



جستاری در تحلیل محتوا

فریبا فلاح حسین آبادی / دانشجوی دکتری گروه مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی قم
سیفاله فضل‌الهی قمشی / دانشیار گروه مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی قم

fariba.fallah313@gmail.com
fazlollahigh@yahoo.com

 orcid.org/0000-0002-6440-240X

 <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0> پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۰۷ - پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۲۵

چکیده

روش «تحلیل محتوا» سابقه‌ای طولانی دارد که آثار آن را می‌توان در تحلیل کتب آسمانی مانند انجیل و قرآن کریم مشاهده کرد؛ اما به صورت علمی در قرن اخیر و با بررسی و تحلیل مطبوعات دنبال شده و به حوزه‌های گوناگون علمی گسترش پیدا کرده است. این روش را «مطالعه عینی، کمی و نظام‌مند فراورده‌های ارتباطی (محتوای آشکار پیام) برای رسیدن به تفسیر پیام» تعریف کرده‌اند. تحلیل محتوا در تحقیقات حوزه علوم رفتاری و به‌ویژه علوم تربیتی برای دسترسی به نظریه‌ها و دیدگاه‌های مناسب برای حل مسئله بسیار تعیین‌کننده است. با توجه به گسترش این روش‌شناسی و اهمیت و تأکید بر روش‌های آمیخته، کاربران با دشواری‌هایی در تشخیص و کاربست مراحل گوناگون این روش‌ها مواجه‌اند. بدین‌روی این دغدغه در پژوهشگران به وجود آمد که شاید بتوان با یک تحلیل روش‌شناسانه و مطالعه و بررسی منابع روش‌شناسی موجود در مقالات و کتب، روش «تحلیل محتوا» را با اتقان و وضوح بیشتری معرفی کرد. این مسئله موجب شد ابتدا روش مزبور به‌دقت مطالعه شود، منابع شناسایی و جمع‌بندی گردد و مطابق مراحل روش «فراتحلیل» متن، یک نوشته اصلی به‌مثابه متن پایه تعیین گردد و تمام مقالات و نوشته‌های موجود گردآوری، مطالعه و با متن پایه تطبیق داده شود. در نهایت با پالایش منابع گردآوری‌شده، منابع مرتبط انتخاب و نقاط مشترک در منابع تصریح و مشخص شده و با این نگاه روش‌شناسی تحلیل محتوا بازپردازش و تکمیل گردیده است.

کلیدواژه‌ها: تحلیل محتوا، انواع تحلیل، متن، پیام، کاربرد رایانه.

از عمر اصطلاح «تحلیل محتوا» پنجاه سال بیش نمی‌گذرد. هرچند گلیزر و اشتراوس ابداع این واژه را به لیندا اسمیت در سال ۱۹۳۱ نسبت می‌دهند، با این حال واژه‌نامه زبان انگلیسی ویبستر از سال ۱۹۶۱ آن را وارد واژگان خود کرده است. اما ریشه تاریخی آن به آغاز کاربرد آکادمانه انسان از نمادها و زبان برمی‌گردد (ادیب حاج‌باقری و دیگران، ۱۳۹۰، ص ۲۵۱).

«تحلیل محتوا» یکی از روش‌های مهم پژوهش است که در سال‌های اخیر بیشتر مدنظر پژوهشگران قرار گرفته است. کرلینجر (Kerlinger) «تحلیل محتوا» را روش مطالعه و تجزیه و تحلیل ارتباطها به شیوه نظامدار، عینی و کمی برای اندازه‌گیری متغیرها می‌داند (خنیفر، ۱۳۹۸، ص ۱۷۹).

«تحلیل محتوا» یک روش تحلیل اطلاعات است که در تحقیقات کمی و کیفی کاربرد دارد. هنگامی که محقق با حجم زیادی از داده‌ها سروکار دارد، تحلیل محتوایی فنی قوی، منظم با قابلیت تکرارپذیری برای تقلیل داده‌هاست که کلمات تشکیل‌دهنده متون را به طبقات متعدد براساس قوانین شفاف رمزگذاری خلاصه می‌کند. این روش برتر از شمارش ساده کلمات بوده، به تحلیل ارتباط بین مفاهیم نیز می‌پردازد. تحلیل محتوا طبقه‌بندی کلمات در یک متن به رسته‌های محدود انتخاب‌شده به علت اهمیت نظری (تئوریتیکال) آن کلمه است (ادیب حاج‌باقری و دیگران، ۱۳۹۳، ص ۲۶۱).

تقریباً پژوهش‌های علوم اجتماعی و انسانی به هر طریقی، به مطالعه دقیق منابع وابسته‌اند. با تعمیم این امر در پژوهش، این سؤال مطرح می‌شود که چه خصوصیات روش «تحلیل محتوا» را از دیگر مطالعات دقیق اسنادی متمایز می‌سازد؟ باید دانست که تعریف‌های روش «تحلیل محتوا» به مرور زمان، با توسعه فنون و به‌کارگیری ابزار موجود، برای مطالعه مسائل جدید و مطالب گوناگون، دچار تغییر شده است (هولستی، ۱۳۹۸، ص ۱۲).

۱. مبانی نظری

هولستی (۱۹۶۹) «تحلیل محتوا» را شیوه‌ای عینی و نظام‌مند برای استنباط پیام‌های موجود در یک متن تعریف می‌کند. مطابق تعریف هولستی «تحلیل محتوا» منحصر به حوزه تحلیل متون نمی‌شود، بلکه می‌توان آن را در حوزه‌های دیگری، از تحلیل نقاشی‌های دانش‌آموزان تا تحلیل فعالیت‌های مشاهده‌شده در یک نوار ویدئویی به‌کار برد (معروفی و یوسف‌زاده، ۱۳۹۷، ص ۱۴).

این روش فنی پژوهشی است برای استنباط، تکرارپذیر و معتبر از داده‌ها درباره متن آنها. تحلیل محتوا به‌مثابه فنی پژوهشی شامل شیوه‌های تخصصی در پردازش داده‌های علمی است. هدف تحلیل مانند همه فنون پژوهشی، فراهم آوردن شناخت، بینشی نو، تصویر واقعیت و راهنمای عمل است. «تحلیل محتوا» فقط ابزار است و بس (نایی، ۱۳۹۸، ص ۲).

تحلیل داده‌ها به تقلیل داده‌ها پرداخته، به آنها ساختار و نظم می‌دهد و در نتیجه توسعه نظری تسهیل خواهد

شد. «تحلیل محتوا» یک روش‌شناسی (متدولوژی) تحقیق است که کلمات و عبارات را در یک متن بررسی می‌کند. در تحلیل محتوا، محقق تکرار و وقوع معنی و ارتباطات کلمات و مفاهیم متن را معلوم کرده، سپس پیام‌های موجود در متن و پیام‌های نویسنده، مخاطبان و حتی فرهنگ و زمانی را که کلمات و مفاهیم بخشی از آن هستند، استنتاج می‌کند.

