساختاری محقق بیشتر به شیوه آرایش عناصر پیام توجه می‌کند. در تحلیل‌های ساختاری بیش از روش‌های دیگر سعی می‌شود، وجوه پنهان پیام آشکار گردد. گونه‌های این نوع تحلیل عبارتند از:

واصطلاحاتی است که به تازگی به کار برده شده‌اند (منشادی، ۱۳۸۰). این نوع تجزیه تحلیل، بیشتر در وزارتخانه‌های امور خارجه و دیگر سازمان‌های سیاسی که با روابط خارجی سروکار دارند، استفاده می‌شود. در این دستگاه‌ها روزانه اعلامیه‌ها، گزارشات، نشریات رسمی و... تجزیه تحلیل می‌شوند تا به تغییرات ایجاد شده در خط مشی دول، روابط آنها با یکدیگر و اوضاع سیاسی بین‌الملل پی ببرند (لاریجانی، ۱۳۸۷).

۴-۱. **تجزیه تحلیل شدت:** در تجزیه تحلیل از نوع شدت، محقق علاقه مند به کشف درجه و میزان دوستی و یا خصومت بین دو یا چند کشور، گروه یا فرد است. برای سنجش میزان شدت، روش‌های مختلفی وجود دارد؛ ولی متداول‌ترین آنها روش «کیوسرت» است. در روش کیوسرت، افزون بر تعریف موضوع و مشخص کردن زمان و منابع سخنان و نوشته‌ها، از یک یا چند داور بیطرف نیز کمک گرفته می‌شود. محقق بایستی هر جمله‌ای را که نشانگر دوستی یا خصومت بین دو گروه است، روی کارت‌های مجزایی بنویسد و به طور جداگانه از داوران بخواهد به هر جمله ارزشی از ۱ تا ۹ بدهند. از آنجا که این ارزش‌ها قراردادی هستند، لازم است میزان توافق بین داوران سنجیده شود (لاریجانی، ۱۳۸۷).

۲. تحلیل محتوای استنباطی:

در این نوع تحلیل، فرض براین است که مشخصه‌های خاصی از یک متن با مشخصه‌های خاصی از مضمون یا وضعیت اجتماعی، مرتبط هستند. این نوع تحلیل تنها توصیف محتوای متن را در نظر ندارد، بلکه هدف آن نتیجه‌گیری از محتوای یک متن در مورد جنبه‌هایی از واقعیت اجتماعی است. برای مثال تأثیر و انعکاس مفاهیم شعارهای طی سال‌های ۶۷-۵۸ در محتوای بخش نامه‌های صادره از سوی دستگاه‌های اجرایی دولتی (خاکی، ۱۳۷۹).

۳. تحلیل محتوای ارتباطی:

تحلیل محتوای ارتباطی، به روشی گفته می‌شود که همه مسیریک ارتباط واقعی را بررسی می‌کند. موضوع تحلیل در این روش به یک واحد متن تعیین شده منحصر نمی‌شود، بلکه جنبه‌های فرایند ارتباط و همچنین پیدایش و به کارگیری علائم کلامی و غیرکلامی را نیز در برمی‌گیرد (خاکی، ۱۳۷۹). در واقع این نوع تحلیل محتوا در نظر دارد به کمک اطلاعات ذخیره و ثبت شده یک فرایند اجتماعی انجام یافته، یک واقعیت خاص را بازسازی کند. مثلاً بررسی محتوای پیام‌های کتبی در حال جریان بین معاونین و مدیران کل وزارت علوم (خاکی، ۱۳۷۹).

اتسلندر تحلیل محتوای ارتباطی را کامل‌ترین و در عین حال بحث‌انگیزترین شیوه تحلیل محتوا می‌داند. وی هدف این نوع

۳. تعیین رده‌ها و شاخص‌ها: این مرحله شامل تعریف رده‌ها، تعریف عملی مفاهیم به کار برده شده، و تعریف شاخص‌ها و قواعدی است که به کمک آن‌ها داده‌های محتوا در رده‌ها جای داده می‌شوند (طالب، ۱۳۸۰).

