



A Novel Approach to Content Analysis Methodology

Fatemeh Mohammad Sharifi / MA in Curriculum Planning, Islamic Azad University, Qom
fhms79.97@gmail.com

✉ Seyfolah Fazlollahi Ghomshe  / Associate Professor, PhD in Educational Sciences, Faculty of Humanities,
Tolu'e Mehr University, Qom, Iran

fazlollahigh@tolouemehr.ac.ir

Received: 2023/12/24 - Accepted: 2025/04/21

Abstract

Achieving development and progress in education and scientific inquiry is considered a foundational cornerstone. Consequently, the study of research methodologies is of paramount importance for fostering scientific understanding and enhancing the quality of investigations. Given the expansion of these methodologies and to facilitate users in identifying and applying their various stages, this article has sought to examine the "Content Analysis" research method and introduce it with greater clarity. This study is a systematic narrative review, conducted by searching and examining previous studies in databases using library resources, and has been reprocessed and refined through a methodological lens on content analysis. Based on the research findings, discussions on content analysis have been utilized from the past to the present. "Content Analysis" is a documentary research method that provides a systematic, objective, quantitative, and generalizable examination of communicative messages. It is an independent scientific method, employed both on its own and alongside other qualitative processes, to achieve a conceptual model or framework, describe and summarize data, make inferences from them, and formulate theory.

Keywords: content analysis, research, method, qualitative content analysis, quantitative content analysis.

رویکردی نو بر روش‌شناسی تحلیل محتوا

fhms79.97@gmail.com

فاطمه محمدشریفی / کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی درسی دانشگاه آزاد اسلامی قم

سیداله فضل‌الهی قمشی  / دانشیار و دکترای تخصصی گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه طلع مهر، قم، ایران

fazlollahigh@tolouemehr.ac.ir

دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۰۳ - پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۰۱

چکیده

دستیابی به توسعه و پیشرفت در آموزش، پژوهش و تحقیق، سنگ بنای اولیه محسوب می‌شود. از این رو مطالعه روش‌های پژوهش برای شناخت علمی و ارتقای کیفیت تحقیقات، اهمیت ویژه‌ای دارد. با توجه به گسترش این روش‌شناسی و به‌منظور سهولت کاربران در تشخیص و کاربست مراحل گوناگون آن، این مقاله کوشیده است روش پژوهش «تحلیل محتوا» را بررسی کند و با وضوح بیشتری معرفی نماید. این مطالعه مروری روایتی نظام‌مند است که با استفاده از منابع کتابخانه‌ای، جست‌وجو و بررسی مطالعات گذشته در پایگاه‌های اطلاعاتی انجام شده و با نگاه روش‌شناسانه به تحلیل محتوا، بازپردازش و تکمیل گردیده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، مباحث تحلیل محتوا از گذشته تاکنون مورد استفاده قرار گرفته‌اند. «تحلیل محتوا» از جمله روش‌های اسنادی است که به بررسی نظام‌مند، عینی، کمی و تعمیم‌پذیر پیام‌های ارتباطی می‌پردازد. «تحلیل محتوا» روشی علمی و مستقل است که هم به‌تنهایی و هم در کنار فرایندهای کیفی دیگر، در جهت دستیابی به الگو یا چارچوبی مفهومی، توصیف و تلخیص داده‌ها، استنباط از آنها و تدوین نظریه به‌کار گرفته می‌شود.

کلیدواژه‌ها: تحلیل محتوا، پژوهش، روش، تحلیل محتوای کیفی، تحلیل محتوای کمی.

مقدمه

برای دستیابی به توسعه و پیشرفت در آموزش، پژوهش و تحقیق، سنگ بنای اولیه به‌شمار می‌رود. از این رو مطالعه روش‌های پژوهش برای شناخت علمی و بهبود کیفیت تحقیقات، اهمیت ویژه‌ای دارد. یکی از روش‌های تحقیقی که از گذشته مورد استفاده قرار می‌گرفته، «تحلیل محتوا» است که امروزه در بسیاری از علوم، کاربرد فراوانی در گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها یافته است (حشمتی‌فر و دیگران، ۱۴۰۱).

اساساً بخشی از حیات آدمی را داده و عدد، و بخش مهم‌تری را پیام و متن تشکیل می‌دهد. به‌منظور بررسی محتوای آشکار، دوپهلوی، مبهم، پنهان و حتی پیچیده در یک متن، می‌توان از روش «تحلیل محتوا» بهره گرفت. این روش برای کشف جهان کلمات، روح جملات و هدف نگارنده، گوینده یا نقاد، کاربرد وسیعی دارد. هیچ‌گونه تفسیر، تحلیل یا پردازش علمی بدون شناخت، تعمق، تأمل و تحلیل محتوای عرضه‌شده امکان‌پذیر نیست. «تحلیل محتوا» روشی مناسب برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های درون و پیرامون محتوای یک پیام است.

به‌زعم برخی صاحب‌نظران، تحلیل محتوا از نظر ماهیت پژوهش، روشی کمی است که از طریق آن، محتوای کیفی منابع مورد بررسی قرار می‌گیرد. برخی نیز این روش را شیوه‌ای برای تجزیه و تحلیل داده‌ها می‌دانند. این شیوه ابتدا در علوم ارتباطات به‌کار گرفته شد و امروزه در تحلیل‌های مختلف متون کاربرد دارد. این روش پژوهشگر را قادر می‌سازد تا به تهیه، بیان و ارزیابی انتقادی از طرح پژوهش، مستقل از نتایج آن بپردازد (خنجر و مسلمی، ۱۳۹۷، ص ۷۷).