طی تحلیل، محقق با تعیین طبقات، به شمارش تعداد مصادیق یا مثال‌هایی که در هر طبقه جای می‌گیرد، می‌پردازد (ادیب حاج‌باقری و دیگران، ۱۳۹۳، ص ۲۵۳).

دلاور «تحلیل محتوا» را به هر روشی استنباطی اطلاق می‌کند که به صورت منظم و عینی به تعیین ویژگی‌های پیام می‌پردازد. در این روش، پیام‌ها یا اطلاعات به صورت منظم رمزگذاری و به نحوی طبقه‌بندی می‌شوند که پژوهشگر بتواند به صورت کمی تجزیه و تحلیل کند. این روش برای هر شکلی از ارتباطات انسانی، از اشارات تا کتاب‌های درسی و از تخته‌اعانات تا پیام‌های تجارتي - تلویزیونی به کار برده می‌شود (دلاور، ۱۳۸۲، ص ۲۷۶). بیشتر نکاتی که برای روش «تحلیل محتوا» مطرح هستند، برخلاف تنوعشان، توافق جامعی درباره شروط «عینیت»، «انتظام و نظام‌مند بودن» و «عمومیت» دارند.

برای درک بهتر ویژگی‌های تحلیل محتوا لازم است سه مفهوم به تفصیل بررسی شوند:

۱-۱. عینیت

هر مرحله از فرایند پژوهش باید براساس قواعد، احکام و روش‌هایی مشخص انجام گیرد (خاکی، ۱۳۹۶، ص ۵۴). تجزیه و تحلیل محتوا وقتی دارای ویژگی عینی است که در صورت تکرار پژوهش، نتایج یکسانی حاصل شود. این امر زمانی امکان‌پذیر خواهد بود که واحدها یا عناصر تجزیه و تحلیل، گروه‌های طبقه‌بندی، همچنین معیارهایی که برای ارزیابی در متن در نظر گرفته شده‌اند، به صورت کامل مشخص و تعیین شوند (معمدزاد، ۱۳۵۶، ص ۸۹). در مجموع، 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، ص ۴۵).

۱-۲. انتظام یا نظام‌مند بودن

«انتظام یا نظام‌مند بودن» یعنی: استفاده از خط‌مشی ثابت و داشتن وحدت رویه. گروه‌های تحقیق باید آنچنان مرتب شوند که محتوای مدنظر قابل تحلیل باشد. همچنین دایره شمول محتوا باید مطابق قواعد کاربردی ثابتی مشخص گردد. این شرط آشکارا تحلیل‌هایی را که تنها به دنبال جمع‌آوری داده‌های تأکیدکننده فرضیه‌های پژوهشگر هستند، طرد می‌کند (خاکی، ۱۳۹۶، ص ۷۶).

۱-۳. عمومیت

«عمومیت» یعنی: 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 ندارند (خاکی، ۱۳۹۶، ص ۸۷). از میان تعاریف ارائه شده برای تحلیل محتوا، تعریف برنارد برلسون تعریف جامع تری است؛ زیرا با گذشت بیش از چهل سال، هنوز پژوهشگران از آن استفاده می‌کنند. وی «تجزیه و تحلیل محتوا» را یک شیوه پژوهشی می‌داند که برای تشریح عینی، منظم و کمی محتوای آشکار پیام‌های ارتباطی به کار می‌رود (خنifer، ۱۳۹۸، ص ۷۹). در جدول (۱) خلاصه‌ای از تعاریف گوناگون «تحلیل محتوا» مستخرج از کتاب دکتر خنifer ارائه شده است:

جدول ۱: تعاریف گوناگون تحلیل محتوا (خنifer، ۱۳۹۸، ص ۸۰)

پژوهشگر	تعریف
کاپلان (۱۹۴۳)	روش «تحلیل محتوا» معناشناسی آماری مباحث سیاسی است.
برلسون (۱۹۵۲)	پژوهشی برای توصیف عینی، نظام‌مند و کمی محتوای آشکار پیام است.
بارکوس (۱۹۵۹)	«تحلیل محتوا» به معنای تحلیل علمی پیام‌های ارتباطی است. این روش کاملاً علمی است و با وجود جامع بودن، از نظر ماهیت نیازمند تحلیل دقیق و منظم است.
هولستی (۱۹۶۹)	«تحلیل محتوا» فنی برای یافتن نتایج از طریق تعیین عینی و منظم ویژگی‌های شخصی پیام‌هاست.
کرلینجر (۱۹۷۳)	«تحلیل محتوا» روش مطالعه و تحلیل ارتباطات به شیوه‌ای قاعده‌مند، عینی و کمی است. با این حال از تحلیل‌های محتوا بیشتر برای مشخص کردن تأکید یا فراوانی انواع گوناگون پدیده‌های ارتباطی استفاده می‌شود، نه برای پی بردن به مفاهیم مهم نظری.
کرپیندورف (۱۹۸۰)	«تحلیل محتوا» شیوه‌ای است که به منظور استنباط تکرارپذیر و معتبر از داده‌ها درباره متن آنها به کار می‌رود. هدف آن فراهم آوردن شناخت، پیش‌بینی نو، تصویر واقعیت و راهنمای عمل است.
استمپل (۱۹۸۹)	«تحلیل محتوا» نظامی رسمی برای انجام کاری است که همه ما به‌طور غیررسمی آن را انجام می‌دهیم؛ یعنی استخراج نتیجه ناشی از مشاهده محتوا.
ویر (۱۹۹۰)	«تحلیل محتوا» روشی پژوهشی است برای گرفتن نتایج معتبر و قابل تکرار از داده‌های استخراج شده از متن.
نوندروف (۲۰۰۲)	«تحلیل محتوا» تحلیل نظام‌مند، عینی و فنی ویژگی‌های پیام است که شامل بررسی دقیق تعاملات انسانی، تحلیل ویژگی تصاویر در آگهی‌های تجاری تلویزیون، فیلم‌ها و رمان‌ها، بررسی رایانه‌ای کاربرد کلمات در اخبار منتشر شده و سخنرانی‌های سیاسی و بسیاری چیزهای دیگر می‌شود.
رایف (۲۰۰۵)	«تحلیل محتوا» قرار دادن قاعده و محتوای ارتباطات در طبقات خاص براساس قواعد و تحلیل روابط بین آن مقوله‌ها با استفاده از آزمون‌های آماری است.

روش «تحلیل محتوا» کاربرد زیادی در پژوهش‌های کیفی دارد و در تحقیقات حوزه علوم رفتاری و به‌ویژه علوم تربیتی برای دسترسی به نظریه‌ها و دیدگاه‌های مناسب برای حل مسئله بسیار تعیین‌کننده است. همچنین یکی از روش‌های مهم پژوهش است که در سال‌های اخیر بیشتر مطرح‌نظر پژوهشگران قرار گرفته است.