۴. گروه‌بندی یا طبقه‌بندی مفاهیم: در تحلیل محتوا مسئله اصلی گزینش و تعریف گروه‌ها است. برخی محققان معتقدند این روش با توجه به گروه‌هایش؛ موفق می‌شود یا شکست می‌خورد (بیابانگرد، ۱۳۸۶، ج ۱). در این مرحله محقق سعی می‌کند مفاهیم مشابه را در یک گروه یا طبقه قرار دهد. این گروه‌ها باید هدف پژوهش را به درستی باز نمایند.

مهم‌ترین نکته‌ای که باید در انتخاب و یا طراحی یک نظام طبقه‌بندی مورد توجه قرار گیرد، توجه به سه ویژگی جامعیت، مانعیت و پایایی است. جامعیت گروه‌ها به این معنی است که همه داده‌ها بتوانند در گروهی خاص قرار گیرند. معمولاً برای تضمین جامعیت، در پایان گروه‌ها، گروهی به نام «گروه بندی نشده» یا «متفرقه» افزوده می‌شود. همچنین گروه‌ها باید مانع باشند. یعنی امکان قراردادن یک داده در دو گروه وجود نداشته باشد (طالب، ۱۳۸۰). نظام طبقه‌بندی همچنین باید پایا باشد؛ یعنی ارزش‌گذاران مختلف باید در اکثر موارد، در مورد طبقه مناسب برای هر واحد تحلیل توافق داشته باشند. این توافق معمولاً به عدد نشان داده می‌شود و به آن پایایی بین ارزش‌گذاران گفته می‌شود. تعریف دقیق گروه‌ها یا طبقات عموماً این پایایی را افزایش می‌دهد (بیابانگرد، ۱۳۸۶، ج ۱).

درویکرد اصلی در گروه‌بندی (رده‌بندی) واحدهای تحلیل وجود دارد. رویکرد استقرایی^{۲۲}: در این رویکرد پژوهشگر در ابتدا به بررسی منابع مورد تحلیل می‌پردازد. سپس بر اساس مفاهیم اصلی استخراج شده از این منابع، گروه‌بندی را آغاز می‌کند. این مدل بیشتر در تحلیل‌های کمی به کار می‌رود.

رویکرد قیاسی^{۲۳}: در این رویکرد محققان به بررسی و مطالعه متون مرتبط با مسئله تحقیق می‌پردازند و بر اساس این منابع و نیز منابع مرجع آن حوزه موضوعی، شروع به گروه‌بندی واحدهای تحلیل می‌کنند. این مدل نیز بیشتر در تحلیل‌های کیفی به کار می‌رود.

گفتنی است که محققان استفاده از ترکیبی از این دو روش را به منظور گروه‌بندی بهتر توصیه کرده‌اند؛ زیرا گاه لازم است گروه‌های طرح شده با روش قیاسی با توجه به متون مورد تحلیل (استقرایی) بازبینی، ویرایش و یا حتی از نوطح شوند (کندرایی و دیگران، ۲۰۰۲).

۵. ارزش‌گذاری (تعیین یک نظام کمی سازی): در این مرحله داوران بر

۳-۱. تحلیل همبستگی: در این روش، همبستگی‌های مضامین در توالی‌های ارتباط کلامی بررسی می‌شود و فرض بر این است که همبستگی‌های مضامین، اطلاعاتی درباره ساختارهای ذهنی و پنهان گوینده در اختیار محقق قرار می‌دهد.

۳-۲. تحلیل ساختاری: هدف تحلیل‌های ساختاری، آشکارکردن اصولی است که عناصر گفتار را به شیوه‌ای مستقل از محتوای این عناصر سازمان می‌دهد. این روش سعی دارد یا نظم نهفته در کارکرد گفتار را آشکار کند یا به کمک مدلی انتزاعی که محقق آن را ساخته است، به گفتار، ساخت داده و آن را قابل فهم کند.