پیچیده بودن معنا، کل‌نگری و وابسته بودن محتوا به زمینه، از جمله دلایلی است که «تحلیل محتوا» می‌تواند به‌عنوان روش تحقیق کیفی نیز به‌کار گرفته شود. محققان مایل‌اند با انجام آن، به درک رفتار، تجارب و مفاهیم مورد استفاده در محیط‌های طبیعی بپردازند (حسینی و دیگران، ۱۴۰۱).

تحلیل محتوا می‌تواند در تهیه الگوهای عملکردی به پژوهشگر کمک کند. بدین‌سان، می‌توان با تحلیل آثار گروهی خاص از نویسندگان، خطوط اصلی اندیشه آنان را استخراج، تلفیق و در نهایت، مجموعه‌ای تشکیل داد که معرف نحل، فلسفه یا مکتبی خاص باشد (سلطانی و دیگران، ۱۳۹۷).

به اعتقاد بیشتر صاحب‌نظران، «تحلیل محتوا» روشی پژوهشی است که برای بیان مفاهیم یا واژه‌های معین در یک متن یا مجموعه‌ای از متون به‌کار می‌رود. متن می‌تواند شامل کتاب، فصل یا فصل‌هایی از یک کتاب، نوشته‌ها، مصاحبه، گفت‌وگو، عناوین و مقالات مطبوعات و اسناد تاریخی باشد. تحلیل محتوا، هم در تحقیقات کمی و هم در تحقیقات کیفی قابل استفاده است (مظلومیان و علوی، ۱۳۹۸). این روش می‌تواند به‌عنوان منبعی برای تکمیل اطلاعات در کنار سایر روش‌ها به‌کار رود (بحرانی، ۱۳۹۵).

تقریباً تمام پژوهش‌های علوم اجتماعی و انسانی به‌نوعی به مطالعه دقیق منابع وابسته‌اند. با تعمیم این امر در پژوهش، این پرسش مطرح می‌شود که چه خصوصیتی روش «تحلیل محتوا» را از دیگر مطالعات دقیق اسنادی متمایز می‌سازد؟

باید دانست که تعریف‌های روش «تحلیل محتوا» به‌مرور زمان و با توسعه فنون و به‌کارگیری ابزارهای موجود برای مطالعه مسائل جدید و مطالب گوناگون، دچار تحول شده‌اند.

۱. واژه‌شناسی پژوهش تحلیل محتوا

اصطلاح «پژوهش تحلیل محتوا» معادل واژه لاتین «Content Analysis Research» است. واژه «Research» در لغت به‌معنای «پژوهش، کندوکاو، تجسس و کاوش» است. واژه «Analysis» نیز به‌معنای «تحلیل» بوده و عبارت است از: شکستن کل به قسمت‌های مختلف به منظور تعیین ماهیت آن. از سوی دیگر، واژه «Content» در فارسی به مفهوم «زمینه»، «محتوا»، «عرضه» و «پهنه» است (خنیفر و مسلمی، ۱۳۹۷، ص ۷۷).

۲. مواد و روش‌ها

مطالعه حاضر از نوع مطالعات مروری روایتی است که برای انجام آن، چهار مرحله شامل اجرای راهبرد جست‌وجو، جمع‌آوری مقالات، بررسی و گزینش مطالعات، و تحلیل مقالات صورت گرفت. راهبرد جست‌وجو شامل مطالعاتی است که به بررسی تحلیل محتوا پرداخته‌اند. این مطالعه با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و جست‌وجوی مطالعات گذشته در پایگاه‌های اطلاعاتی *SID*، *MagIran*، *Elmnet* و *Irاندو* در بازه زمانی سال‌های ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۲، از طریق کلیدواژه‌های «تحلیل محتوا»، «تحلیل محتوای کیفی» و «تحلیل محتوای کمی» انجام شد.

مقالاتی که معیارهای ورود به مطالعه، از جمله نوع مطالعه (مروری، توصیفی) را دارا بودند، بررسی و تجزیه و تحلیل شدند. محتوای انتخاب‌شده با دقت، چندین بار مطالعه و خلاصه‌برداری گردید. پس از تسلط کامل بر موضوع، جنبه‌های مختلف مقالات مقایسه و بررسی شدند و با این نگاه، روش‌شناسی تحلیل محتوا بازپردازش و تکمیل گردید.

۳. تاریخچه پیدایش روند تکامل روش «تحلیل محتوا»

نخستین کندوکاو تجربی در زمینه تحلیل محتوا به مطالعات الهیات در اواخر سده هفدهم بازمی‌گردد که به نگرانی کلیسا نسبت به گسترش مطالب غیرمذهبی در روزنامه‌ها مربوط می‌شد. با این حال، مورخان آغاز این پژوهش‌ها را به فعالیت‌های آن دسته از دانشمندان علوم سیاسی نسبت می‌دهند که به تأثیر تبلیغات و سایر پیام‌های اقناعی علاقه‌مند بودند (قائدی و گلشنی، ۱۳۹۵).