نگاهی به منابع موجود در زمینه روش‌شناسی تحلیل محتوا گویای این نکته است که روش‌شناسی‌های معرفی شده گاهی غامض و گاهی ناقص بوده و کاربران را با دشواری‌هایی در تشخیص و کاربست مراحل مواجه کرده است. بدین‌روی این دغدغه در پژوهشگران به وجود آمد که شاید با یک تحلیل روش‌شناسانه و مطالعه و بررسی منابع روش‌شناسی موجود در مقالات و کتب بتوان روش را با وضوح بیشتری معرفی کرد. این مسئله موجب

شد ابتدا روش بهدقت مطالعه شود، منابع شناسایی و جمع‌بندی گردد و مطابق مراحل روش «فراتحلیل متن»، یک نوشته اصلی به‌مثابه متن پایه تعیین و تمام مقالات و نوشته‌های موجود گردآوری و مطالعه و با متن پایه تطبیق داده شوند و در نهایت با پالایش منابع گردآوری‌شده، منابع مرتبط انتخاب و نقاط مشترک در منابع تصریح و عینی شوند. با این نگاه روش‌شناسی تحلیل محتوا مجدد بازپردازش و تکمیل گردید.

۲. پیشینه بحث

تعدادی از تحقیقات بررسی‌شده عبارتند از:

محمدی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «پژوهش‌های تحلیل محتوا در حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی ایران بین سال‌های ۱۳۶۵-۱۳۹۷» نشان دادند که در بازه زمانی مورد مطالعه، پژوهشگران به‌طور کلی ۴۴ پژوهش تحلیل محتوا منتشر شده که از میان آنها، ۹ عنوان در قالب پایان‌نامه، ۳۱ عنوان در قالب مقاله، و ۴ عنوان در قالب کتاب و یا بخشی از یک کتاب منتشر شده است. ایشان ۱۶ عنوان مقاله (۱۲ عنوان مقاله‌های مجلات و ۴ عنوان مقاله‌های همایش‌ها)، ۱۰ عنوان پایان‌نامه، ۱۲ عنوان کتاب و ۶ عنوان متون حوزوی را تحلیل کرده‌اند. ۲۱ عنوان (۴۷/۷ درصد) به‌صورت چندنویسنده‌ای و ۲۳ عنوان (۵۲/۳ عنوان) به‌صورت تک‌نویسنده‌ای منتشر شده است. از نظر زمانی ۲ عنوان در دهه ۱۳۶۰ و ۱۱ عنوان در دهه ۱۳۷۰ و ۱۵ عنوان در دهه ۱۳۸۰ و ۱۶ عنوان در دهه ۱۳۹۰ منتشر گردیده‌اند.

ابوالفتحی و همکاران (۱۳۹۵) پژوهشی با عنوان «تحلیل محتوایی و استنادی مقالات چاپ‌شده در مجله علمی و پژوهشی سالمندی ایران ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۴» به این نتایج دست یافتند که از ۲۹۸ مقاله چاپ‌شده، حیطه ورزش و فعالیت بدنی با ۱۸/۵ درصد و پس از آن مسائل روانی و جسمی با ۱۲/۴ و ۱۰/۴ درصد - به ترتیب - بیشترین سهم از مقالات چاپ‌شده را داشتند. بیشترین روش استفاده‌شده در مطالعات، روش «توصیفی - تحلیلی» با ۶۱ درصد و کمترین روش استفاده‌شده در مطالعات، روش «کارآزمایی بالینی» با قریب ۱/۷ درصد بوده است. در خصوص پراکندگی مقالات، قریب ۵۷ درصد از مقالات از تهران بوده، در صورتی که از ۵ استان خراسان شمالی، کردستان، کهگیلویه و بویراحمد، هرمزگان، و همدان هیچ مقاله‌ای چاپ نشده است. میانگین مدت‌زمان دریافت تا چاپ مقاله قریب ۲۸۴ روز با انحراف معیار ۱۴۳ روز بوده است. قریب ۲۲ درصد از مقالات با میانگین ۲/۲۶ و انحراف معیار ۱/۹۵ مرتبه مورد استناد واقع شده بودند. آزمون‌های تحلیلی نشان دادند: بین عواملی همچون دوره‌های گوناگون و محل انجام پژوهش با میزان استنادات رابطه‌ای معنادار وجود دارد.

رحیم سلمانی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «مروری بر روش تحلیل محتوا» نگاهی گذرا به روش تحلیل محتوا دارد و پس از ارائه تعریفی از روش «تحلیل محتوا» روند تکامل این روش را بررسی می‌نماید.

عصاره و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «پژوهش‌های علم اطلاعات و دانش‌شناسی در ایران: تحلیل محتوا» که به روش «تحلیل محتوا» انجام شده است، به این نتایج دست یافتند که روش‌های «پژوهش

سندی» و «پیمایشی» پر استفاده‌ترین روش‌های پژوهش به کاررفته توسط پژوهشگران حوزه علم و اطلاعات و دانش‌شناسی است.

محمدی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «تحلیل محتوای چکیده رساله‌های دکترای علم و اطلاعات و دانش‌شناسی از سال ۱۳۷۶-۱۳۹۳» به این نتایج دست یافتند که روش پیمایشی پرکاربردترین شیوه پژوهشی در این تحقیقات بوده است و بیشترین گرایش موضوعی در حوزه فناوری اطلاعات، کارکردهای مدیریتی و سپس مباحث نظری و عمومی اطلاعات بوده است.

فضل‌الهی و ملکی توانا (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «روش‌شناسی تحلیل محتوا با تأکید بر تکنیک‌های خوانایی سنجی و تعیین ضریب درگیری متون»، ضمن بررسی روش «تحلیل محتوا»، مهم‌ترین روش‌های سنجش خوانایی، از جمله فرمول «فلش، گانینگ، کلوز، فلش - کین، پاور، سامتر و کرلو» روش تعیین «میزان دعوت به پژوهش» یا ضریب «درگیری» ویلیام رومی را به تفصیل بررسی کرده است.

شیری و عظیم (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «بررسی مقایسه‌ای تحلیل محتوای کیفی و روش هرمنوتیک» نشان دادند که این دو روش به‌رغم تشابه در اصل کار خود که پرداختن به محتوای متن به‌صورت کیفی است، هم از نظر هستی‌شناسی و روش‌شناختی و هم از نظر هستی‌شناختی تفاوت‌های معنادار و فراوانی با هم دارند، به‌گونه‌ای که در تحلیل محتوای کیفی تلاش می‌شود با اتخاذ یک رویکرد تجزیه‌ای - سازه‌ای به استفاده از روش‌های کمی گرایانه و مرحله به مرحله، محتواهای آشکار و پنهان متن بازنمود یابند؛ اما در هرمنوتیک تلاش می‌شود با اتخاذ یک رویکرد کل‌نگر - ترکیبی و استفاده از استدلال‌های گزاره‌پردازانه محتوای پنهان متن پیام کشف شود.

با توجه به پژوهش‌های ذکرشده، در پژوهش حاضر پژوهشگران درصددند با یک تحلیل روش‌شناسانه و مطالعه و بررسی منابع روش‌شناسی موجود در مقالات و کتب، روش «تحلیل محتوا» را با اتقان و وضوح بیشتری معرفی کنند.