واحدهای محتوا در تحلیل محتوا

واحدهای معمول در تحلیل محتوا عبارتند از:

۱. کلمه یا نماد: گاهی واژه نماد را به گروهی از کلمه‌ها که همراه یکدیگر مفهوم خاصی را القا می‌کنند، اطلاق می‌کنیم؛ مانند شعار «آزادی، برادری، برابری»

۲. مضمون: مضمون واحد دلالتی است و به مطلب واحدی درباره موضوعی اطلاق می‌شود. مضمون ممکن است از جمله، بخشی از جمله، عبارت یا کلمه مستفاد شود. در ساده‌ترین صورت، مضمون یک جمله ساده است که دارای مبتدا و خبر است؛ برای مثال از جمله «او می‌خواهد بندها را بگسلد و مانع‌ها را از پیش پای خود بردارد»، مفهوم آزادی استنباط می‌شود.

۳. شخصیت‌های داستان‌ها، فیلم‌ها

۴. جمله و بند (پاراگراف)

۵. فضا، یعنی بخشی از متن که لزوماً با واحدهای دستوری مصادف نیست (بیابانگرد، ۱۳۸۶، ج ۱).

مراحل اجرای تحلیل محتوا

۱. بیان مسئله و تدوین سؤال‌های پژوهش: اولین قدم در اجرای تحلیل محتوا تعیین سؤال یا سؤال‌هایی است که پژوهشگر قصد پاسخگویی به آنها را دارد و نیز فرضیه‌هایی که هدف، آزمون آنها است (بیابانگرد، ۱۳۸۶، ج ۱).

۲. انتخاب جامعه و نمونه: پس از تعیین مسئله یا فرضیه، پژوهشگر باید منابعی را که با مسئله تحقیق او رابطه مستقیم دارند، مشخص و تعریف کند. در صورتی که امکان مطالعه کامل جامعه وجود نداشته باشد، باید با یک روش صحیح نمونه‌گیری صورت گیرد. نمونه در تحلیل محتوا مانند سایر روش‌های پژوهش باید معرف یا نماینده واقعی جامعه باشد. این شرط وقتی دست‌یافتنی است که همه واحدهای جامعه برای انتخاب شدن شانس یکسانی داشته باشند (دلور، ۱۳۷۴).

22. inductive

23. deductive

در این پژوهش مقدماتی قادر به پاسخگویی به سؤالات پژوهش بودند، در پژوهش اصلی به کار گرفته شوند (کندراکی و دیگران، ۲۰۰۲).

۲. پایایی^{۲۶}: پایایی ابزار که از آن به اعتبار، دقت و اعتمادپذیری نیز تعبیر می‌شود، عبارت است از اینکه اگر یک ابزار سنجش در شرایط مشابه در زمان و مکان دیگر استفاده شود، نتایج مشابهی از آن حاصل شود. به عبارت دیگر، ابزار پایا یا معتبر ابزاری است که از خاصیت تکرارپذیری و سنجش نتایج یکسان برخوردار باشد (حافظ نیا، ۱۳۷۷). به عبارت دیگر پایایی به ثبات در طبقه‌بندی تعریف شده است. دو نوع پایایی در تحلیل محتوا مطرح است. پایایی بین‌گروهی و پایایی درون‌گروهی برای تأمین پایایی بین‌گروهی، لازم است از بیش از یک نفر برای گروه‌بندی و ارزش‌گذاری محتوا استفاده کرد و نیز برای دسترسی به حداکثر این نوع روایی و کاهش اختلاف نظر افراد، لازم است آنها آموزش‌های خاص ببینند (کندراکی و دیگران، ۲۰۰۲).