به نظر می‌رسد استفاده تاریخی از تحلیل محتوا در بُعد علمی آن را بتوان به بهره‌گیری از این روش در شناخت کلمات، لغات و اصطلاحات کتاب‌های مقدس مانند تورات، انجیل و قرآن نسبت داد. با توجه به عمق معانی در این

کتاب‌ها، مفسران به تحلیل محتوای لغات و مفاهیم آنها می‌پرداختند. از سوی دیگر، برای تفکیک عباراتی که به متون مقدس نسبت داده شده بودند، «تحلیل محتوا» ابزاری برای شناسایی محسوب می‌شد.

گویا نخستین مورد مستند از تحلیل کمی متون به قرن هجدهم بازمی‌گردد که شخصی سوئدی به نام «دورینگ» (Doring) ماجرای را درباره نود سرود مذهبی شرح داد که مضمون آنها خطرناک تلقی می‌شد و برای رفع این نگرانی، با بهره‌گیری از «تحلیل محتوا»، مقایسه‌ای میان متون انجام گرفت. در آلمان، لوبل (Lubel) طرحی گسترده برای طبقه‌بندی ساختار درونی محتوا با توجه به کارکرد روزنامه‌ها ارائه داد (سلطانی و دیگران، ۱۳۹۷).

در آستانه قرن بیستم، با افزایش محسوس تولید انبوه کاغذ روزنامه در امریکا، توجه به ارزیابی بازارهای انبوه و افکار عمومی شکل گرفت. مکتب روزنامه‌نگاری پا گرفت و به لزوم تدوین معیارهای اخلاقی و انجام مطالعات تجربی بر روزنامه‌ها منجر شد. در این دوره، مطالب مطبوعات تحلیل می‌شدند و دقت علمی در قالب اندازه‌گیری رعایت می‌گردید. مکتب روزنامه‌نگاری کلمبیا به این امر اهمیت داد و بررسی کمی روزنامه‌ها افزایش یافت. فهرست عناوین گوناگون تهیه شد، تحول یکی از مطبوعات مورد توجه قرار گرفت و میزان «هیجان‌بخشی» مقاله‌های آن اندازه‌گیری شد. هفته‌نامه‌های روستایی و روزنامه‌های شهری با یکدیگر مقایسه شدند و اندازه‌گیری و شمارش به‌طرز چشم‌گیری فراگیر شد.

بی‌گمان، جنگ جهانی دوم نقطه عطفی مهم در تاریخ تحلیل محتوا به‌شمار می‌رود. احتمالاً نخستین محرک عمده در کاربرد عملی گسترده این روش، در جریان جنگ جهانی دوم پدید آمد؛ وقتی که تحلیل محتوا برای بررسی تبلیغات سیاسی به کار گرفته شد. «تحلیل تبلیغات» ابزاری برای شناسایی افرادی بود که منبع نفوذ غیراخلاقی تلقی می‌شدند. از سال ۱۹۶۰ به بعد، سه پدیده عمده بر تحلیل محتوا تأثیر گذاشته‌اند:

۱. استفاده از رایانه؛

۲. توجه به بررسی‌های مربوط به ارتباط غیرشفاهی و شکوفایی نشانه‌شناسی؛

۳. قاطعیت مطلوبی که پژوهش‌های زبان‌شناختی به‌همراه داشته‌اند.

در مطالعات علوم سیاسی و جامعه‌شناسی نیز استفاده از این روش از اوایل دهه ۱۹۳۰ رایج شد (قائدی و گلشنی، ۱۳۹۵). باید توجه داشت که در متون ادبی، تحلیل محتوا برای شناخت سبک کلمات و مضامینی که به مؤلف نسبت داده می‌شده و نیز برای شناخت دوره‌ای که نویسنده به آن تعلق داشته، با در نظر گرفتن شرایط اجتماعی حاکم بر آن زمان، انجام می‌گرفته است. برای مثال، می‌توان به سبک ملک‌الشعرای بهار اشاره کرد که برای شناخت ورود لغات عربی در کتاب‌های فارسی طی قرون چهارم و پنجم، از روش «تحلیل محتوا» بهره می‌گرفت (سلطانی و دیگران، ۱۳۹۷).

۴. معرفی روش پژوهش «تحلیل محتوا»

«تحلیل محتوا» از فنون مربوط به روش اسنادی در پژوهش علوم اجتماعی به‌شمار می‌آید. این فن به تحلیل و آنالیز محتوا می‌پردازد. در میان صاحب‌نظران، تعاریف مختلفی از «تحلیل محتوا» مطرح شده است.