۳. مبانی الگوواره‌های روش‌های کمی و کیفی

روش‌های کمی و کیفی از دو مبانی متفاوت الگوواره‌ای (پارادایمی) سرچشمه می‌گیرند. روشی که به روش «کمی» یا روش «علمی مسلط» موسوم است، برگرفته از نظام فلسفی اثبات‌گرایی است و در مقابل مبانی فلسفی روش کیفی، از نظام فلسفی تفسیری ریشه گرفته است. در روش‌های کمی، از راه ایجاد فاصله میان پژوهش و موضوع مطالعه می‌کوشند تا به شناختی عینی از واقعیت دست یابند؛ واقعیتی که بر تبیین، پیش‌بینی و آزمون به‌منزله معیارهای الگوواره اثبات‌گرایی، مبتنی بر متغیرهای قابل اندازه‌گیری استوار است.

این در حالی است که پژوهش‌های کیفی که مبتنی بر الگوواره تفسیری و روش‌شناختی پدیدارشناختی‌اند، بر درک معنای رویدادها به‌وسیله افراد مورد مطالعه استوارند. در این حالت، نگاه به پدیده‌ها، نگاهی کل‌گرایانه و جامع‌گرایانه و جامع‌نگر است و دنبال کردن این روش راهی است برای کسب آگاهی از راه کشف معانی پدیده‌ها (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰).

رویکرد «کمی» مبتنی بر دیدگاه اثبات‌گرایانه (پوزیتیویستی)، هدفش کشف حقیقت یا ماهیت انسان و جهان، تلاش آن برای یافتن راه‌حل مسائل براساس تجربه و مشاهده است. از این رویکرد به «تجربه‌گرایی»، «عینیت‌گرایی»، «قطعیت‌گرایی» و «کاهش‌گرایی» نیز یاد شده است (معروفی و یوسف‌زاده، ۱۳۹۷، ص ۷۰). رویکرد «کمی» بر مفروضاتی همچون قابل بررسی بودن، تعمیم‌پذیری، عینی بودن وقایع، امکان اندازه‌گیری، دستکاری و مهار متغیرها، تحلیل، کمی کردن داده‌ها، بی‌طرفی، و آزاد بودن از ارزش‌ها استوار است (همان، ص ۷۲). روش پژوهش تحلیل محتوای کمی تقلیل‌گرا بوده و به الگوواره اثبات‌گرا نزدیک است.

تحلیل محتوای کیفی اتکای فلسفی به الگوواره‌های تفسیری - برساختی و پرهیز از رویکردهای عینی‌گرا دارد. تحلیل محتوای کیفی مبتنی بر پارادایم تفسیری، و روش‌شناسی پدیدارشناختی مبتنی بر درک معنای محتواهای متون در دست مطالعه است. بدین‌رویی در این حالت نگاه به پدیده‌ها و متون، نگاهی کل‌گرایانه و جامع‌نگر است. الگوواره غالب در تحلیل محتوا، رویکرد برداشت‌گرایانه حدسی و تفسیری، و امتداد شمول این روش تا رویکردهای نظام‌مند و دقیق است (خنیفر، ۱۳۹۸، ص ۷۷).

۴. انواع تحلیل محتوا

از حیث روش پژوهش، «تحلیل محتوا» در ابعاد تحلیل کیفی و کمی، منحصر به فرد است و می‌تواند در ابعاد استنتاجی یا استقرایی به کار برده شود. با وجود اشکال‌های گوناگون تحلیل محتوا، این دسته‌بندی‌ها به هیچ‌یک از علوم خاص مرتبط نیستند و مفاهیم به کاررفته عمومی هستند.

۴-۱. تحلیل محتوای کیفی

تحلیل محتوای کیفی ریشه در پژوهش‌های اجتماعی دارد. در تحلیل کیفی، داده‌ها به صورت کلمه یا طرح ارائه می‌شوند که ترسیم، بازنمود و تفسیر نتایج را ممکن می‌سازند. در تحلیل کیفی محتوا، نحوه و محل قرار گرفتن واحدهای معنا از فراوانی واحدهای معنا اهمیت بیشتری دارند. موضوع تحلیل محتوای کیفی می‌تواند تمام انواع ارتباطات ثبت‌شده در دست‌نوشته‌های مصاحبه، گفت‌وگوها، قواعد مشاهدات، نوارهای ویدئو، مستندات و مانند آن باشد (همان، ص ۸۰).

شکل (۱): مراحل تحلیل محتوای کیفی (خنیفر، ۱۳۹۸، ص ۸۶)



۱-۱-۴. مفاهیم تحلیل محتوای کیفی

۱-۱-۱-۴. واحد تحلیل

به فضایی که به یک موضوع یا عمل مورد مطالعه اختصاص داده می‌شود (همان، ص ۸۳) «واحد تحلیل» گفته می‌شود؛ شخص یا چیزی که موضوع مطالعه قرار می‌گیرد و در تحلیل محتوا معمولاً آن را «واحد ثبت» می‌نامند. هولستی از پنج نوع واحد عمده تجزیه و تحلیل (واحد ثبت) نام می‌برد:

۱. کلمه یا نماد؛

۲. مضمون (تم)؛

۳. شخصیت (کاراکتر)؛

۴. بند (پاراگراف)؛

۵. فقره (آیتم) یا عنوان (مؤمنی‌راد و دیگران، ۱۳۹۲).

واحد تحلیل می‌تواند شامل تنوع وسیعی از نمونه‌های مطالعه، مانند یک فرد، یک برنامه، یک سازمان، یک کلاس، یک ایالت و یا یک کشور باشد (ادیب حاج‌باقری و دیگران، ۱۳۹۳، ۵۶). «واحد تحلیل» به واحدهایی گفته می‌شود که از نظر آماری تحلیل می‌شوند تا به فرضیه یا سؤال تحقیق پاسخ داده شود (معروفی و یوسف‌زاده، ۱۳۹۷، ص ۱۰۴).

۱-۱-۲-۴. واحد معنا

به فضایی که به یک موضوع یا عمل مورد مطالعه اختصاص داده می‌شود «واحد تحلیل» گفته می‌شود (خنیفر، ۱۳۹۸، ص ۸۳). «واحد معنا» عبارت است از: مجموعه‌هایی که بتوان ارتباطی از معنای مشابه و یکسان در آنها یافت و براساس این معنای مشابه، آنها را تقسیم‌بندی کرد. این تقسیم‌بندی می‌تواند نام‌های متفاوتی داشته باشد؛ از قبیل واحد تحلیل یا واحد رمزگذاری، یک واحد ایده، واحد لفظی مربوط به متن، یک واژه یا عبارت کلیدی واحد تحلیل، یا مضمون.