پایایی درون‌گروهی: برای تأمین این نوع روایی نیز لازم است از افراد خواسته شود تا در چند مرحله به ارزش‌گذاری و گروه‌بندی واحدهای تحلیل بپردازند تا این اطمینان حاصل شود که نظر آنها در طول زمان دستخوش تغییر نشده و دارای ثبات نظر هستند (کندراکی و دیگران، ۲۰۰۲).

در رویکرد کمی، پایایی با ارزش‌های کمی که نشان‌دهنده میزان توافق بین ارزش‌گذارها است، نشان داده می‌شود؛ اما در رویکرد کیفی تعیین روایی یا اعتبار پژوهش پیچیده‌تر است و با تحلیل‌های چندگانه و مقایسه تفاسیر و دیدگاه‌های ارزش‌گذارها با منابع معتبر در آن حوزه، تعیین می‌شود که این روش اعتباربخشی، تری انگولیشن^{۲۷} نام دارد (استریجاس، مارتنز، پرینز، جاشمز^{۲۸}، ۲۰۰۶).

برای رسیدن به سطح پایایی قابل قبول مراحل زیر پیشنهاد می‌شود.

- تعریف حدود گروه‌ها به صورت کامل؛
 - به‌کارگیری معیارها به صورت یکسان در جریان کار؛
 - استفاده از محققان کمتر در جریان تحقیق به منظور ایجاد همگنی در بعد انسانی. در صورت لزوم استفاده از محققان متعدد در جریان تحقیق، لازم است این محققان چنان آموزش ببینند تا بتوانند کاملاً به طور یکسان عمل کنند؛
 - انجام یک مطالعه مقدماتی (بیابانگرد، ۱۳۸۶، ج ۱).
- در کار شناخت روایی از شیوه‌های گوناگون استفاده می‌شود. یکی از این شیوه‌ها بازآزمون^{۲۹} است. این شیوه به دو صورت اعمال می‌شود (ساروخانی، ۱۳۷۲، ج ۱).

اساس چهارچوب داوری تعیین شده و محتوای پیام‌ها، برای هر گروه یا طبقه یک ارزش عددی تعیین می‌کنند. ارزش‌گذاری در واقع تبدیل اطلاعات کیفی به داده‌های کمی یا دسته‌بندی اطلاعات کیفی در چند گروه محدود است. در ارزش‌گذاری، گاه داده‌های کیفی به داده‌های رتبه‌ای تبدیل می‌شوند که در اینجا مثل مرحله انتخاب شیوه و گردآوری اطلاعات، موضوع «روایی» و «اعتبار» مطرح است.

۶. تجزیه و تحلیل و تهیه گزارش: پس از ارزش‌گذاری واحدهای تحلیل، داده‌ها به شکل تحلیل‌پذیر درآورده می‌شوند. بنابراین مراحل که تا کنون نامبرده شد، فرایندهایی هستند به منظور جمع‌آوری و پردازش مواد تجربی مورد نظر به شکلی که بتوان بر اساس سؤال مطرح شده، فنون تحلیل ریاضی - آماری را در مورد آنها به کار برد (اتسلندر و دیگران، ۱۳۷۱). نقطه عطف تمام فعالیت‌های صورت‌گرفته در تحلیل محتوا، مرحله آخر یا همان مرحله تجزیه و تحلیل داده‌ها است. در این مرحله فنون تحلیل کیفی به کار گرفته می‌شوند تا داده‌های کمی حاصل از مراحل قبل توصیف و تفسیر شوند.

روایی (اعتبار)، پایایی و احتمال تصادف در تحلیل محتوا

سنجش روایی و اعتبار در هر تحقیق اجتماعی مطرح است. تحلیل محتوا نیز از این قاعده مستثنی نیست.

