

# تحلیل محتوای کیفی در آیین پژوهش: ماهیت، مراحل و اعتبار نتایج

اکبر مومنی راد<sup>۱</sup>

خدیدجه علی آبادی<sup>۲</sup>

هاشم فردانش<sup>۳</sup>

ناصر مزینی<sup>۴</sup>

## چکیده

با توجه به اینکه در عمده روش‌های کیفی از تحلیل محتوای کیفی استفاده می‌شود، با این حال هنوز توضیحی روشن از این روش وجود ندارد. در این مقاله روش تحلیل محتوای کیفی در بستر روش‌های پژوهش کیفی مورد بررسی قرار می‌گیرد. این روش در برابر تحلیل محتوای کمی قرار می‌گیرد و بیشتر از شمارش کلمات و اصطلاحات آشکار متن، با الگوها و مضامین نهان متون سر و کار دارد. به طور کلی تحلیل محتوای کیفی با واکاوی مفاهیم، اصطلاحات، و ارتباطات بین این مفاهیم سعی در استنباط و آشکار کردن الگوهای نهان در مصاحبه‌ها، مشاهدات و اسناد مکتوب دارد. ابتدا تعریفی از محتوا و تحلیل محتوا ارائه شده و سپس کاربردها، مراحل، رویکردها، نمونه‌گیری، واحد تحلیل و در انتها نحوه بررسی اعتبار نتایج (باورپذیری، وابستگی، انتقال‌پذیری، تائید‌پذیری) به دست آمده از این روش آمده است. همچنین به این سؤال جواب داده خواهد شد که تحلیل محتوا روش یا تکنیک است. به طور کلی می‌توان تحلیل محتوا را به دو شیوه اصلی استقرایی و قیاسی در سه گام آمادگی، سازماندهی و گزارش انجام داد. واژگان کلیدی: تحلیل محتوای کیفی، پژوهش کیفی، استقراء، قیاس، محتوا.

---

۱. دانشجوی دکتری تکنولوژی آموزشی دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده مسئول)، akbar856@gmail.com

۲. عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی

۳. عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس

۴. عضو هیئت علمی دانشگاه علم و صنعت

## مقدمه

در اطراف ما حجم عظیمی از اطلاعات وجود دارد که می‌توانیم برای فهم زندگی اجتماعی از آنها استفاده کنیم. برای بررسی نظامند این اطلاعات و آشکار کردن الگوهای معنایی پنهان در آنها و یا حتی کاربرد نظامند و معنادار برخی اصلاحات و کلمات از روش تحلیل محتوا<sup>۱</sup> استفاده می‌کنیم. روش‌های تحلیل محتوا را می‌توان در همه‌ی شکل‌های ارتباطات به کار بست. کتاب، مجله، شعر، روزنامه، آواز، نقاشی، سخنرانی، نامه‌ها، قوانین، اساس نامه‌ها و اجزاء یا مجموعه‌های وابسته به آنها از جمله منابعی هستند که در این روش مورد بررسی قرار می‌گیرند. برای مثال می‌خواهیم بدانیم آیا داستان‌های فرانسوی بیش از داستان‌های امریکایی به مقوله عشق می‌پردازند؟ آیا موسیقی مردم پسند امریکایی در دهه ۱۹۶۰ از لحاظ سیاسی بدبینانه‌تر از موسیقی آلمانی‌ها در همان دوره بود؟ آیا آن تعداد از نامزدهای سیاسی که در سخنرانی‌های خود درباره مسائل مربوط به «نان و کره»<sup>۲</sup> صحبت می‌کنند، بیش از کسانی که موضوع‌های اساسی‌تر را مطرح می‌سازند انتخاب می‌شوند؟ هر یک از این سؤال‌ها حامل عنوان یک تحقیق اجتماعی است: سؤال نخست ممکن است خصایص ملی را بیان کند، سؤال دوم به جهت‌گیری سیاسی می‌پردازد و سؤال سوم به فرایند سیاسی مربوط می‌شود. هر چند می‌توان این موضوع‌ها را از طریق مشاهده‌ی یکایک مردم مورد مطالعه قرار داد، تحلیل محتوا رهیافت دیگری برای مطالعه‌ی آنها فراهم می‌کند. از عمر اصطلاح تحلیل محتوا پنجاه سال بیش نمی‌گذرد. هرچند گلیزر و اشتروس<sup>۳</sup> (۱۹۶۷) ابداع این واژه را به لیندا اسمیت<sup>۴</sup> در سال ۱۹۳۱ نسبت می‌دهند، با این حال واژه نامه زبان انگلیسی وبستر از سال ۱۹۶۱ آن را وارد واژگان خود کرده است. اماریشه تاریخی آن به آغاز کاربرد آگاهانه انسان از نمادها و زبان بر می‌گردد (ادیب، پرویزی، صلصالی، ۱۳۹۰، ص ۲۵۱).

---

1. content analysis

۲. منظور مشکلات و مسائل معیشتی است.

3. glaser and strauss

4. linda smith

تحلیل محتوا روشی برای تحلیل پیام‌های ارتباطی متنی، شفاهی، صوتی و تصویری است (کول<sup>۱</sup>، ۱۹۸۸). این روش اولین بار به عنوان روشی برای تحلیل سرودها، روزنامه‌ها، مجلات، تبلیغات و سخنرانی‌های سیاسی در قرن ۱۹ به کار رفت (هارود و گری<sup>۲</sup>، ۲۰۰۳). امروزه، تحلیل محتوا تاریخچه‌ای طولانی در ارتباطات، روزنامه‌نگاری، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و تجارت دارد و به مرور به تکنیک‌های مختلفی مجهز شده است (نئوندورف<sup>۳</sup>، ۲۰۰۲، به نقل از الو و گنگاس<sup>۴</sup>، ۲۰۰۸).

در این مقاله ابتدا ماهیت تحلیل محتوا مورد بررسی قرار می‌گیرد. سپس تحلیل محتوا به عنوان روش یا تکنیک، کاربردهای تحلیل محتوا، مراحل تحلیل محتوا، رویکردهای مختلف به آن همچون تحلیل محتوای استقرایی و قیاسی و از بعدی دیگر تحلیل محتوای کیفی و کمی و همچنین تحلیل محتوای آشکار در برابر محتوای پنهان، و در نهایت اعتبار نتایج به دست آمده از این روش تشریح می‌شود.