۴-۱. تحلیل محتوا از دیدگاه دانشمندان

نویسندگان	سال	عنوان مقاله	تعریف از «تحلیل محتوا»
هولستی (Holstie)	۱۹۹۸	تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی	شیوه‌ای برای استنباط نظام‌مند و عینی ویژگی‌های خاص پیام‌ها
کریپندروف (Krippendorf)	۲۰۱۸	مقدمه‌ای بر روش‌شناسی	روشی پژوهشی برای ربط دادن داده‌ها به مضمون آن به گونه‌ای معتبر و تکرارپذیر
لورنس باردن (Lawrence burden)	۱۹۸۹	تحلیل محتوا	روش پژوهش عینی، اصولی و کمی به منظور تفسیر و تحلیل محتوا
رایف (Reif)	۲۰۰۱	کاربرد تحلیل محتوای کمی در تحقیق	قرار دادن قاعده و محتوای ارتباطات در طبقات ویژه بر اساس قواعد و تحلیل روابط آن مقوله‌ها با استفاده از آزمون‌های آماری
مورگان (Morgan)	۱۹۹۳	تحلیل محتوای کیفی	فرایندی بیش از یک بازی ساده شمارش کلمات که به معانی، پیام‌ها و محتوای عبارات و واژه‌ها توجه دارد.
استمپل (Estample)	۲۰۰۸	تحلیل محتوا	شیوه‌ای برای استخراج نتیجه‌ناشی از مشاهده محتوا
استملر (Estemeler)	۲۰۰۱	مروری بر تحلیل محتوا	شیوه‌ای تکرارپذیر و نظام‌مند برای فشرده کردن انبوهی از کلمات متنی درون مقولات محتوایی کمتر که مبتنی بر قواعد روشن رمزگذاری است.
ماکس بوئر (Max Bauer)	۲۰۰۰	تجزیه و تحلیل محتوای پایه	روش تحقیقی برای گرفتن نتایج معتبر و قابل تکرار از داده‌های استخراج شده از متن
نئوندراف (Neoendorf)	۲۰۱۷	کتاب راهنمای تحلیل محتوا	تحلیل نظام‌مند، عینی و کمی ویژگی‌های پیام

از میان تعریف‌های ارائه‌شده، تعریف برنارد برلسون جامع‌ترین تعریف به‌شمار می‌آید؛ زیرا با گذشت بیش از چهل سال، همچنان 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 (خنیفر و مسلمی، ۱۳۹۷، ص ۷۹).

۴-۲. ویژگی‌های تحلیل محتوا

تحلیل محتوا باید از چهار ویژگی به شرح ذیل برخوردار باشد:

۱-۲-۴. عینی بودن

«عینیت» به معنای استفاده از قواعد و قوانین دقیق و روشن است، به گونه‌ای که اگر دیگر پژوهشگران همان محتوا را با همان روش دوباره تحلیل کنند، نتایجی همسان به دست آورند. بنابراین، نتایج باید مستقل از تحلیلگران باشند و با تکرار مجدد، همان نتایج حاصل شوند.

۲-۲-۴. نظام‌مند بودن

«انتظام» بیانگر آن است که همه عناصر موجود در محتوا باید بر اساس واحدها و مقوله‌هایی که برای بررسی در نظر گرفته شده‌اند، تحلیل شوند. پژوهشگر نباید عناصر را به دلخواه کنار بگذارد یا تنها برخی از آنها را تحلیل کند.

۳-۲-۴. آشکار بودن

باید به متن یا پیام آشکار و روشن توجه شود و از هرگونه استنباط شخصی و پیش‌داوری‌های فردی تحلیلگر جلوگیری گردد.

۴-۲-۴. کمی بودن

این ویژگی، تحلیل محتوا را از یک مطالعه معمولی متمایز می‌سازد. بر پایه این ویژگی، تحلیلگر باید مشخص کند چه واژه‌ها، مضامین و نمادهایی بیش از همه و به چه تعداد در متن تکرار شده‌اند. افزون بر تحلیل مقداری، می‌توان از تحلیل همبستگی نیز استفاده کرد. این نوع تحلیل مشخص می‌سازد که ارتباط مفاهیم و عناصر چگونه است و چه عواملی آنها را به یکدیگر پیوند می‌دهد (قائدی و گلشنی، ۱۳۹۵).

۳-۴. انواع تحلیل محتوا

تحلیل محتوا در ابعاد کیفی و کمی، روشی منحصر به فرد است و می‌تواند در قالب رویکردهای استنتاجی یا استقرایی به کار گرفته شود. روش پژوهش «تحلیل محتوای کمی»، رویکردی تقلیل‌گرا دارد و به الگوواره (پارادایم) اثبات‌گرا نزدیک است، در حالی که «تحلیل محتوای کیفی» اتکای فلسفی به الگوواره‌های تفسیری و بر ساخت‌گرا دارد و از رویکردهای عینی‌گرا پرهیز می‌کند.

تحلیل محتوای کیفی ریشه در پژوهش‌های اجتماعی دارد. در این نوع تحلیل، داده‌ها به صورت کلمه یا طرح ارائه می‌شوند که امکان ترسیم، بازنمود و تفسیر نتایج را فراهم می‌سازد. در تحلیل کیفی محتوا، نحوه و محل قرار گرفتن واحدهای معنا (رمزهای استخراج‌شده) از فراوانی آنها اهمیت بیشتری دارد.

در مقابل، تحلیل محتوای کمی ریشه در پژوهش‌های رسانه‌ای دارد. در این نوع تحلیل، حقایق از متن به صورت تعداد دفعات بیان شده استخراج می‌شوند و سپس به عنوان درصد یا تعداد واقعی از گروه‌های مهم ارائه می‌گردند (خنیفیر و مسلمی، ۱۳۹۷، ص ۸۰).

با توجه به محدودیت‌های روش کمی و ناتوانی آن در دریافت و درک معانی پنهان در پس اجزای متن، تحلیل محتوای کیفی به درک موضوع تحقیق با در نظر گرفتن بافت ارتباطی که موضوع مطالعه در آن ریشه دارد، می‌پردازد. تحلیل محتوای کیفی می‌کوشد ضمن حفظ مزایای تحلیل محتوای کمی، به زمینه یا بافت ارتباط نیز توجه کند و از آن اطلاعاتی به‌دست آورد. این نوع تحلیل در جایی نمود می‌یابد که تحلیل کمی با محدودیت‌هایی مواجه می‌شود (حشمتی‌فر و دیگران، ۱۴۰۱).