۱. **روایی یا اعتبار:** منظور از روایی^{۲۴} این است که محتوای ابزار یا سؤالات مندرج در ابزار، دقیقاً متغیرها و موضوع مورد مطالعه را بسنجد. یعنی اینکه هم داده‌های گردآوری شده از طریق ابزار، مازاد بر نیاز تحقیق نباشد و هم اینکه بخشی از داده‌های مورد نیاز در رابطه با سنجش متغیرها در محتوای ابزار حذف نشده باشد. به عبارت دیگر، عین واقعیت را به خوبی نشان دهد (حافظ نیا، ۱۳۷۷). برای تأمین اعتبار یا روایی تحلیل محتوا، باید به دو مسئله توجه کرد.

اولین مسئله، انتخاب درست متون تحلیل و نمونه‌گیری مناسب است. برای مثال اگر پژوهشی در نظر دارد پیام‌های مربوط به رژیم غذایی را در مجلات بررسی کند؛ ولی مجلات خاص زنان را در نظر نگیرد، روایی آن مورد تردید واقع می‌شود (کندراکی و دیگران، ۲۰۰۲).

دومین مسئله، توجه به اعتبار ساختار^{۲۵} در پژوهش است که از اهمیت بسیاری برخوردار است. برای تأمین اعتبار ساختار، باید متغیرهای پژوهش بررسی شوند تا این اطمینان حاصل شود که با بررسی این متغیرها، قادر به پاسخگویی سؤالات پژوهش هستیم. همچنین لازم است گروه‌ها ورده‌ها نیز مورد آزمایش قرار گیرند. یعنی پژوهشی اولیه در مقیاسی کوچک تر با گروه‌های طرح شده صورت گیرد. اگر گروه‌ها

26. Reliability

27. Triangulation

28. Strijbos, Martens, Prins, Jochems

29. Test- retest

24. Validity

25. construct validity

۱. توسط همان محققان با فاصله زمانی

۲. توسط محققان دیگر

۳. احتمال وقوع یا تصادف^{۳۰}: منظور از محاسبه احتمال وقوع، محاسبه احتمال قرارگرفتن دو واحد در یک متن است. این محاسبه زمانی به کار می‌آید که محقق قصد دارد به بازایی روابط علی بین پیام‌های متن بپردازد.

تحلیل محتوا به کمک رایانه^{۳۱}

رایانه در پژوهش‌های مربوط به تحلیل محتوا کاربرد گسترده‌ای دارد. از زمانی که برای اولین بار از رایانه‌ها در تحلیل محتوا استفاده شد، همیشه در بین محققان این بحث وجود داشته که به کارگیری تکنولوژی رایانه‌ای در تحلیل محتوا، اعتبار و روایی پژوهش را تحت تأثیر قرار می‌دهد. برای مثال نقاط ضعف برخی نرم‌افزارها ممکن است، پژوهشگر را ناخواسته مجبور کند تا در پژوهش اصلی خود تجدید نظر کند و سؤالات پژوهش را طوری طرح کند تا بتواند به کمک این نرم‌افزارها به آنها پاسخ دهد، بنابراین هنگام استفاده از رایانه در تحلیل محتوا نباید اجازه داد که جذابیت این روش یک طرح خوب را تحت تأثیر قرار دهد (کندراک و دیگران، ۲۰۰۲). اشکال استفاده از رایانه برای تحلیل محتوا مربوط به ساده‌ترین شکل تحلیل محتوای رایانه‌ای، یعنی شمارش کلمات است. در این روش، رایانه تمام کلمات به کاررفته در متن را شمارش می‌کند. حاصل این کار فهرستی از کلمات، برحسب فراوانی آنها است. اشکال عمده این روش این است که کلمه را از بافت خود بیرون می‌کشد و این امر می‌تواند بر معنی کلمه تأثیر بگذارد.

مزایای استفاده از رایانه در تحلیل محتوا:

برخی مشکلات مربوط به رمزگذاری دستی با استفاده از رایانه کاهش می‌یابد؛ ولی با آن نمی‌توان تمام کارهای مرتبط با تحلیل محتوا را انجام داد. رایانه اموری را انجام می‌دهد که تحلیل‌گروانسته است دستورالعمل صریحی برای آنها تهیه کند و بخش تفسیر و تحلیل نهایی محتوا، فقط توسط خود پژوهشگر براساس داده‌ها انجام می‌شود.