«واحد معنا» دربردارنده کلمه، جمله، عبارت یا بندی است که در جنبه‌هایی از زمینه یا محتوایشان با یکدیگر ارتباط دارند. «واحد معنا» مینا و پایه ساخت رمزگذاری است و از آن می‌توان به رمزگذاری رسید (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰). «واحد معنا» صورت فلکی کلمات یا عباراتی است که به معنای اصلی مربوط باشد و به رمزگذاری واحدها، واژه‌ها یا عبارات کلیدی واحد تحلیل و مضمون اشاره دارد. یک واحد معنایی کلمات، جملات یا بندهایی است که جنبه‌های مربوط به یکدیگر را از طریق محتوا و زمینه دربرمی‌گیرد (ادیب حاج‌باقری و دیگران، ۱۳۹۳، ص ۲۵۴).

۱-۱-۳-۴. منطقه محتوایی

این اصطلاح به بخش‌هایی از متن که با موضوعی ویژه سروکار دارد، اشاره می‌کند. یک منطقه محتوایی می‌تواند براساس مشاهده یا براساس فرض‌های نظری به‌دست آید (خنیفر، ۱۳۹۸، ص ۸۴).

۴-۱-۱-۴. واحد زمینه

نوریان «واحد زمینه» را این گونه معرفی می‌کند: واحد زمینه بزرگ‌تر از واحد تحلیل است. بنابراین وقتی واحد ثبت کلمه باشد، واحد زمینه را می‌توان جمله، بند و یا درس قرارداد. همچنین وقتی واحد ثبت جمله باشد، واحد زمینه می‌تواند بند، درس یا کتاب درسی تعیین گردد. به عبارت دیگر «واحد زمینه» به بستری اشاره می‌کند که واحد تحلیل در آن قرارداد؛ مثلاً مفهوم «تبعیض» در یک بستر خاص می‌تواند معنایی غیر از تمایز گذاشتن داشته باشد. باید توجه داشت که واحد زمینه بزرگ‌تر از واحد ثبت است. «واحد ثبت» می‌تواند یک کلمه باشد و «واحد زمینه» جملات یک متن (مؤمنی‌راد و همکاران، ۱۳۹۲).

۴-۱-۱-۵. مقوله

گروهی از مضامین است که در یک وجه اشتراک دارند (خنیفر، ۱۳۹۸، ص ۸۴). براساس نظر کریندورف، مقولات یا طبقات باید جامع، فراگیر و مانع‌الجمع باشند؛ به این معنا که هیچ داده‌ای بین دو طبقه یا در بیش از یک طبقه قرار نگیرد. مقولات یا طبقات می‌توانند شامل مجموعه‌ای از زیرمقوله‌ها یا زیرطبقه‌ها با سطوح متفاوت به صورت انتزاعی باشند.

۴-۱-۱-۶. مضمون

ایجاد مضمون شیوه‌ای است که مضامین و معانی اساسی را در مقوله‌ها با هم مرتبط می‌سازد (خنیفر، ۱۳۹۸، ص ۸۴).

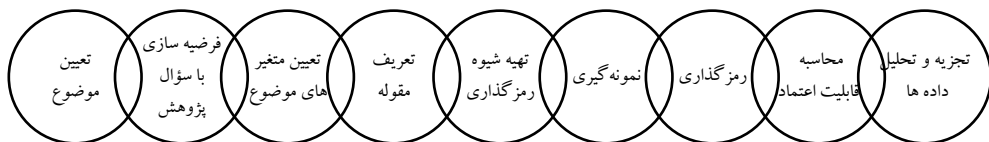
۴-۱-۱-۷. مضمون

مضمون‌ها پرارزش‌ترین واحدهایی هستند که در تجزیه و تحلیل محتوا باید مدنظر قرار گیرند و منظور از «مضمون» معنای خاصی است که از یک کلمه یا جمله یا بند مستفاد می‌شود. این مضمون‌ها فضای خاصی را اشغال نمی‌کنند؛ زیرا یک جمله ممکن است چند مضمون داشته باشد و یا چند بند متن ممکن است فقط یک مضمون داشته باشند (معروفی و یوسف‌زاده، ۱۳۹۷، ص ۱۳۶).

۴-۲. تحلیل محتوای کمی

تحلیل محتوای کمی ریشه در پژوهش رسانه دارد. در تحلیل محتوای کمی، حقایق از متن به شکل تعداد دفعات، بیان می‌شود، سپس به‌منزله درصد یا تعداد جزئیات مربوط به یک مجموعه پیام، داده‌ها خلاصه می‌گردند و در حقیقت پژوهشگر به دنبال یافتن پاسخ سؤالات درباره «چه تعدادی» است. در تحلیل کمی، از شمارش واحدهای محتوایی استفاده می‌شود و تلاش می‌گردد تا ویژگی‌های خاصی در متن اندازه‌گیری شود (خنیفر، ۱۳۹۸، ص ۸۱).

شکل ۲: مراحل تحلیل محتوای کمی (خنیفر، ۱۳۹۸، ص ۸۶)



۴-۳. تحلیل ادراکی

مفهوم تحت بررسی انتخاب و تعداد دفعات تکرار شده آن مفهوم در متن ثبت می‌شود. به عبارت دیگر، وقوع، حضور، تکرار و تناوب مفاهیم مطرح است که با کلمات و عبارات در یک متن نمایش داده می‌شوند.

۴-۳-۱. مراحل انجام تحلیل ادراکی

- تعیین سطح آنالیز؛
- تعیین تحقق رمزگذاری برای وقوع و یا تناوب یک مفهوم؛
- تصمیم‌گیری درباره چگونگی تمایز بین مفاهیم؛
- تعیین قوانین رمزگذاری متن؛
- تصمیم درباره شیوه برخورد با اطلاعات بی‌ارتباط و نامربوط؛
- رمزگذاری؛
- تحلیل نتایج (ادیب حاج‌باقری و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۲۵۷).

۴-۴. تحلیل ارتباطی

این نوع تحلیل مانند تحلیل ادراکی با شناسایی مفاهیم موجود در یک متن و یا مجموعه‌هایی از متون موجود آغاز خواهد شد. مطالعه ممکن است با یک مفهوم و یا چندین مفهوم انجام شود. «تحلیل ربطی» در طلب آن است که تنها به حضور مفهوم نپردازد، بلکه ارتباط بین مفاهیم شناسایی شده را کشف نماید. این تحلیل «تحلیل معنایی» نیز نام گرفته است.

۴-۴-۱. مراحل انجام تحلیل ارتباطی

- تعیین سؤال؛
 - تعیین نوع ارتباطات؛
 - تقلیل و ساده کردن متن به طبقات و رمزها؛
 - کشف ارتباط بین مفاهیم؛
 - رمزگذاری ارتباطات؛
 - ترسیم نتایج.
- در تحلیل ارتباطی، علاوه بر تحلیل آماری، نمایش مفاهیم و ارتباطات آن در متن به شکل گرافیکی و یا نقشه‌ای انجام می‌شود (ادیب حاج‌باقری و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۲۵۹).