در نهایت به عنوان مقدمه قابل ذکر است که در این مقاله با توجه به نیاز پژوهشگرانی که برای بررسی پدیده مورد مطالعه خود از روش تحلیل محتوا می‌خواهند استفاده کنند، سمت و سوی این مقاله بیشتر عملیاتی است تا نظری. بنابراین به جای بسط دادن مفاهیم و ریشه‌یابی آن‌ها، سعی می‌شود نحوه انجام دادن مراحل مختلف تحلیل محتوا توضیح داده شود. از طرف دیگر انجام تحلیل محتوا خود می‌تواند پیش درآمد استفاده و انجام روش‌های دیگر همچون نظریه داده بنیاد<sup>۵</sup> باشد. هر چند اکثر روش‌های تحقیق کیفی در نهایت باید تبدیل به متن شده و به گونه‌ای تحلیل محتوا شوند. بنابراین با کمی اغماض می‌توان گفت که تحلیل محتوا تکنیکی است که در همه روش‌های کیفی کاربرد دارد. چون در نهایت متن‌هایی که از مصاحبه‌ها یا مشاهده‌ها به دست آمده است، باید مورد تحلیل قرار گیرند.

#### (۱) محتوا چیست؟

1. cole
2. Harwood & Garry
3. Neundorf
4. Satu Elo & Helvi Kynga` s
5. grounded theory

از آن رو که این روش محتواها را مورد تحلیل قرار می‌دهد، بهتر است ابتدا مشخص شود که منظور از محتوا چیست. ملکی (۱۳۸۴، ص ۷) در تعریف محتوا می‌نویسد: «محتوا، وسیله‌ای برای تحقق هدف‌های برنامه درسی است. به دانش سازمان یافته و اندوخته شده اصطلاحات، واقعیات، حقایق، قوانین، اصول، روش‌ها، مفاهیم، تعمیم‌های پدیده‌ها و مسائل مربوط به یک موضوع علمی، محتوا گفته می‌شود». معروفی و یوسف زاده (۱۳۸۸، صص ۸۶ و ۸۷) در تعریفی دیگر محتوا را این گونه تعریف می‌کنند: «محتوا، اصول و مفاهیمی است که به فراگیران ارائه می‌شود تا ورود به فعالیت‌های آموزشی، میسر و نیل به هدف‌ها امکان پذیر شود. محتوا می‌توان شامل کلیه مطالب، مفاهیم و اطلاعات مربوط به یک درس، خواه به عنوان بخشی از متن یک کتاب یا توضیحات، حواشی و سایر اجزای جانبی آن درس باشد. به عبارت دیگر محتوا می‌تواند به صورت مکتوب یا شفاهی ارائه شود. بر این اساس می‌توان گفت متداول‌ترین شکل محتوا، کتاب درسی است».

تعریفی که این صاحب‌نظران ارائه کرده‌اند بیشتر قائم به بعدی از برنامه درسی است که در کنار هدف، روش و ارزشیابی ارکان اصلی برنامه درسی را تشکیل می‌دهند. با این حال، با کمی اغماض می‌توان گفت که مراد از محتوا در روش تحلیل محتوا هر گونه سندی است که حاکی از وجود ارتباطات بین انسان‌ها باشد. بنابراین نقاشی‌های حک شده در غارها، موسیقی‌ها، نوشته‌های کتاب‌ها، مقالات، دست‌نوشته‌ها، کارت پستال‌ها، فیلم‌ها، وب‌سایت‌ها و غیره را محتوا می‌گوییم. با این تعریف از محتوا می‌توانیم به چند تعریف که صاحب‌نظران گوناگون در رابطه با روش تحلیل محتوا ارائه داده‌اند، اشاره کنیم.

## ۲) ماهیت تحلیل محتوا

در یک تعریف عام هولستی<sup>۱</sup> (۱۹۶۸) تحلیل محتوا را به هر تکنیکی که برای استنباط نظامند و عینی ویژگی‌های خاص پیام‌ها به کار می‌رود، اطلاق می‌کند (ترجمه سالارزاده، ۱۳۷۳). سندلوسکی<sup>۲</sup> (۱۹۹۵) تحلیل محتوا را یکی از روش‌های تجزیه و تحلیل مطالعات

1. holesti

2. Sandelowski

کیفی می‌داند که به وسیله آن داده‌ها خلاصه، توصیف و تفسیر می‌شوند. باردن<sup>۱</sup> در کتاب خود با عنوان «تحلیل محتوا» اشاره می‌کند که «تحلیل محتوا در حقیقت فن پژوهش عینی، اصولی و کمی به منظور تفسیر و تحلیل محتواست و تفکر بنیادی تحلیل محتوا عبارت است از قرار دادن اجزای یک متن (کلمات، جملات، پاراگراف‌ها و امثالهم بر حسب واحدهایی که انتخاب می‌شوند) در مقولاتی که از پیش تعیین شده‌اند» (۱۳۷۵).

برلسون<sup>۲</sup> (۱۹۵۹) از پیشگامان تحلیل محتوا- این تکنیک را «پژوهشی برای توصیف عینی، سیستماتیک و کمی محتوای آشکار پیام» معرفی می‌کند (به نقل از کریپندورف، ۱۳۷۸، ص ۲۶).

چلیمسکی<sup>۳</sup> (۱۹۸۹) تحلیل محتوا را مجموعه رویه‌ای برای جمع آوری و سازماندهی اطلاعات در یک شکل استاندارد شده می‌داند که به محقق اجازه تحلیل‌هایی برای استنباط در مورد ویژگی‌ها و معنای مواد نوشتاری یا ثبت شده را می‌دهد. به عقیده وی تحلیل محتوا بیشتر در پی جوابگویی به سؤالاتی از نوع چه چیزی است تا چرایی. به عبارتی وقتی در پی یافتن مواردی همچون خلاصه کردن محتوای نوشتاری، عقیده و فهم نویسنده، یا تأثیر آن بر روی مخاطبان هستیم، از این روش استفاده می‌کنیم. در حالی که برای یافتن علت‌های وقوع یک امر بهتر است از روش‌های دیگری استفاده شود.

بنابراین به طور کلی می‌توان گفت تحلیل محتوا به هر رویه‌ای که برای تحلیل، تلخیص، طبقه بندی و استنباط کردن خصوصیات خاص از متن منجر می‌شود، و در مواردی معنای پنهان واقع در آن هویدا شده و گاهی امکان مقایسه چندین متن را به ما می‌دهد، اطلاق می‌گردد.

### ۳) تحلیل محتوا، روش یا تکنیک؟

یکی از سؤالاتی که پژوهشگران در زمان استفاده از تحلیل محتوا با آن مواجه می‌شوند - به ویژه در استفاده از رویکرد کیفی و هنگام نوشتن گزارش پژوهش و اشاره به روش مورد

1. barden

2. Berelson

3. Chelimsky

استفاده - این است که آیا به تحلیل محتوا باید به عنوان یک روش پژوهش نگریست، یا اینکه صرفاً ابزار و تکنیکی است در دست محقق، برای جمع آوری داده‌ها. برخی آن را دارای مفروضات معرفت‌شناسی و دارای ساختاری برای گردآوری و تحلیل داده‌ها و سازمان دادن به داده‌ها در قالب مدل یا نظریه می‌دانند، اما بعضی آن را صرفاً تکنیکی برای گردآوری داده‌ها و در دیدی حداکثری تحلیل داده‌ها می‌دانند.