مزایای استفاده از رایانه در تحلیل محتوا عبارتند از:

- تسهیل کار هنگامی که واحد تحلیل، کلمه یا نماد است و نتایج مبتنی بر فراوانی آنها باشد؛
- کار با متغیرهای متعدد به طور همزمان؛
- صرفه‌جویی در وقت هنگام مواجهه تحلیل‌گر با تحلیل‌های بسیار متفاوت؛
- کاهش هزینه‌ها؛

• افزایش سرعت و دقت در پردازش داده‌ها؛

• کاهش خطا در پردازش داده‌ها. یکدستی پردازش داده‌ها در تحلیل رایانه‌ای خیلی بیشتر از تحلیل دستی است (کندراک و دیگران، ۲۰۰۲).

نرم‌افزارهای متفاوتی برای تحلیل محتوا تهیه شده‌اند که از جمله آنها می‌توان AQUAD, ATLAS.ti, C-I-SAID, Diction, TACT, Textpack, winMAX, WordStat را نام برد. ناسی کندراک و همکارانش (۲۰۰۲) در مقاله‌ای لیستی از این نرم‌افزارها را به همراه آدرس اینترنتی و قیمت آنها فراهم کرده‌اند.

بخش‌هایی که به طور مشترک در همه نرم‌افزارهای تحلیل محتوا وجود دارند، عبارتند از: بخش ورود و مدیریت داده‌ها، اکتشاف^{۳۲} و شناسایی، بخش واژه‌نامه با امکان گروه‌بندی و ارزش‌گذاری داده‌ها، خروجی و امکان نمایش داده‌ها در قالب‌های متفاوت (کندراک و دیگران، ۲۰۰۲). در هنگام استفاده از نرم‌افزارها باید دقت کرد که نرم‌افزار قابلیت‌ها و نقاط ضعف مخصوص خود را دارد.

مراحل اجرای تحلیل محتوا به کمک رایانه

از آنجایی که نرم‌افزارهای تحلیل محتوا تنها قادر به تحلیل داده‌های متنی هستند، اولین مرحله در این نوع تحلیل‌ها تبدیل فرمت‌های مختلف داده به متن است. البته اگر قبلاً داده‌های متنی توسط برخی نرم‌افزارها به عکس تبدیل شده‌اند، می‌توان برای برگرداندن این تبدیل صورت گرفته، از نرم‌افزارهای OCR^{۳۳} استفاده کرد. مرحله دوم ساختن لیست واژه‌هایی است که قرار است تحلیل شوند. این لیست در بخشی از نرم‌افزار که واژه‌نامه نامیده می‌شود، نگهداری می‌شود. رایانه براساس این واژه‌نامه شروع به جست‌وجو در متن می‌کند. البته باید دقت کرد که معمولاً نرم‌افزارها قادر به شناسایی صورت جمع و مترادف‌های واحدهای تحلیل نیستند که این خود از نقاط ضعف رایانه در برابر انسان است؛ بنابراین باید هنگام ورود داده‌ها به بخش واژه‌نامه این نکته را مورد توجه داشت (و بر^{۳۴}، ۱۹۸۴).

اگر واحد تحلیل ما جمله یا پاراگراف است، لازم است داده‌های متنی دارای قالب استاندارد باشند تا نرم‌افزار قادر به شناسایی شروع و پایان جمله یا پاراگراف باشد. مرحله سوم امتیازدهی به گروه‌ها است. برای مثال به هر کلمه، نشانه‌ای نظیر مثبت یا منفی، قوی یا ضعیف و فعال یا منفعل می‌زنند و بدین ترتیب کلمات را با استفاده از رایانه برمی‌شمارند. مرحله آخر هم که تحلیل توسط انسان است. از آنجایی که ماشین هیچ‌گاه نتوانسته جایگزینی کامل برای قدرت تحلیل و تفکر

32. exploration

33. Optical Character Recognition

34. weber

30. Contingency analysis

31. computerized content analysis

تهران: نشر دوران، ۱۳۸۶.