۴-۴. فنون تحلیل محتوا

در بررسی‌های تاریخی مربوط به تحلیل محتوا، چند فن گوناگون قابل شناسایی است:

۴-۴-۱. تحلیل مقوله‌ای

قدیمی‌ترین نوع تحلیل محتواست که بیشترین میزان استفاده را دارد.

۴-۴-۲. تحلیل سنجش

مبنای این فن بر آن است که زبان به‌طور مستقیم، معرف شخصی است که از آن استفاده می‌کند.

۴-۴-۳. تحلیل بیان

در این فن، تمرکز بر عناصر و ساختارهای صوری بیان است.

۴-۴-۴. تحلیل نحوه بیان

به اعتقاد باردن، در تحلیل نحوه بیان، شاخص‌های به‌کاررفته از نوع شاخص‌های صوری هستند.

۴-۴-۵. تحلیل گفتمان

شناخت و درک عمیق معناهای نهفته در متون ارتباطی، مستلزم بهره‌گیری از روش‌های تحلیل کیفی در این عرصه است.

۴-۵. کاربرد تحلیل محتوا

یکی از کاربردهای مهم روش تحلیل محتوا در حوزه مطالعات مدیریت، بررسی جولانگاه اندیشه‌ها، نظریه‌ها، دسته‌بندی‌ها، الگوها، بنیادها، تحلیل‌ها، بررسی‌ها، نقدها و افکار ارائه‌شده و اندیشه‌های بزرگ و تحول‌آفرین است که اغلب این نگاه‌ها با توجه به مقوله زمان و مکان عرضه می‌گردند (خنیفر و مسلمی، ۱۳۹۷، ص ۸۴).

معمول‌ترین استفاده از تحلیل محتوا، توصیف خصوصیات پیام است. برای مثال، برای فهم درست متون درسی، سخنرانی‌ها، روزنامه‌ها و مجلات، می‌توان آنها را تحلیل محتوا کرد تا ارزش‌ها و نظریات به‌کاررفته در آنها استخراج شود. تحلیل محتوا به ما کمک می‌کند تا اهداف فرستنده پیام را شناسایی کرده، علل ارسال پیام و نتایج مترتب بر آن را بررسی کنیم. از این‌رو تحلیل متون برای فهم و درک پیام و بیان دلایل ارسال‌کنندگان آن و هدفی که بر آن مترتب است، ضروری به نظر می‌رسد.

برای نمونه، با تجزیه و تحلیل محتوای پیام رهبر یک حزب سیاسی به مخاطبان خود، می‌توان به راحتی اهداف وی را دریافت.

در تحلیل محتوا، پژوهشگران به دنبال شناخت اثر پیام بر مخاطبان و گیرندگان آن هستند. برای مثال، افرادی که پیام برای آنها ارسال می‌شود، بررسی می‌گردند تا میزان تأثیر پیام بر آنان اندازه‌گیری شود و اثر مثبت یا منفی آن مشخص گردد. در صورت لزوم، اصلاحاتی در پیام اعمال می‌شود. در این روش، پژوهشگر محور فعالیت خود را بر واژه‌های به کاررفته در متن متمرکز می‌کند. افراد، بسته به ویژگی‌های شخصیتی خود، از واژگان خاصی در نوشتارشان استفاده می‌کنند. فراوانی واژه‌ها و نحوه ترکیب آنها در میان افراد متفاوت است. بنابراین، با در دست داشتن اثری از فردی که احتمال می‌رود صاحب آن باشد، می‌توان به شناسایی وی دست یافت.

از تحلیل محتوا می‌توان برای پاسخ به پرسش‌هایی که پژوهشگران مطرح می‌کنند نیز بهره گرفت. این روش می‌تواند برای بررسی جنبه‌هایی از فرهنگ و تغییرات فرهنگی مورد استفاده قرار گیرد. برای مثال، می‌توان اشعار، ادبیات و هنر یک فرهنگ را در زمان خاصی تحلیل کرد تا ارزش‌های موجود در آن عصر به دست آید یا به مقایسه ارزش‌ها در زمان‌های مختلف پرداخت و دگرگونی آنها را در طول زمان اندازه‌گیری نمود.

برای نمونه، پژوهشی توسط دیوید مک‌کلند (David McClelland) انجام شد که «توفیق افراد در فرهنگ‌های مختلف» را از طریق تحلیل محتوای ادبیات آنان ارزیابی کرد. وی به این نتیجه رسید که افراد موفق دارای اراده قوی هستند و برای دستیابی به موفقیت می‌کوشند. این افراد معمولاً از ناهمنوایی‌های بیشتری برخوردارند و به فعالیت‌هایی دست می‌زنند که مخاطرات بالایی دارند.

از طریق تحلیل محتوا می‌توان به خصوصیات و ویژگی‌های اجتماعی یک دوره زمانی خاص دست یافت؛ زیرا بیشتر نویسندگان در آثار خود به انعکاس مسائل و امور مهم زمان خود می‌پردازند. با محوربندی ویژگی‌های اثر و بیان شاخص‌های به کاررفته در آن، می‌توان به بُعد نامحسوس و پنهان مسائل اجتماعی زمان نویسنده دست یافت.