از متخصصانی که معتقد هستند تحلیل محتوای روش‌شناسی پژوهش است، می‌توان به: کرپندورف (۱۹۸۰)؛ معروفی و یوسف زاده (۱۳۸۸)؛ باردن (۱۳۷۵)؛ مورگان<sup>۱</sup> (۱۹۹۳)؛ نتوندورف (۲۰۱۱)؛ کرلینجر<sup>۲</sup> (۱۹۷۳)؛ وبر<sup>۳</sup> (۱۹۹۱)، به نقل از الو و کینگاس (۲۰۰۷) اشاره کرد. در مقابل هولستی (۱۹۶۹)، استمپل<sup>۵</sup> (۱۹۸۱) و استملر<sup>۶</sup> (۲۰۰۱) قائل به تکنیک بودن تحلیل محتوا هستند.

این متخصصان در تعریفی که از تحلیل محتوا ارائه داده‌اند، صرفاً از اینکه معتقد به روش یا تکنیک بودن آن هستند، سخن گفته‌اند؛ با این حال اگر اصطلاح روش‌شناسی و روش را مرور کنیم، می‌تواند به روشن شدن این ابهام کمک کند.

روش‌شناسی اشاره به اصول و ایده‌هایی دارد که پژوهشگران بر اساس آن، روش‌هایشان را پایه‌ریزی می‌کنند. روش‌شناسی در برگیرنده این است که چگونه ساختار کلی نظریه در رشته‌های علمی خاص کاربرد پیدا می‌کند (هاردینگ<sup>۷</sup>، ۱۹۸۷، صص ۲-۳، به نقل از صادقی فسایی و ناصری راد، ۱۳۹۰، ص ۸). به عبارتی روش‌شناسی مبانی معرفت‌شناسی و هستی‌شناسی روش را فراهم می‌آورد و رنگ حقیقت به داده‌های به دست آمده از روش‌های زیر چتر خود می‌زند. در حالی که سایر<sup>۸</sup> (۱۳۸۵) معتقد است روش پژوهش یک

- 
1. morgan
  2. kerlinger
  3. weber
  4. elo & kyngas
  5. stemple
  6. Stemler
  7. harding
  8. sayer

موضوع عملی است (ص ۴). روش‌های پژوهش فعالیت‌های عملی پژوهش هستند: مواردی همچون نمونه‌گیری، جمع‌آوری داده‌ها، مدیریت داده‌ها، تحلیل داده‌ها و ارائه گزارش (کارتر و لیتل<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷، ص ۲۸، به نقل از صادقی فسایی و ناصری راد، ۱۳۹۰، ص ۱۰).

با این توضیح می‌توان تحلیل محتوا را یک نوع روش‌شناسی دانست که روش‌های پژوهش خاص خود را دارد. در این روش‌شناسی همان‌طور که در ادامه خواهد آمد، محقق از روش‌های خاص نمونه‌گیری، روش‌هایی برای جمع‌آوری داده‌ها و روش‌هایی خاص برای تحلیل آن‌ها استفاده می‌کند. بنابراین در رویکرد کمی یا کیفی، تحلیل محتوا یک روش مستقل است که می‌تواند در راستای رسیدن به الگو یا چارچوبی مفهومی، توصیف و تلخیص داده‌ها، استنباط از آن‌ها و تدوین نظریه به کار رود. همچنین در این روش همچون دیگر روش‌ها دقت در اموری همچون طرح پژوهش، عینیت، روایی، پایایی، تعمیم‌پذیری مطمح نظر است.

با این حال باید اضافه کرد که در رویکردهای کیفی، غالب داده‌هایی که پژوهشگر از روش‌هایی همچون مصاحبه یا مشاهده به دست می‌آورد، در نهایت تبدیل به متن شده و از طریق تحلیل محتوا مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرند. موضوعی که می‌توان آن را به گونه‌ای روش در روش تعبیر نمود. نمونه بارز آن استفاده از روش نظریه داده‌بنیاد است که صرف نظر از روایت‌های مختلفی که از آن می‌شود، پژوهشگر در نهایت مصاحبه‌ها، مشاهدات یا متون در دسترس را از طریق تحلیل محتوا مورد واکاوی و تحلیل و تلخیص قرار داده و پس از طبقه‌بندی و ارتباط برقرار کردن بین طبقات به چارچوب مفهومی یا نظریه دست می‌یازد.

#### ۴) رویکردهای تحلیل محتوا

زمانی که پژوهشگر روش تحلیل محتوا را برای پژوهش خود بر می‌گزیند و سعی دارد سؤالات خود را از آن طریق جواب دهد، باید از بین رویکردهای زیر یکی را انتخاب کند.

- تحلیل محتوای کمی در برابر تحلیل محتوای کیفی

- تحلیل محتوای آشکار در برابر تحلیل محتوای پنهان

- تحلیل محتوای استقرایی در برابر تحلیل محتوای قیاسی

معیار انتخاب هر کدام از این رویکردها، مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش است. در ادامه هر کدام به طور مختصر توضیح داده خواهند شد.

(۴-۱) تحلیل محتوای کمی در برابر تحلیل محتوای کیفی

برخی تحلیل محتوای صرفاً امری کمی می‌دانند (رفیع پور، ۱۳۸۵، سلتیز<sup>۱</sup>، ۱۹۵۹، هولستی، ۱۳۷۳). مثلاً هولستی (۱۳۷۳، ص ۲۳) در کتاب تحلیل محتوای خود آورده است: «دلیل واضح و مشخصی برای به کارگیری تحلیل محتوا وجود ندارد، مگر اینکه سؤالی که شخص در پی پاسخگویی به آن است، کمی باشد». یا مکمل نیل<sup>۲</sup> (۱۳۷۸) بر ماهیت آماری بودن این شیوه تأکید می‌کند و معتقد است تحلیل محتوا به روش تحلیل مفاد اسناد یا دیگر موادی اطلاق می‌شود که در قدم اول قابلیت بررسی آماری را ندارند، اما به این شیوه می‌توان آن‌ها را آماده مقایسه‌های آماری ساخت.