۴. حافظ نیا، محمدرضا؛ مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی؛ تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، ۱۳۷۷.

۵. خاکی، غلامرضا؛ روش تحقیق در مدیریت؛ تهران: دانشگاه آزاد علمی، مرکز انتشارات علمی، ۱۳۷۹.

۶. دلاور، علی؛ مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی؛ تهران: رشد، ۱۳۷۴.

۷. رایف، دانیل؛ لیبی، استفن؛ فیکو، فردریک؛ تحلیل پیام‌های رسانه‌ای: کاربرد تحلیل محتوای کمی در تحقیق؛ ترجمه مهدخت بروجردی علوی؛ تهران: سروش (انتشارات صدا و سیما) صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز تحقیقات مطالعات و سنجش برنامه‌ای، ۱۳۸۱.

۸. ساروخانی، باقر؛ روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی؛ ج ۱، تهران: مؤسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی، ۱۳۷۲.

۹. ضیغمی، رضا؛ باقری نسامی، معصومه؛ حق دوست اسکوئی، فاطمه و یادآور نیکروش، منصوره؛ «تحلیل محتوا»؛ فصلنامه پرستاری ایران، سال ۱۳۸۷، شماره ۵۳، صفحه ۵۲-۴۱.

۱۰. طالب، مهدی؛ شیوه‌های عملی: مطالعات اجتماعی (روش تحقیق عملی)؛ تهران: دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات و چاپ، ۱۳۸۰.

۱۱. ظهوری، قاسم؛ کاربرد روش‌های تحقیق علوم اجتماعی در مدیریت؛ تهران: مین، ۱۳۷۸.

۱۲. کیوی، ریمون و کامپنهود، لوک وان؛ روش تحقیق در علوم اجتماعی: نظری و عملی؛ ترجمه عبدالحسین نیک گهر؛ تهران: توتیا، ۱۳۸۵.

۱۳. لاریجانی، حسن؛ «تجزیه تحلیل محتوی گسترش روش‌های تحقیق در علوم کتابداری و اطلاع رسانی یا روش تجزیه تحلیل محتوی»؛ فصلنامه دانش شناسی (علوم کتابداری و اطلاع رسانی و فناوری اطلاعات)؛ شماره ۱، ۱۳۸۷.

۱۴. معتمدنژاد، کاظم؛ روش تحقیق در محتوای مطبوعات؛ با کلیاتی درباره تجزیه و تحلیل در ارتباطات جمعی؛ تهران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، ۱۳۵۶.

۱۵. منشادی، مرتضی؛ روش تحقیق و مرجع شناسی؛ بندرعباس: دانشگاه هرمزگان، ۱۳۸۰.

Bos, Wilfried; Tarnai, Christian (1999, January). Content analysis. 16 in empirical social research. *International Journal of Educational Research*, 31 (8), 659-671

Holdford, David (2008, June). Content analysis methods for conducting research in social and administrative pharmacy. *Research in Social and Administrative Pharmacy*, 4 (2), 73-181

Kondracki, Nancy L.; Wellman, Nancy S.; Amundson, Daniel R.. 18 (2002, July-August). Content Analysis: Review of Methods and Their Applications in Nutrition Education. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 34 (4), 224-230

Kracauer, S. (1952). The challenge of qualitative content analysis. 19. *Public Opinion Quarterly*, 16, 631-642

Strijbos, Jan-Willem; Martens, Rob L.; Prins Frans J.; Jochems, Wim M.G. (2006, January). Content analysis: What are they talking about?. *Computers & Education*, 46 (1), 2006, 29-48

Weber, Robert Philip (1984). Computer-aided content analysis: A. 21. short primer. *Qualitative Sociology*, 7, (1-2), 126-147

انسانی باشد، لازم است حتی در تحلیل‌های ماشینی، از قوه تفکر انسانی برای تحلیل نهایی استفاده کرد (کندراکس و دیگران، ۲۰۰۲).