۵. روش‌های تحلیل محتوا

۵-۱. تحلیل مقوله‌ای

این نوع تحلیل هر چند قدیمی‌ترین نوع تحلیل به شمار می‌رود، اما از نظر کاربرد، بیشترین میزان استفاده را دارد. «تحلیل مقوله‌ای» بر پایه عملیات برش متن در واحدهای مشخص و سپس طبقه‌بندی این واحدها در مقوله

قرار دارد که برحسب مشابهت، طبقه‌بندی شده‌اند (خنیفر، ۱۳۹۸، ص ۸۲). در این روش ابتدا متن موردنظر (انواع پیام، مثل فیلم، مجله و مانند آن) را به اجزایی تجزیه می‌کنند. سپس اجزا را به طبقاتی تقسیم می‌نمایند و با شمارش فراوانی هر طبقه، درصد آنها را مشخص و در پایان، آن درصدها را تحلیل می‌کنند. مثال ذیل، نمونه‌ای از این روش است:

یک پژوهشگر می‌خواهد بررسی کند که هریک از موضوعات سیاسی، اقتصادی، مذهبی، اجتماعی، علمی، ورزشی و سایر موضوعات چند درصد از برنامه‌های تلویزیونی را به خود اختصاص داده است، تا از این طریق نقش این رسانه را در فرهنگ‌سازی در حوزه‌های گوناگون به دست آورد. برای این کار، ابتدا اجزا را طبقه‌بندی می‌کند و هر کدام را یک واحد قرار می‌دهد. واحد می‌تواند یک برنامه، یک صحنه، یا نما باشد. سپس طبقه‌های مزبور را درصددی می‌کند؛ مثلاً، برنامه سیاسی ۲۰ درصد، اقتصادی ۳۰ درصد، اجتماعی ۱۵ درصد. آنگاه این درصدها را تحلیل می‌نماید (ازکیا، ۱۳۸۹، ص ۳۶۹).

۵-۲. تحلیل سنجش

در این نوع تحلیل اساس بر این است که زبان به‌طور مستقیم بیانگر شخصی است که از آن استفاده می‌کند. به همین علت به مفهوم زبانی که همین بند تحلیلی بر پایه آن استوار است «زبان نمایشی» گفته می‌شود.

۵-۳. تحلیل بیان

نوعی تحلیل است که روی عناصر و ساختارهای صوری بیان انجام می‌شود. این فن به حد کمال خود نزدیک نشده است، اما به سبب کاربرد وسیع و ساده آن مدنظر قرار دارد.

۵-۴. تحلیل نحوه بیان

باردن اعتقاد دارد که در تحلیل «نحوه بیان»، شاخص‌های به‌کاررفته معناشناختی نبوده و از نوع شاخص‌های صوری هستند. با این وصف، چون هدف گذر سطحی از محتوا از طریق شکل محتوا و به‌طور مستقیم است، تحلیل نحوه بیان در حیطه تحلیل محتوا قرار می‌گیرد (خنیفر، ۱۳۹۸، ص ۸۲).
پینگل (۱۹۹۹) پنج روش کیفی برای تحلیل محتوا به شرح ذیل بیان می‌کند:

۵-۵. تحلیل تأویلی یا هرمنوتیک

در این تحلیل هدف کشف پیام‌ها و معنای پنهان موجود در متن است و از یک رویکرد فلسفی تبعیت می‌شود.

۵-۶. تحلیل زبانه‌شناسانه

در این نوع تحلیل بررسی صحت و سقم واژه‌ها، معنای اصطلاحات و شیوه در کنار هم قرار گرفتن آنها محور تحلیل قرار می‌گیرد.

۵-۷. تحلیل بین فرهنگی

در این تحلیل درباره یک موضوع، تمام ابعاد و جنبه‌ها برای گروه‌های فرهنگی متفاوت بررسی می‌شود تا میزان تعصب اعمال شده کشف گردد.

۵-۸. تحلیل گفتمان

در این شیوه، تحلیلگر با تعیین تأکیدهای به کار گرفته شده توسط مؤلف، گروه‌ها، حوادث و محتوا را به دو دسته «بازرزش» و «بی‌ارزش» تقسیم می‌کند. این نوع تحلیل قابلیت تعمیم در گفت‌وگوهای رسمی و غیررسمی را داراست.

۵-۹. تحلیل اقتضایی

پنیگل معتقد است: باید متناسب با شرایط، روش مناسب تحلیل انتخاب شود (معروفی و یوسف‌زاده، ۱۳۹۷، ص ۸۷).

۶. کاربرد رایانه در تحلیل محتوا

رایانه با تجهیز محتوا به ابزاری پایا، سریع و ارزان، به شدت مورد استقبال قرار گرفته و - در واقع - کاربرد رایانه انقلابی در جنبه‌های خاصی از تحلیل محتوا به وجود آورده است.

ویژگی‌های رایانه که در تحلیل محتوا حائز اهمیت است عبارتند از:

- حجم عظیمی از داده‌های رقمی به‌طور متوالی در رایانه خوانده می‌شود.

- اعمال منطقی یا جبری که می‌توان درباره این داده‌ها تعریف کرد با سرعت زیادی اجرا می‌گردد.

- اجرای این اعمال را برنامه‌ای مشخص می‌کند که عمل کامپیوتر را تعیین و مهار می‌نماید و از این‌رو همسنگ

نظریه‌های کامل یا بازنمایی نحوه کار رایانه است.

- فرایندهای رایانه‌ای جبری بوده و از این‌رو کاملاً پایا هستند. رایانه به هیچ ابهام و عدم قطعیتی تن در نمی‌دهد

(نایی، ۱۳۹۸، ص ۱۷۰).

در این زمین، نخست باید گفت: رایانه‌ها زمانی مفید هستند که واحد تحلیل، کلمه یا نماد و نتایج مبتنی بر

فراوانی آنها باشند.

دوم. چون فن تحلیل، فنی پیچیده است، رایانه برای کار با متغیرهای متعدد، آن‌هم به‌طور همزمان، توانایی

بالایی دارد.

سوم. هنگامی که برای این گمان - که پژوهش به تحلیل‌های بسیار متفاوتی نیاز دارد - دلایلی قوی وجود

داشته باشد، انتقال اطلاعات به کارت‌های آی.بی.ام. برای تحلیل با رایانه، سبب صرفه‌جویی ساعت‌ها وقت در کار

می‌شود (هولستی، ۱۳۹۸، ص ۲۳۲).

رایانه به‌مثابه یک دستیار و پشتیبان، مراحل تحلیل محتوا را روی یک صفحه الکترونیکی از طریق، پردازش

مواد، برجسته‌سازی و درج یادداشت‌های حاشیه‌ای، تعریف مقوله‌های معین و قواعد رمزگذاری و ثبت اظهارنظرها

درباره متن تسهیل می‌کند و ابزارهای مناسبی برای پردازش متن مانند جست‌وجو کردن، مراجعه به متون و منابع گوناگون و جمع‌آوری و ویرایش متون فراهم می‌کند.