در تحلیل محتوای کمی، بیشتر به ظاهر متن و شمارش کلمات یا جملات خاصی اکتفا می‌شود. در واقع فرض بر این است که تکرار کلمات خاصی در یک بستر خاص نشان‌دهنده روابطی در آن بستر یا نشان‌دهنده حقایقی در آن زمینه است که با بررسی ساختارمند و نظاممند می‌توان به کشف حقایقی نائل شد. به عبارتی دیگر، در تحلیل محتوای کمی فرض بر این است که کلمات و عباراتی که نوشته شده‌اند، آنهایی هستند که دربردارنده مهم‌ترین ایده‌های ارتباطی می‌باشند. بنابراین تحلیل محتوای کمی با شمردن کلمات، اندازه‌گیری فاصله بین خطوط (فاصله بین ستون‌ها در روزنامه‌ها)، زمان برنامه‌ها (در رادیو و تلویزیون) و فراوانی واژگان کلیدی انجام می‌شود. هر چند تحلیل محتوای کمی به امری فراتر از صرف شمردن کلمات ختم می‌شود و از شمردن آن‌ها به بستر، معنا کاوی، تأکیدات و عبارات غالب در متنی معین ختم می‌شود. مترادف‌ها و متضادها،

---

1. selttiz

2. macknil



کلمات مشابه در نوشتن اما متفاوت در معنا، بر اساس ویژگی‌های زبان شناسی خاص می‌تواند مشخص شده و مورد بررسی قرار گیرند، یا عامدانه از بررسی آن‌ها صرف نظر شود.

از سوی دیگر طرفداران برداشت کیفی از متن به محاسبه فراوانی که در تحلیل محتوای کمی کاربرد دارد، ایراد می‌گیرند، که اغلب به خاطر نتایج بسیار بی ارزش، سبب ضایع شدن وقت و نیروی انسانی شده، اشتباهات فاحش پدید می‌آورد و تنها به آنچه فراوان است، اهمیت می‌دهد. به ویژه انتقاد می‌شود که در این نوع محاسبه با استخراج عناصر یک پیام و سنجش و ارزیابی آن، به اوضاع و احوال کلی پیامی که این عناصر از آن استخراج می‌شوند، توجه نمی‌شود (معتمد نژاد، ۱۳۵۶). سلتیز<sup>۱</sup> و دیگران (۱۹۵۹، ص ۳۳۶) معتقدند کسانی که تاکید زیادی بر کمی بودن تحلیل محتوا دارند، تمایل دارند بیشتر بر روند تحلیل تاکید کنند، تا اینکه نگران ویژگی‌های داده‌های در دسترس باشند. بر خلاف تحلیل محتوای کمی که بیشتر بر روی ظاهر محتوا و فراوانی آن و قابلیت کمی کردن آن تاکید دارد، در تحلیل محتوای کیفی بیشتر به مضامین نهان متن و مصاحبه‌ها توجه می‌شود و استنباط و استخراج معنا از آن مد نظر می‌باشد. در تحلیل محتوای کیفی، می‌توان هر نوع محتوای ارتباطی (سخنرانی، متن‌های کتاب‌ها و مقالات، روزنامه‌ها، تصاویر، مصاحبه‌ها، سایت‌ها، و غیره) که طبقه بندی شده باشد، را مورد تحلیل قرار داد.

این روش در خیل طرفداران کارهای آماری پیچیده در پژوهش با این انتقاد روبرو شده است که بسیار روش آسانی است که در آن نمی‌توان از روش‌های آماری پیچیده استفاده کرد، در حالی که برخی دیگر آن را روشی کمی نمی‌دانند و اساساً آن را متعلق به قلمرو کیفی به حساب می‌آورند (مورگان، ۱۹۹۳). با این حال نئوندورف (۲۰۱۱، ص ۵) معتقد است که این روش به همان آسانی یا به همان مشکلی است که محقق تصمیم می‌گیرد باشد.

به طور کلی تحلیل محتوای کمی بیشتر زیر چتر معرفت شناسی اثبات گرایی و قائل به

عینیت در پژوهش قرار می‌گیرد و تحلیل محتوای کیفی از مفروضات تفسیر گرایی برخوردار است. با این حال استفاده از هر دو شیوه تحلیل محتوای کمی و کیفی جایگاه‌های خاص خود را دارند و می‌توانند برای مقاصد استفاده شوند. زمانی که پژوهشگر در پی طبقه‌بندی کلمات آشکار متن و پی‌بردن به فراوانی اصطلاحات و کلمات خاصی یک محتوای معین باشد، و در تجزیه و تحلیل خود قصد گزارش آن‌ها را از طریق اعداد داشته باشد، از روش تحلیل محتوای کمی می‌توان بهره‌برد. از سوی دیگر وقتی پژوهشگر سعی در استنباط معنایی خاص از متن، از طریق طبقه‌بندی کلمات و پی‌بردن به شباهت‌ها، افتراق‌ها و روابط بین آن‌ها را دارد، تحلیل محتوای کیفی بیشتر مناسب است.

#### ۲-۴) تحلیل محتوای آشکار در برابر تحلیل محتوای پنهان

زمانی که قرار است تحلیل محتوای کیفی انجام شود، یکی از تصمیم‌هایی که باید گرفته شود این است که آیا تحلیل متمرکز بر محتوای آشکار یا پنهان است. هنگامی که متن با جنبه‌هایی از محتوا سروکار دارد که اجزایی آشکار را توصیف می‌کند و مؤلف به طور روشنی به آن اشاره کرده است، بحث تحلیل آشکار مطرح است. اما زمانی که متن با جنبه‌های ارتباطی محتوا سروکار دارد و تحلیل‌گر درگیر تفسیر معنای متن است، به تحلیل پنهان می‌پردازد (ادیب، پرویزی، صلصالی، ۱۳۹۰، ص ۲۵۴). به طور کلی می‌توان گفت که تحلیل محتوای کمی بیشتر با محتوای آشکار و تحلیل محتوای کیفی با محتوای پنهان سر و کار دارد.

#### ۳-۴) تحلیل محتوای استقرایی در برابر تحلیل محتوای قیاسی

زمانی که محقق قصد آزمون یا بررسی صحت نظریه، مدل یا فرضیاتی را دارد، از روش تحلیل محتوای قیاسی استفاده می‌کند. از سوی دیگر زمانی که پژوهشگر سعی دارد در حوزه‌ای جدید به فهمی تازه دست یافته و مدل یا نظریه‌ای در آن زمینه تدوین کند، از تحلیل محتوای استقرایی بهره می‌گیرد. این دو رویکرد در ادامه، در قسمت مراحل انجام تحلیل محتوا به تفصیل بیشتری مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

### ۵) کاربردهای تحلیل محتوا

در زمینه کاربردهای تحلیل محتوا در پژوهش و رسیدن به حقیقت، دنیس لیست<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) حوزه‌هایی که می‌توان از تحلیل محتوا استفاده کرد را شامل موارد زیر می‌داند:

الف) نسخه‌های چاپی: روزنامه، مجله، کتاب، کاتالوگ

ب) نوشته‌ها: صفحات وب، تراکت تبلیغاتی، تابلوهای تبلیغاتی، پوستر، کارهای گرافیکی

ج) رسانه‌های پخش: برنامه‌های رادیو، اخبار، برنامه‌های تلویزیونی

د) مواد ثبت شده: عکس، نقاشی، فیلم و موسیقی

ه) شرایط زنده: سخنرانی‌ها، مصاحبه‌ها، بازی‌ها و کنسرت‌ها

و) مشاهدات: وضعیت‌ها، اتاق‌ها، محصولات در فروشگاه‌ها

مواردی که وی ذکر می‌کند از منظر تبدیل به متن و مورد تحلیل قرار دادن آنهاست.