جمع‌بندی:

در تعریفی جامع می‌توان گفت تحلیل محتوا روشی است برای دستیابی به ویژگی‌های مختلف پیام، دیدگاه‌ها و اندیشه‌های فرستنده پیام، علل صدور و آثار پیام. این روش برای تجزیه و تحلیل عینی و منتظم پیام‌های مختلفی که از راه‌های گوناگون مبادله می‌شوند، به کار می‌رود (خاکی، ۱۳۷۹). اصلی‌ترین کاربرد تحلیل محتوا، فراهم آوردن امکان بررسی نکات تلویحی و نهفته پیام هاست؛ یعنی امکان مطالعه آنچه در پیام هست ولی در نگاه اول دیده نمی‌شود. تحلیل محتوا را پرسشنامه معکوس نیز نامیده‌اند؛ زیرا بیشتر بررسی‌های اجتماعی مبتنی بر پرسشنامه هستند؛ یعنی آنچه که توسط محقق تحلیل می‌شود، داده‌هایی است که از پرسشنامه حاصل شده‌اند. در تحلیل محتوا درست عکس این شیوه عمل می‌شود. به این ترتیب که پاسخ‌ها جملگی مشخص و مضبوط هستند و هنرمحقق در طرح پرسشنامه‌ای است متناسب با این پاسخ‌ها که امکان جمع‌بندی و تحلیل را فراهم آورد. در روند توسعه و تکامل این روش سه مرحله بیان می‌شود. این مراحل عبارتند از:

۱. تحلیل محتوای تفسیری

۲. تحلیل محتوای تجربی (کمی)

۳. تحلیل محتوای کیفی

یکی از مواردی که امروز توجه محققان را به خود جلب کرده است، استفاده از رایانه در تحلیل محتوا است. اگرچه رایانه در پژوهش‌های مربوط به تحلیل محتوا کاربرد گسترده‌ای دارد؛ ولی تنها با تکیه بر رایانه نمی‌توان تمام کارهای مرتبط با تحلیل محتوا را انجام داد. رایانه اموری را انجام می‌دهد که تحلیل‌گر توانسته است دستورالعمل صریحی برای آنها تهیه کند و بخش تفسیر و تحلیل کیفی محتوا فقط توسط خود پژوهشگر بر اساس داده‌ها انجام می‌شود. مهم‌ترین مزایای استفاده از رایانه در تحلیل محتوا، تسهیل کار، امکان کار با متغیرهای متعدد به‌طور هم‌زمان، صرفه‌جویی در وقت هنگام مواجهه تحلیل‌گر با تحلیل‌های بسیار متفاوت و نیز کاهش هزینه‌ها و افزایش سرعت و دقت در پردازش داده‌ها است.

کتابنامه

۱. اتسلندر، پتر؛ بوشه‌ایت، رونالد؛ کرم، یورگن؛ گرابو، بوسو؛ کنز، اورولا و دیگران؛ روش‌های تجربی تحقیق اجتماعی؛ ترجمه بیژن کاظم زاده، مشهد: آستان قدس رضوی، معاونت فرهنگی، ۱۳۷۱.

۲. باب الحوائجی، فهیمه؛ تحلیل محتوا؛ در دایره‌المعارف کتابداری و اطلاع رسانی؛ بازتابی ۸ فروردین ۱۳۸۹، از

<http://portal.nlai.ir/daka/Wiki/20Pages/تحليل%20محتوا.aspx>

۳. بیابانگرد، اسماعیل؛ روش‌های تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی؛ ج ۱،