با تحلیل نامه‌ها، نوارها، نوشته‌ها و سفرنامه‌ها می‌توان به بیماری‌ها، خصوصیات روحی و ذهنی افراد پی برد. از طریق روش روان‌کاوی، پژوهشگر در تحلیل محتوای خود به دنبال شناخت عواملی است که شامل خطوط کلی فکر، اندیشه، جهان‌بینی، دنیای ذهنی و نگرش‌های آرمان‌گرایانه صاحب محتواست. افزون بر این، از طریق تحلیل محتوا می‌توان به شناخت جریان‌های عمیق و پنهان اجتماعی دوره‌ای که نویسنده در آن زیسته است، دست یافت.

در سال ۱۵۶۶، تحقیقاتی برای شناخت خصوصیات افراد مبتلا به اسکیزوفرنی انجام گرفت که هدف آن، شناخت زبان افراد سالم و بیمار بود. در تحلیل اسناد به دست آمده از دو گروه، مشخص شد که افراد سالم از کلمات وصفی (به صورت مفعولی) کمتر استفاده می‌کردند، در حالی که افراد بیمار، کلمات وصفی بیشتری به کار می‌بردند (سلطانی و دیگران، ۱۳۹۷).

۴-۶. تمایز روش پژوهش «تحلیل محتوا» با سایر روش‌های پژوهش کیفی

تحلیل محتوا روشی «غیرمُخل» است؛ زیرا داده‌ها از پیش وجود دارند. این روش مطالب فاقد ساختار را نیز می‌پذیرد. در تحلیل محتوا می‌توان از هر منبعی برای تحلیل بهره گرفت و پژوهشگر قادر است پیش از گردآوری داده‌ها، تمام مقولات تحلیل و نحوه بیان آنها را پیش‌بینی کند (خنیفر و مسلمی، ۱۳۹۷، ص ۸۴).

۴-۷. هدف از تحلیل محتوا

در آغاز، روش تحلیل محتوا صرفاً برای تحلیل ویژگی‌های پیام به کار می‌رفت. در این زمینه، دو مسئله مطرح بود:

۱. دلالت؛ یعنی رابطه بین دلیل و مدلول که همان بررسی معنا، مفهوم و جنبه شناختی پیام است.

۲. بررسی سبک و ساخت پیام یا جنبه زیباشناختی آن (سلطانی و دیگران، ۱۳۹۷).

ویمر و دومینک پنج هدف اصلی برای تحلیل محتوا مشخص کرده‌اند:

۴-۷-۱. توصیف محتوای ارتباطات

در این پژوهش‌ها، ویژگی‌های مجموعه‌های خاصی از محتوای ارتباطی در یک یا چند مقطع زمانی و نیز دگرگونی‌های اجتماعی مطالعه می‌گردد.

۴-۷-۲. آزمون فرضیه‌ها درباره سیاست‌ها یا اهداف تولیدکنندگان رسانه‌ای

در برخی مطالعات تحلیل محتوا، با فراتر رفتن از ظاهر رسانه‌ها، درباره ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و یا ایدئولوژی تولیدکنندگان محتوای رسانه‌ای، استنتاج‌هایی صورت می‌گیرد.

۴-۷-۳. مقایسه محتوای رسانه‌ها با جهان واقعیت

در بسیاری از مطالعات تحلیل محتوا، نمایش گروه، پدیده، صفت یا ویژگی خاصی در قیاس با استاندارد که از زندگی واقعی به دست آمده است، ارزیابی می‌شود.

۴-۷-۴. ارزیابی تصویر گروه‌های خاص در جامعه

کشف تصویر رسانه‌ای برخی گروه‌های خاص و اقلیت، هدف این نوع تحلیل محتواست.

۴-۷-۵. انجام استنتاج‌هایی درباره آثار رسانه‌ها

تحلیل محتوا به طور مستقیم نمی‌تواند تأثیر رسانه‌ها را ارزیابی کند، اما همراه با سایر روش‌ها، توان اندازه‌گیری اثر رسانه‌ها بر مخاطبان را دارد (قائدی و گلشنی، ۱۳۹۵).

به طور کلی می‌توان گفت: تحلیل محتوا یکی از اهداف ذیل را دنبال می‌کند:

- تحلیل ویژگی‌های پیام به منظور توصیف آن و پاسخ به پرسش‌های «چه خبری؟»، «به چه کسی؟» و «چگونه؟»

- تحلیل پیشینه پیام به منظور توصیف فرستنده و پاسخ به پرسش‌های «چه کسی؟» و «چرا؟»

- تحلیل پیامدهای پیام به منظور شناخت اثر آن بر مخاطب و پاسخ به پرسش «با چه اثری؟» (سلطانی و دیگران، ۱۳۹۷).