هولستی (۱۹۶۹) ۱۵ کاربرد تحلیل محتوا را در سه مقوله اصلی طبقه‌بندی کرده است:

- استنباط در مورد مرجع ارتباطات
- توصیف و استنباط در مورد خصوصیات ارتباطات
- استنباط در مورد تأثیر ارتباطات

وی این کاربردها را در بستر پارادایم ارتباطات قرار می‌دهد. در جدول زیر (جدول ۱)، ۱۵ کاربرد تحلیل محتوا و اهداف عمومی هر یک، عنصر پارادایم ارتباطی که بکار می‌برند و سؤالات عمومی که قصد پاسخگویی به آن را دارند، آمده است.

جدول ۱. کاربردهای تحلیل محتوا

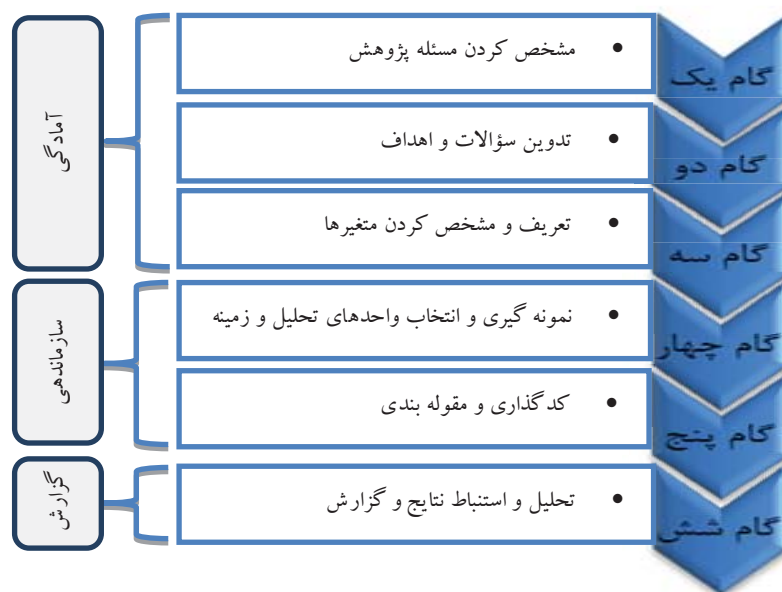
کاربرد تحلیل محتوا از منظر اهداف، عناصر ارتباطی، پرسش‌ها و کاربرد هر یک			
اهداف	عناصر	پرسش‌ها	کاربرد
استنباط در مورد مرجع ارتباطات	منبع	چه کسی؟	پاسخ به پرسش‌های مورد بحث مؤلف (تحلیل مؤلف)
	فرایند کدگذاری	چرا؟	<ul style="list-style-type: none"> <li>جاسوسی نظامی - سیاسی</li> <li>تحلیل ویژگی‌های افراد</li> <li>استنباط ابعاد و تغییرات فرهنگی</li> <li>فراهم کردن و ارزشیابی شواهد قانونی</li> </ul>
توصیف و استنباط در مورد خصوصیات ارتباطات	کانال	چگونه؟	<ul style="list-style-type: none"> <li>تحلیل تکنیک‌های متقاعد کردن</li> <li>تحلیل سبک‌های ارتباطی</li> </ul>
	پیام	چه چیزی؟	<ul style="list-style-type: none"> <li>توصیف روندها در محتوای ارتباطی</li> <li>ارتباط دادن ویژگی‌های مشهور منبع پیام به پیام‌های آن‌ها</li> <li>مقایسه محتوای ارتباطات بر اساس استانداردها</li> </ul>
	گیرنده	به چه کسی؟	<ul style="list-style-type: none"> <li>ارتباط دادن ویژگی‌های مشهور مخاطبان به پیام‌های تولید شده برای آن‌ها</li> <li>توصیف الگوهای ارتباطی</li> </ul>
استنباط در مورد تأثیر ارتباطات	فرایند کد برداری	با کدام تأثیر؟	<ul style="list-style-type: none"> <li>اندازه‌گیری خوانایی</li> <li>تحلیل جریان اطلاعات</li> <li>سنجش پاسخ‌های ارتباطی</li> </ul>

عناصر ارتباطی که هولستی از آن‌ها نام می‌برد همان سؤالات کلیدی هارولد لسول (۱۹۵۶، به نقل از هولستی، ۱۹۸۰) در تحلیل محتوا شامل: «چه کسی، چه چیزی، به چه کسی، چرا، با چه تأثیری می‌گوید؟» است. بنابراین کاربردهای تحلیل محتوا را می‌توان به طور کلی

تحلیل مفاهیم و روابط مستتر در ارتباطات انسانی به اشکال گوناگون که تبدیل به متن شده‌اند، دانست. در ادامه مراحل تحلیل محتوا بیان شده است.

#### ۶) مراحل تحلیل محتوا

برای کاربرد تحلیل محتوا، همچون هر روش پژوهشی دیگری و در راستای برآورده کردن معیارهای مهمی چون تکرار پذیری و اعتبار داده‌ها می‌توان از گام‌های زیر بهره گرفت. هر چند بنا به متفاوت بودن مفروضات معرفت شناختی تحلیل محتوای کیفی و کمی و هدف‌های این دو، مواردی همچون تکرار پذیری و اعتبار داده‌ها که بیشتر در رویکردهای کمی مطرح هستند، رنگ و بوی دیگری می‌گیرند و از مؤلفه‌های دیگری نام برده می‌شود که در جای خود به آن‌ها اشاره خواهد شد. به طور کلی مراحل که در تحلیل محتوای کیفی برای رسیدن به پاسخ سؤالات و فرضیات پژوهش باید طی کرد، در شکل زیر (شکل ۱) نمایان است. همان‌طور که مشخص است سه مرحله اصلی در فرایند انجام تحلیل محتوا باید طی شود: آماده شدن برای تحلیل، سازماندهی و در نهایت گزارش نتایج به دست آمده. در ادامه به تشریح هر گام پرداخته خواهد شد.



شکل ۱. مراحل تحلیل محتوای کیفی

*گام یک: مشخص کردن مسئله پژوهش*

در اولین گام تحلیل محتوا باید مسئله پژوهش را مشخص کرده و به تحدید کردن آن پرداخت. در این قسمت زمینه‌های بروز مسئله پژوهش، حدود آن، ارتباط آن با مفاهیم دیگر، اهمیت آن و علت‌های احتمالی بروز آن تشریح می‌شود. مسئله هم می‌تواند حاصل نگاه ژرف نگر پژوهشگر باشد، هم شکافی نظری که وی در ادبیات نظری در مورد یک موضوع استنتاج می‌کند.