رایانه به‌منزله یک مرکز مستندساز عمل می‌نماید، تمام مراحل تحلیل همه تحلیلگران را ثبت می‌کند و تحلیل را جامع و قابل تکرار می‌سازد، به‌گونه‌ای که بتوان حتی به اطلاعات مربوط به علل عدم پایایی بین دو رمزگذار پی برد. رایانه اغلب تحلیل محتوای کیفی را به تحلیل محتوای کمی پیوند می‌زند و محاسبه فراوانی مقوله‌ها را با حداقل اشتباه میسر می‌سازد. در ارتباط با تحلیل محتوای کیفی رایانه‌ای دو برنامه مشهور با عنوان «اتلس تی» و «وین مکس» وجود دارند (معروفی و یوسفزاده، ۱۳۹۷، ص ۱۰۰).

نرم‌افزارهایی که برای تحلیل کیفی به کار می‌روند شش کاربرد دارند و معمولاً در هر برنامه می‌توان چند کار انجام داد. این کاربردها عبارتند از: واژه‌پردازی، بازیافت متن، مدیریت متن، برنامه‌های بازیافت رمز، نظریه‌پردازی‌های مبنی بر رمز، و شبکه‌سازهای مفهومی.

۱-۶. واژه‌پردازها

برای ایجاد پرونده‌های متنی، یافتن، انتقال، تکثیر و بازیافت بخش‌هایی از متن مصاحبه‌ها یا پرونده‌های صوتی، نوشتن یا ویرایش یادداشت‌های میدانی به کار می‌روند.

۲-۶. نرم‌افزارهای بازیافت متن

تعداد دفعات طرح هر عبارت یا کلمه را مشخص می‌کنند و یا ترکیبی از اعمال بالا را انجام می‌دهند.

۳-۶. نرم‌افزارهای مدیریت متن

شبهه نرم‌افزارهای متن‌جو هستند، ولی برای سازماندهی و مدیریت و مرتب کردن اطلاعات متنی توانایی بیشتری دارند.

۴-۶. برنامه‌های رمزگذاری و بازیافت اطلاعات

کارشان تقسیم متن به قسمت‌های گوناگون رمزگذاری، یافتن رمزها و نمایش آنها، رونوشت گرفتن و انتقال اطلاعات است.

۵-۶. نرم‌افزارهای نظریه‌پرداز رمزدار

کار این نرم‌افزارها رمزگذاری، بازیافت اطلاعات، ایجاد ارتباط‌های نظری بین مفاهیم رمزگذاری شده و ایجاد رابطه و طبقه‌بندی در سطحی بالاتر است.

۶-۶. نرم‌افزارهای شبکه‌ساز مفهومی

ساخت و آزمون نظری، ایجاد شبکه‌های گرافیکی و نمایش رابطه متغیرها کار این نرم‌افزارهاست (سفیری، ۱۳۸۹، ص ۲۸۰).

۷. مزایای تحلیل محتوا

- تحلیل محتوا می‌تواند اسناد بسیار حجیم را ساده‌سازی کرده، آنها را به اطلاعات شمارشی و عددی تبدیل کند.
- این روش می‌تواند رویکردهای کمی و کیفی را با یکدیگر ترکیب نموده، در کنار نگاه به اعداد و ارقام، رابطه بین این ارقام و متن را نیز در نظر بگیرد.
- این روش می‌تواند مقاصد، گرایش‌ها و احساسات را مشخص کرده، مسیرهای تبلیغات پرهیاهو، نابرابری و قدرت را برملا سازد.
- تحلیل محتوا می‌تواند کنش‌های متقابل را از دور تحلیل کند (رویکرد شمارشی) و حسی از عینی بودن را متمایز سازد.
- بدون دخالت و بدون واکنش انجام می‌شود؛ یعنی نیازی نیست کسی مصاحبه شود و پژوهشگر به‌تنهایی و با استفاده از روزنامه‌ها، کتابخانه و منابع مشابه، محتوا را تحلیل می‌کند.
- بررسی فرایندهای بلندمدت؛ مثل بررسی استفاده تبلیغاتی از زن در رسانه‌ها، طی سال‌های متمادی (سفیری، ۱۳۸۹، ص ۲۷۸).

۸. انتقادات واردشده به روش پژوهش تحلیل محتوا

- در تحلیل محتوا برخی از روش‌ها، مانند تحلیل ارزیابی، بسیار دشوار بوده، نیاز به کار و فعالیت زیادی دارند.
- کاربرد تحلیل محتوا هرچند دامنه وسیعی را دربر می‌گیرد، ولی در هر مورد، وضع کار تفاوت می‌کند و گاهی باید از روش خاصی بهره‌برد. از این رو پژوهشگر به محدودیت در کاربرد روش‌ها برخورد می‌کند و نیاز به زیرکی خاص در بهره‌گیری از روش یا روش‌های ترکیبی مناسب دارد.
- فقدان برخی پیام‌ها که با موضوع پژوهش در ارتباط است؛ مثلاً، بسیاری از شخصیت‌ها بسیار اندک در رسانه‌های جمعی و مطبوعات پوشش داده می‌شوند. از این رو دسترسی به آراء و آثار آنها دشوار است.
- تحلیل محتوا به‌تنهایی می‌تواند مبنای اظهارنظر درباره تأثیر محتوا بر مخاطبان باشد.
- تحلیل محتوا به چارچوب مقوله‌ها و تعاریف به‌کاررفته در تحلیل، محدود می‌شود. پژوهشگران ممکن است تعاریف گوناگونی را برای سنجش یک مفهوم واحد به کار گیرند و پژوهشگرانی که از ابزارهای سنجش متفاوت استفاده می‌کنند، به‌طور طبیعی به نتایج متفاوتی می‌رسند.
- تحلیل محتوا اغلب وقتگیر و پرهزینه است (خنیفر، ۱۳۹۸، ص ۹۵).
- تحلیل محتوا ممکن است به سبب جهت‌گرایی به شدت اثبات‌گرا آماج انتقاد قرار گیرد، به‌ویژه زمانی که فقط از رویکردهای شمارشی استفاده می‌شود.
- تحلیل محتوا می‌تواند به تکیه صرف بر شمارش واژه‌ها منتهی شود، بدون اینکه امکان تفاسیر دقیق‌تر با جزئیات بیشتر را فراهم آورد.

- تحلیل محتوا می‌تواند اطلاعات را از بافت آن خارج سازد.

- این روش اغلب غیر نظری است، تفاسیری حداقلی ارائه می‌دهد و فرض را بر این می‌گذارد که اعداد همه چیز را بازگو می‌کنند.

نتیجه‌گیری

«تحلیل محتوا» یکی از مباحث مهم و کاربردی است که پژوهشگران با استفاده از این روش به واری‌های داده‌های خود می‌پردازند. تحقیقات تحلیل محتوا ضمن مشخص کردن خلأهای پژوهشی، محققان را به سوی آن خلأها راهنمایی می‌کنند. گرچه برخی از صاحب‌نظران «تحلیل محتوا» را یک روش تجزیه و تحلیل می‌دانند، به عقیده عده‌ای دیگر، «تحلیل محتوا» یک شیوه پژوهشی است که برای تشریح عینی، منظم و کمی محتوای آشکار پیام‌های ارتباطی به کار می‌رود.