۴-۸. مراحل انجام پژوهش با استفاده از روش «تحلیل محتوا»

«تحلیل محتوا» نوعی بررسی اسناد و مدارک است که ممکن است پژوهشگر یا افراد دیگر به جمع‌آوری آنها پرداخته باشند؛ اما تحلیل و واریسی آن توسط خود پژوهشگر انجام می‌گیرد. در این فرایند، کلمات، عبارات، اسامی، بندها، تصاویر، موضوع‌ها یا هر جلوه‌ای که مد نظر پژوهشگر است، در برگه‌ای ثبت می‌گردد. با وجود تنوع اسناد و مدارک، از روش علمی برای تحلیل آنها استفاده می‌شود. فرایند کلی عملیات تحلیل محتوا شامل مراحل ذیل است:

۴-۸-۱. طراحی پژوهش تحلیل محتوا

۱. انتخاب موضوع پژوهش تحلیل محتوا و بیان مسئله؛
 ۲. بیان اهداف و سؤالات پژوهش تحلیل محتوا؛
 ۳. انتخاب طرح پژوهش تحلیل محتوا و توجیه آن؛
 ۴. تمرکز بر قلمرو ویژه، جامعه و ویژگی‌های مورد مطالعه در پژوهش تحلیل محتوا؛
 ۵. نمونه‌گیری از افراد، رفتارها یا وقایع در پژوهش تحلیل محتوا.
- در تحلیل محتوا، دو دسته واحد تعریف می‌شوند:
- (الف) واحدهای محتوا: (۱) واحدهای فیزیکی؛ (۲) واحدهای نمادین یا معنایی.
- (ب) واحدهای پژوهش: (۱) واحد نمونه‌گیری؛ (۲) واحد ثبت؛ (۳) واحد متن یا زمینه‌ای؛ (۴) واحد تحلیل.

۴-۸-۲. گردآوری داده‌های پژوهش تحلیل محتوا

۱. تعیین نحوه مشارکت پژوهشگر در پژوهش تحلیل محتوا؛
۲. تعیین روش گردآوری اطلاعات در پژوهش تحلیل محتوا؛
۳. آماده‌سازی ابزار و گردآوری اطلاعات در پژوهش تحلیل محتوا؛
۴. بازنگری اسناد و رنویسی در پژوهش تحلیل محتوا.

۴-۸-۳. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش تحلیل محتوا

- (۱) انتخاب روش تحلیل؛
- (۲) شناسایی واحدهای معنا؛
- (۳) بررسی دوباره متن و حذف موارد اضافی؛
- (۴) گروه‌بندی.

۴-۸-۴. ارائه نتایج، تهیه گزارش و ارزیابی پژوهش تحلیل محتوا

یک. نوشتن یافته‌ها و تجزیه و تحلیل در پژوهش تحلیل محتوا؛

دو. نوشتن نتیجه‌گیری‌ها و مفاهیم در پژوهش تحلیل محتوا؛

سه. تهیه پیش‌نویس، پرداخت متن و انتشار در پژوهش تحلیل محتوا؛

چهار. ارزیابی کیفیت پژوهش در پژوهش تحلیل محتوا.

اعتبار و پایایی، معیارهای کیفیت پژوهش تحلیل محتوا به‌شمار می‌آیند.

پایایی با سه شاخص بازنمایی، پایداری و دقت سنجیده می‌شود.

اعتبار نیز به سه بخش تقسیم می‌گردد:

یکم) اعتبار مربوط به داده‌ها: یک) اعتبار معنایی؛ دو) اعتبار نمونه‌گیری.

دوم) اعتبار عملی یا معطوف به نتیجه: الف) اعتبار همبستگی؛ ب) اعتبار پیشین.

سوم) اعتبار مربوط به فرایند یا اعتبار سازه (خنیفر و مسلمی، ۱۳۹۷، ص ۸۶).

اعتبار استنتاج‌های به‌عمل آمده بر اساس داده‌های یک رویکرد تحلیلی، وابسته به استفاده از منابع چندگانه

اطلاعات است (بحرانی، ۱۳۹۵).

۵. مزایای تحلیل محتوا

درباره مزایا و نقاط قوت تحلیل محتوا می‌توان گفت: این روش از لحاظ هزینه و زمان، نسبت به سایر انواع تحقیقات، بسیار مقرون به صرفه است. به همین علت، هر پژوهشگر به‌راحتی می‌تواند به تحلیل محتوای یک موضوع بپردازد، درحالی‌که انجام تحقیقات پیمایشی به‌تنهایی و به‌راحتی ممکن نیست.

برای تحلیل محتوا به تجهیزات زیادی نیاز نیست. محقق در صورت دستیابی به منابع و اطلاعات، می‌تواند به تحلیل آنها بپردازد. در صورت غفلت پژوهشگر در طول انجام کار، به‌راحتی می‌توان بخش مغفول واقع شده را بازنگری کرد، درحالی‌که در تحقیقات میدانی، در صورت وقوع اشتباه، چه‌بسا کل عملیات نیاز به بازنگری داشته باشد و حتی گاهی با توجه به محدودیت زمانی و هزینه‌های گزاف، امکان بازنگری مجدد موضوع وجود ندارد و به‌ناچار باید از ادامه تحقیق صرف‌نظر کرد.

تحلیل محتوا زمینه مزاحمت دیگران را فراهم نمی‌سازد؛ زیرا برای به‌دست آوردن اطلاعات، نیازی به مراجعه مستقیم به مردم نیست، بلکه بیشتر متون مختلف تحلیل می‌شود. افزون بر این، تحلیل محتوا سبب می‌شود پژوهشگر از تعجیل در تفسیر متن خودداری کند و با دقت لازم به تحلیل و تفسیر مطالب بپردازد.