*گام دوم: تدوین سؤالات و اهداف*

هر تحقیقی برای رسیدن به هدفی طرح ریزی می‌شود. در واقع هدف پژوهش همچون نخ تسبیحی عمل می‌کند که دیگر گام‌های پژوهش همچون نمونه‌گیری، اجرا، تحلیل و تفسیر را به یکدیگر وصل کرده و آن‌ها را منسجم می‌کند. در این مرحله پژوهشگر سؤالات خود را با توجه به مسئله و اهداف آن مطرح می‌کند. به عبارتی نحوه طرح سؤالات در تحلیل محتوا نشان‌دهنده ماهیت مسئله است. زمانی پژوهشگر به دنبال پیدا کردن رابطه بین چند متغیر است، و گاهی صرفاً در پی توصیف پدیده‌ای است. مثلاً پژوهشگری می‌تواند از طریق تحلیل محتوا پی‌برد که در تنگنای اقتصادی در یک کشور و توفیق شعارها و برنامه‌های یک نامزد ریاست جمهوری آیا ارتباط خاصی وجود دارد یا خیر، و همچنین آن را با سخنان رقیب وی مقایسه کند. فردی دیگر می‌تواند میزان دعوت به صلح و دوستی را در سخنان سیاستمداری دیگر از طریق تحلیل محتوا مشخص کند.

*گام سوم: تعریف و مشخص کردن متغیرها*

در این مرحله مفاهیمی که پژوهشگر به دنبال بررسی آن‌ها در متن است، باید به دقت روشن شوند. گاهی واژه‌ای در دو فرهنگ مختلف، در دو زمینه متفاوت یا در دستگاه نظری خاصی، معناهای متفاوتی دارد. در این طور مواقع پژوهشگر باید به روشنی آن‌ها را تعریف کرده و به طور عملی عنوان نماید که منظور وی از مفهومی که به دنبال واکاوی آن است، چیست. در تحلیل محتوا، به ویژه در رویکرد قیاسی همان‌طور که در ادامه خواهیم دید، تعریف واژگان عامل حد و حصر واحدهای معنایی و قرار دادن آن‌ها در یک

طبقه خاص هستند. به عبارتی تعریف کردن واژگان همچون یک تور ماهیگیری می ماند که اندازه سوراخ های آن تور، تعیین کننده اندازه ماهی های صید شده است. در این روش هم پژوهشگر با تعاریف خود مشخص می کند که چه جنبه ای از متن مد نظر قرار گرفته و چگونه طبقه بندی و در نهایت تحلیل و تفسیر شوند.

گام چهارم: نمونه گیری و انتخاب واحدهای تحلیل و زمینه

• نمونه گیری

همچون دیگر روش های پژوهش در این روش نیز می توان و گاهی باید دست به نمونه گیری زد. البته قبل از آن باید جامعه مورد پژوهش را مشخص نمود. جامعه مجموعه ای از واحدهای مورد مطالعه است که پژوهشگر قصد دارد از آنها یک نتیجه کلی بگیرد. در تحلیل محتوا اغلب جامعه مجموعه ای از پیام هاست. هر چند ممکن است جامعه مردمی باشند که پیام ها از آنها جمع آوری شده است و به طور مکرر به صورت موردی در روان شناختی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند. حتی یک جامعه در تحلیل محتوا می تواند کاربردهای ارتباطی درون فردی تعریف گردد (نئوندورف، ۲۰۱۱).

زمانی که با انبوهی از مطالب و متن های ارتباطی روبرو هستیم، باید آگاهانه قسمتی انتخاب شده و تحلیل بر روی آنها انجام گیرد. نکته ای که در این قسمت باید به آن توجه شود روشن بودن منطق انتخاب آن قسمت است. این امر را محقق می تواند بر اساس زمان وقوع، نویسنده، نوع مواد ارتباطی (عکس، صدا، فیلم، متن و غیره)، و یا مواردی دیگر انجام دهد. با این حال همان طور که اشاره شد دقیقاً باید دلیل و منطق انتخاب خود را ذکر کند. رعایت این موضوع به پایایی کار محقق می افزاید. چون محقق دیگری می تواند هم برای بررسی صحت انجام تحلیل و هم جهت افزایش پایایی آن، به عنوان همکار پژوهشگر تحلیل را دوباره انجام دهد.

به طور کلی انواع نمونه گیری در رویکرد کیفی عبارتند از: نمونه گیری هدفمند، نظری،

در دسترس، گلوله برفی<sup>۱</sup> (جدول ۱). در جدول زیر به طور خلاصه ماهیت هر کدام از این نمونه‌گیری‌ها آمده است.

جدول ۱. انواع نمونه‌گیری در رویکرد کیفی

ماهیت آن	نوع نمونه‌گیری
انتخاب بر اساس مرتبط بودن به مسئله و اهداف پژوهش	هدفمند
انتخاب بر اساس بیش تحلیل که بر اساس تدوین نظریه بدست می‌آید و معمولاً در روش داده بنیاد استفاده می‌شود.	نظری
انتخاب نمونه بر اساس راحتی و در دسترس بودن نمونه.	در دسترس
بعد از انتخاب کردن نمونه اولیه (به صورت هدفمند و در دسترس)، نمونه‌ها افراد دیگری را معرفی می‌کنند.	گلوله برفی

متداول‌ترین روش در روش‌های کیفی نمونه‌گیری هدفمند است. به این معنا که نمونه‌هایی انتخاب می‌شوند که از نظر مسئله و اهداف پژوهش غنی و متخصص باشند. هر چند گاهی محقق در رویکرد کیفی می‌تواند عامدانه از نمونه‌های متنوعی برای عمق بخشیدن به درک پدیده مورد مطالعه بهره‌گیری (پتی، تامسون و استیو<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲). در تحلیل محتوای کیفی هم متداول‌ترین روش نمونه‌گیری، هدفمند انتخاب کردن است. با این حال از روش‌های دیگر هم به تناسب موقعیت پژوهشگر و میزان دستیابی به منابع می‌توان بهره برد.

زمانی که پژوهشگر در تحلیل محتوا به دنبال فرضیه آزمایشی است و چارچوب نظری خاصی را مدنظر دارد، می‌توان از نمونه‌گیری نظری استفاده کرد. اگر دستیابی به منابعی که پژوهشگر به دنبال تحلیل آنهاست، دشوار است، نمونه‌گیری در دسترس را باید انتخاب نمود. گاهی هم از منابعی که دیگر منابع مورد تحلیل به آنها اشاره می‌کنند، را می‌توان مورد تحلیل قرار داد که از نمونه‌گیری گلوله برفی باید استفاده نمود.