تحلیل محتوای علمی عمدتاً در قرن بیستم رایج شد و شاخه‌های گوناگون علوم اجتماعی، همچون ارتباطات، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی و روان‌شناسی آن را در پژوهش‌های خود به کار گرفتند. ابتدا این روش را برای تحلیل تبلیغات و سپس برای اهداف اطلاعاتی و نظامی به کار بردند. هدف این روش شناسایی مهم‌ترین طبقه‌ها و مقولات در یک متن و کشف واقعیت اجتماعی نهان در آن است. از طریق رمزگذاری و مقوله‌بندی می‌توان از توسعه یک نظریه یا الگوی جدید حمایت کرد، یا نظریات موجود را به بوته آزمایش گذاشت و صحت و سقم آنها را بررسی نمود.

این روش به‌ظاهر آسان است و به نظر می‌رسد در هر حوزه‌ای و توسط هر پژوهشگری با هر میزان تجربه قابل انجام است. با این حال باید حساسیت نظری و مقایسه مستمر داده‌ها در این روش در هر گام مدنظر قرار داد؛ به این معنا که از یک‌سو، پژوهشگر باید دائم ملاک‌هایی که اعتباریافته‌ها را در این روش تأمین می‌کنند، سرلوحه فعالیت خود قرار دهد و از سوی دیگر، مرتب داده‌ها را با مقوله‌ها و رمزهای در حال ظهور مقایسه کند. همچنین در زمینه‌ای که قصد انجام تحلیل محتوا در آن را دارد، قدری دانش و فهم اولیه داشته باشد که موجب انتخاب و تحلیل موارد مربوط و رفع موارد نامربوط از فرایند پژوهش شود.

زمانی که پژوهشگر با داده‌های زیادی سروکار دارد، فرایند طبقه‌بندی داده‌ها در روش «تحلیل محتوا» می‌تواند توسط نرم‌افزارهایی که برای کمک به پژوهشگر در این زمینه به وجود آمده‌اند، تسهیل شود (مؤمنی‌راد و همکاران، ۱۳۹۲).

با توجه به اینکه تعداد پژوهش‌های فراوانی با استفاده از روش «تحلیل محتوا» صورت گرفته است و علاوه بر اینکه ماهیت خاص این روش، ظرفیت نظریه‌پردازی و بررسی در زمینه پدیده‌های گوناگون را دارد، هنگامی که ضعف‌های نظریه‌های موجود را برای تبیین بسیاری از پدیده‌های اجتماعی و مدیریتی کشورمان را در کنار توانمندی‌های بالقوه این روش می‌گذاریم، اهمیت شناخت و کاربرد بیشتر و بهتر آن مضاعف می‌شود.

منابع

- ابوالفتحی، مهناز و همکاران، ۱۳۹۶، «تحلیل محتوایی و استنادی مقالات چاپ شده در مجله علمی پژوهشی سالمندی ایران ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۴»، *سالمند*، ش ۴۵، ص ۹-۱۵.
- ادیب حاج باقری، محسن و دیگران، ۱۳۹۰، *روش های تحقیق کیفی*، تهران، بشری.
- ، ۱۳۹۳، *روش های تحقیق کیفی*، تهران، بشری.
- ازکیا، مصطفی، ۱۳۸۲، *روش های کاربردی تحقیق*، تهران، کیهان.
- ایمان، محمدتقی و محمدرضا نوشادی، ۱۳۹۰، «تحلیل محتوای کیفی»، *پژوهش*، سال سوم، ش ۲، ص ۱۶-۴۴.
- بیابانگرد، اسماعیل، ۱۳۸۶، *روش های تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی*، تهران، دوران.
- خاکی، غلامرضا، ۱۳۹۶، *روش تحقیق در مدیریت*، تهران، فوژان.
- خنیفر، حسین، ۱۳۹۸، *اصول و مبانی روش های پژوهش کیفی*، چ چهارم، تهران، نگاه دانش.
- دلاور، علی، ۱۳۸۲، *روش تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی*، چ سوم، تهران، روان.
- رحیم سلمانی، آرزو، ۱۳۹۱، «مروری بر روش تحلیل محتوا»، *آینه پژوهش*، سال بیستم، ش ۵، ص ۳۱-۴۰.
- سفیری، خدیجه، ۱۳۸۹، *روش تحقیق کیفی*، تهران، پیام پویا.
- شیری، طهمورث و ندا عظیم، ۱۳۹۱، «بررسی مقایسه ای تحلیل محتوای کیفی و روش هرمنوتیک»، *مطالعات جامعه شناسی*، سال چهارم، ش ۱۵، ص ۷۹-۹۹.
- عصاره، فریده و همکاران، ۱۳۹۳، «پژوهش های علم و اطلاعات و دانش شناسی در ایران: تحلیل محتوا»، *علم شناسی کاسپین*، سال اول، ش ۱۴، ص ۷-۱۳.
- فضل الهی، سیفاله و منصوره ملکی توانا، ۱۳۸۹، «روش شناسی تحلیل محتوا با تأکید بر تکنیک های خوانایی سنجی و تعیین ضریب درگیری متون»، *پژوهش*، سال دوم، ش ۱، ص ۷۱-۹۴.
- محمدی، مهدی و فرشته صفری، ۱۳۹۷، «پژوهش های تحلیل محتوا در حوزه علم اطلاعات و دانش شناسی ایران بین سال های ۱۳۶۵-۱۳۹۷»، *علوم و فنون مدیریت ارتباطات*، سال ششم، ش ۱۸، ص ۱۲۳-۱۴۶.
- محمدی، مهدی و همکاران، ۱۳۹۳، «تحلیل محتوای چکیده رساله های دکتری علم اطلاعات و دانش شناسی از سال ۱۳۷۶-۱۳۹۳»، *کنابداری و اطلاع رسانی*، ش ۳، ص ۱۴۳-۱۶۷.
- معلمندزاد، کاظم، ۱۳۵۶، *روش تحقیق در محتوای مطبوعات؛ با کلیاتی درباره تجزیه و تحلیل در ارتباطات جمعی*، تهران، دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.
- معروفی، یحیی و محمدرضا یوسفزاده، ۱۳۹۷، *تحلیل محتوا در علوم انسانی (با تأکید بر تحلیل محتوای کتاب های درسی)*، ویراست دوم با تجدیدنظر و اضافات، تهران، سپهر دانش.
- مؤمنی راد، اکبر و همکاران، ۱۳۹۲، «تحلیل محتوای کیفی در آیین پژوهش: ماهیت، مراحل و اعتبار نتایج»، *اندازه گیری تربیتی*، سال چهارم، ش ۱۴، ص ۱۸۸-۲۲۲.
- نایی، هوشنگ، ۱۳۹۲، *تحلیل محتوا: مبانی روش شناسی*، چ دوازدهم، تهران، نشر نی.
- هولستی، ال. ار، ۱۳۹۸، *تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی*، ترجمه نادر سالارزاده امیری، تهران، دانشگاه علامه طباطبائی.