یکی دیگر از امتیازات تحلیل محتوا آن است که به پژوهشگر اجازه می‌دهد به تحلیل مسائلی بپردازد که در طول زمان رخ داده‌اند. از این طریق، می‌توان تاریخ گذشته را واکاوی کرد. برای مثال، می‌توان برخورد عرب‌های جاهلیت

قبل از اسلام و پیامبر ﷺ را درباره زنان مقایسه کرد و به تحلیل ادبیات و اشعار اعراب جاهلی و احادیث پیامبر ﷺ درباره زنان و حقوق اجتماعی آنان پرداخت (سلطانی و دیگران، ۱۳۹۷).

۶. انتقادات وارد شده به روش پژوهش «تحلیل محتوا»

در تحلیل محتوا، برخی از روش‌ها مانند «تحلیل ارزیابی» بسیار دشوار است و به کار و فعالیت زیادی نیاز دارد. کاربرد تحلیل محتوا، هر چند دامنه وسیعی را دربر می‌گیرد، اما در هر زمینه، وضعیت کار متفاوت است و گاهی باید از روشی خاص بهره گرفت. از این رو پژوهشگر با محدودیت‌هایی در کاربرد روش‌ها مواجه می‌شود و نیازمند زیرکی خاص در بهره‌گیری از روش یا روش‌های ترکیبی مناسب است.

یکی از چالش‌های این روش، فقدان برخی پیام‌هایی است که با موضوع پژوهش در ارتباط هستند. برای مثال، بسیاری از شخصیت‌ها در رسانه‌های جمعی و مطبوعات پوشش اندکی دارند. بنابراین، دسترسی به آثار و آراء آنها دشوار است.

تحلیل محتوا به تنهایی نمی‌تواند مبنای اظهارنظر درباره «تأثیر محتوا» بر مخاطبان باشد. این روش به «چارچوب مقوله‌ها و تعاریف» به کاررفته 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، به طور طبیعی به نتایج متفاوتی دست می‌یابند.

تحلیل محتوا اغلب وقت گیر و پرهزینه است (خنیفیر و مسلمی، ۱۳۹۷، ص ۹۵). این روش ممکن است به سبب جهت‌گرایی شدید اثبات‌گرا - به‌ویژه زمانی که صرفاً از رویکردهای شمارشی استفاده می‌شود - آماج انتقاد قرار گیرد. همچنین تحلیل محتوا می‌تواند به تکیه صرف بر شمارش واژه‌ها منتهی شود، بی‌آنکه امکان تفاسیر دقیق‌تر با جزئیات بیشتر فراهم گردد.

از دیگر انتقادات وارد بر این روش آن است که ممکن است اطلاعات را از بافت اصلی خود خارج سازد. این روش اغلب غیرنظری است، تفاسیری حداقلی ارائه می‌دهد و فرض را بر این می‌گذارد که اعداد همه‌چیز را بازگو می‌کنند (فلاح حسین آبادی و فضل‌اللهی قمشی، ۱۴۰۱).

نتیجه‌گیری

وجود تعاریف متعدد و دقیق از «تحلیل محتوا»، توسعه تاریخی این روش را منعکس می‌کند. برلسون و لازارسفلد (۱۹۵۲) از پیشگامان شناخته‌شده تحلیل محتوا هستند که این روش را برای نخستین بار به عنوان یک شیوه علمی مستقل در پژوهش‌ها به کار گرفتند. کتاب برلسون با عنوان *تحلیل محتوا در تحقیق ارتباطی* نخستین اثری بود که به تفصیل به بیان اهداف و روش‌های تحلیل محتوا پرداخت و این روش را در علوم اجتماعی به طور رسمی معرفی کرد.

تحلیل محتوا، چه در رویکرد کمی و چه در رویکرد کیفی، به‌عنوان یک روش علمی مستقل، از آغاز تا پایان تحقیق همراه پژوهشگر است و می‌تواند هم به‌تنهایی و هم در کنار سایر فرایندهای کیفی، در جهت دستیابی به الگو یا چارچوبی مفهومی، توصیف و تلخیص داده‌ها، استنباط از آنها و تدوین نظریه به‌کار رود.

این روش در ظاهر آسان به‌نظر می‌رسد و ممکن است در هر حوزه‌ای و توسط هر پژوهشگری با هر میزان تجربه قابل اجرا باشد. با این حال، باید حساسیت نظری و مقایسه‌ی مستمر داده‌ها را در هر گام مد نظر قرار داد؛ به این معنا که پژوهشگر باید همواره ملاک‌هایی را که اعتبار یافته‌ها را تأمین می‌کنند، سرلوحه‌ی فعالیت خود قرار دهد و داده‌ها را به‌طور مداوم با مقوله‌ها و رمزهای در حال ظهور مقایسه کند. همچنین در زمینه‌ای که قصد انجام تحلیل محتوا در آن را دارد، باید دانش و فهم اولیه‌ای داشته باشد تا بتواند موارد مرتبط را انتخاب و موارد نامرتبط را از فرایند پژوهش حذف کند.

با توجه به اینکه پژوهش‌های فراوانی با استفاده از روش «تحلیل محتوا» انجام شده‌اند، و با در نظر گرفتن ماهیت خاص این روش که ظرفیت نظریه‌پردازی و بررسی پدیده‌های گوناگون را داراست، هنگامی که ضعف‌های نظریه‌های موجود در تبیین بسیاری از پدیده‌های اجتماعی و مدیریتی کشورمان را در کنار توانمندی‌های بالقوه این روش قرار دهیم، اهمیت شناخت و کاربرد بیشتر و بهتر آن دوچندان می‌شود.