در رویکرد کمی تعداد نمونه بر این اساس صورت می‌گیرد که نمونه انتخابی باید معرف جامعه باشد، که بر اساس قانون احتمالات و به صورت تصادفی است. اما در رویکرد کیفی

1. purposive, theoretical, convenience and snowball  
2. Petty, Thomson & Stew



اشباع نظری<sup>۱</sup> میزان نمونه‌ها را تعیین می‌کند. گلنزر و اشتراوس (۱۹۶۷) اشباع نظری را این گونه توضیح می‌دهند: «اشباع نظری به وضعیتی اشاره می‌کند که هیچ داده بیشتری یافت نمی‌شود که پژوهشگر به وسیله آن بتواند ویژگی‌های مقوله را گسترش دهد. به موازاتی که پژوهشگر داده‌های مشابه را بارها و بارها مشاهده می‌کند، از لحاظ تجربی اطمینان حاصل می‌کند که یک مقوله به کفایت رسیده است. زمانی که مقوله‌ای کفایت لازم خود را کسب کرد، هیچ چیز باقی نمی‌ماند، جز اینکه پژوهشگر به سراغ گروه‌های جدیدی از داده در مورد مقوله‌های دیگر برود و تلاش کند آن مقوله‌ها نیز کفایت لازم را بدست آورند». فرناندز (۲۰۰۴) هم در این زمینه می‌نویسد: «بنابراین در تحلیل محتوای کیفی، نمونه‌گیری توسط ظهور مفهومی - و نه طرح پژوهش - به پیش می‌رود و توسط کفایت نظری - و نه طرح پژوهش - محدود می‌شود» (ص ۸۸).

• واحد تحلیل و زمینه

بعد از این که نمونه‌گیری انجام شد، پژوهشگر باید واحد تحلیل و واحد زمینه خود را مشخص کند و تا انتهای خواندن متن آن را مدنظر داشته و بر اساس آن تحلیل خود را انجام دهد. به واحد تحلیل، واحد ثبت هم اطلاق می‌شود. در زیر چستی دو نوع واحد تحلیل و زمینه مشخص شده است.

*واحد تحلیل*: واحد تحلیل، شخص یا چیزی است که مورد مطالعه قرار می‌گیرد و در تحلیل محتوا معمولاً آن را واحد ثبت<sup>۲</sup> می‌نامند. هولستی (۱۳۷۳) از پنج نوع واحد عمده تجزیه و تحلیل (واحد ثبت) نام می‌برد:

- (۱) کلمه یا نماد
- (۲) مضمون (تم)
- (۳) کاراکتر (شخصیت)
- (۴) پاراگراف

1. theoretical saturation

2. recording unit

## (۵) مورد (آیتم) یا عنوان

هر چند غیر از این موارد می‌توان از واحد تحلیل‌های دیگری هم نام برد. مثلاً تحلیل متنی در مورد میزان حروف صدا دار که در اینجا واحد تحلیل حرف است. یا گاهی واحد تحلیل اعداد است. هر چند افراد دیگری هم در تقسیم‌بندی واحدهای تحلیل از موارد دیگری نام برده‌اند. مثلاً نوریان (۱۳۸۸) واحدهای تحلیل را کلمه یا نماد، جمله، پاراگراف یا درس، تصویر یا آزمایش می‌داند. از طرف دیگر برلسون واحدهای تحلیل را کلمه، موضوع، قهرمانان، ماده، فضا و زمان می‌داند. با این حال به نظر می‌رسد، اکثر تحلیل محتواها یکی از پنج مورد بالا را معیار تحلیل خود قرار داده‌اند.

از میان واحدهای تحلیل بالا مورد کلمه یا نماد به فراوانی می‌انجامد. شخصیت‌ها معمولاً در رمان‌ها و قصه‌ها واحد تحلیل هستند. مضامین به معنای نهفته در یک جمله اشاره می‌کند. مثلاً مضمون پنهان جمله‌ی "وی بسیار نگران برگشت سینا بود"، می‌تواند دوست داشتن یا تنهایی باشد. در تحلیل محتوای کیفی معمولاً واحد تحلیل مضمون می‌باشد. قرار دادن واحد پاراگراف به عنوان واحد تحلیل این عیب را دارد که گاهی خود حاوی چندین مضمون است. در نهایت واحد عنوان یا مورد، زمانی به عنوان واحد تحلیل انتخاب می‌شود که متون زیادی در دسترس باشد و بتوان یک متن کامل را با یک برچسب مثلاً سیاسی، مذهبی کدگذاری کرد؛ هر چند این ایراد به آن وارد است که گاهی یک متن چندین مضمون دارد، با این حال زمانی که متن‌های مورد کدگذاری بسیار زیاد است می‌توان از این واحد تحلیل استفاده کرد.

متداول‌ترین واحدی که برای تحلیل متون در تحلیل محتوای کیفی استفاده می‌شود، مضمون است. معروفی و یوسف زاده (۱۳۸۸، ص ۱۳۶) مضمون را چنین تعریف می‌کنند: «مضمون‌ها پر ارزش‌ترین واحدهایی هستند که در تجزیه و تحلیل محتوا باید مدنظر قرار گیرند و منظور از مضامین معنای خاصی است که از یک کلمه یا جمله یا پاراگراف مستفاد می‌شود. این مضمون‌ها فضای خاص و مشخصی را اشغال نمی‌کنند، چون یک جمله ممکن است چند مضمون داشته باشد و یا چند پاراگراف متن، ممکن است فقط یک

مضمون داشته باشد».

واحد زمینه: نوریان (۱۳۸۸) واحد زمینه را این گونه معرفی می کند: «واحد زمینه بزرگتر از واحد تحلیل است. بنابراین وقتی واحد ثبت کلمه باشد، واحد زمینه را می توان جمله، بند و یا درس قرار داد. همچنین وقتی واحد ثبت جمله باشد، واحد زمینه می تواند بند، درس یا کتاب درسی تعیین گردد». به عبارتی واحد زمینه به بستری که واحد تحلیل در آن قرار دارد اشاره می کند. مثلاً مفهوم تبعیض در یک بستر خاص می تواند معنایی غیر از تمایز گذاشتن داشته باشد. باید توجه داشت که واحد زمینه بزرگتر از واحد ثبت است. واحد ثبت می تواند یک کلمه باشد، و واحد زمینه جملات یک متن.

#### گام پنجم: کدگذاری و مقوله بندی

بروس برگ (۱۹۸۹) ساختن کد را به حل یک معما تشبیه می کند. کدگذاری به یقین کار دشواری به شمار می رود و باید آن را جدی گرفت. اما درست همان طور که بسیاری از افراد از کامل کردن یک پازل چهل تکه ی دشوار و پیچیده لذت می برند، بسیاری از محققان، کدگذاری و تحلیل کردن را کاری رضایت بخش به شمار می آورند. وقتی محققان می بینند که قطعات پازل در کنار هم قرار می گیرند و تصویر کامل تری را تشکیل می دهند، از شادی و هیجان در پوست خود نمی گنجند.

پس از تعریف عملیاتی مفاهیم، می بایستی قواعدی شفاف برای طبقه بندی مقولات تدوین شود، تا کدگذاران بتوانند واحدهای مورد نظر را در طبقات مربوطه قرار دهند. برای این منظور می بایستی دستورالعمل یا پروتکل کدگذاری تهیه شود. پروتکل تحلیل محتوا مدرک مستندی است که تحقیق را به طور کلی، و قواعد کدگذاری را به طور خاص تعریف می کند.

در وهله اول، پروتکل حاوی قوانین کلی حاکم بر تحقیق و قواعدی است که محقق را مجبور می کند به طریق خاصی محتوای مورد نظر را تعریف و اندازه گیری کند. این قوانین در طول اجرای یک تحقیق قابل تغییرند. محتوا باید به همان شکلی که روز اول کدگذاری شده است، روز صدم هم کدگذاری شود.

در وهله دوم، پروتکل سند قابل‌نگهداری از عملیات و تعاریف تحقیق است که نشان می‌دهد تحقیق چگونه سامان پذیرفته است. بنابراین وجود یک پروتکل به سایر محققان امکان می‌دهد که نتایج را تفسیر یا تحقیق را تکرار کنند (رایف، ۱۳۸۲، ص ۱۲۵).

به طور کلی فرایند کدگذاری در تحلیل محتوای کیفی بسته به مسئله یا اهداف پژوهش می‌تواند به صورت قیاسی یا استقرایی صورت پذیرد. در رویکرد قیاسی با توجه به نظریه خاصی شروع می‌کنیم و استلزام‌های آن نظریه را که به صورت فرضیه مطرح می‌شود، در نظر داریم؛ در حالی که در رویکرد استقرایی پژوهشگر بدون سوگیری و توجه به نظریه خاصی شروع به خواندن متن و سپس تحلیل آن می‌کند، که در بهترین حالت (نظریه داده بنیاد) می‌تواند منجر به نظریه شود. به عبارت دیگر در روش تحلیل محتوای کیفی، اگر پژوهشگر گزاره‌های نظری را می‌آزماید، باید شاخص‌های تجربی مفاهیم را برای آن فراهم آورد، و اگر با مشاهدات تجربی مشخصی شروع کرده است، باید از آن‌ها اصول کلی به دست آورده و بعد این اصول را در سایر مشاهدات تجربی به کار گیرد. در زیر نحوه کدگذاری در هر رویکرد آورده شده است.

#### • تحلیل محتوای استقرایی

در روش تحلیل محتوای استقرایی پژوهشگر از به کارگیری طبقات از قبل تعیین شده اجتناب می‌ورزد و در عوض اجازه می‌دهد که طبقات و نامشان از درون داده‌ها بیرون آیند. در این روش، به جای اینکه شروع گردآوری داده‌ها با اتکا به فرضیاتی باشد که از دل یک نظریه بیرون آمده است، نقطه شروع آن بر اساس سؤال و هدف پژوهش است. بنابراین پژوهشگر در داده‌ها کاملاً غرق شده تا به یک درک یا بصیرت جدیدی دست پیدا کند. ابتدا تحلیل داده‌ها با خواندن مکرر متن برای غوطه‌ور شدن در آن‌ها و یافتن یک درک کلی آغاز می‌شود. سپس متون کلمه به کلمه خوانده می‌شود تا کدها استخراج شوند. این فرایند به طور پیوسته از استخراج کدها تا نام‌گذاری آن‌ها تداوم می‌یابد. پس از آن کدها بر اساس تفاوت‌ها یا شباهت‌هایشان به داخل طبقات دسته‌بندی می‌شوند و در

پایان به ازای هر مفهوم، شواهدی از متن نقل قول می‌شود (شانون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵).

برای کد گذاری در رویکرد استقرایی می‌توان از مراحل شبیه جدول زیر (جدول ۳) بهره گرفت. باید دقت نمود مراحل که در اینجا ذکر می‌شود شبیه مراحل است که در کد گذاری باز در روش نظریه داده بنیاد به کار می‌رود. این ابهام وجود دارد که تفاوت تحلیل محتوای کیفی به شیوه استقرایی با نظریه داده بنیاد چیست. گلنزر و اشتروس (۱۹۹۰) در روشی که برای ارائه نظریه به صورت استقرایی و برخاسته از داده‌ها معرفی می‌کنند، معتقدند که پژوهشگر از طریق مقایسه مستمر داده‌ها با یکدیگر و از طریق سه مرحله کد گذاری باز، کد گذاری محوری و کد گذاری انتخابی می‌توانند نظریه یا چارچوب مفهومی خود را ارائه کنند. هر چند رویه‌های مختلفی به فرایند کد گذاری داده‌ها وجود دارد، که هر یک از آنها برای مطالعه خاصی مناسب است (برای نمونه نگاه کنید به: اشتراوس، ۱۹۸۷؛ اشتراوس و کوربین، ۱۹۹۰؛ آلن، ۲۰۰۳؛ شارماز، ۲۰۰۸، کرسول، ۲۰۰۷). مواردی که در اینجا ذکر می‌شود، شبیه مرحله کد گذاری باز در نظریه داده بنیاد است. در نظریه داده بنیاد هم برای تحلیل محتوا باید همین مراحل را طی نمود، با این تفاوت که در تحلیل محتوا نیازی به طی کردن دو مرحله دیگر نیست. مگر اینکه پژوهشگر بخواهد از طریق پیدا کردن ارتباطات بین مقوله‌ها و گزینش یکی از آنها نظریه یا مدلی تبیینی برای یک حوزه خاص فراهم آورد. گیون (۲۰۰۸)، به نقل از نوری، (۱۳۹۱، ص ۱۱) در این باره می‌نویسد: «تحلیل داده‌ها در نظریه برخاسته از داده‌ها مشتمل بر مجموعه‌ای از رویه‌های نظاممند، اما در عین حال منعطف برای ساختن یک نظریه به شیوه استقرایی است. فرایند تحلیل داده‌ها با کد گذاری باز آغاز و از طریق یک فرایند رفت و برگشت بین نمونه گیری نظری و تطبیق پیوسته داده‌ها در میان و درون مقوله‌های استخراج شده دنبال می‌شود».

به طور خلاصه می‌توان گفت که دغدغه‌ای که باعث روی آوردن پژوهشگر به نظریه داده بنیاد می‌شود، دادن نظریه در حوزه‌ای خاص است، در حالی که در روش تحلیل محتوای

استقرایی دغدغه پژوهشگر ارائه نظریه نیست؛ بلکه صرفاً تهیه مقولات بر اساس کدگذاری باز می‌تواند وی را به هدف پژوهش برساند. به همین علت در این مقاله کدگذاری اولیه داده‌ها و رسیدن به مقولات تشریح می‌شوند.

#### جدول ۲. مراحل کدگذاری در تحلیل محتوای کیفی با رویکرد استقرایی

ردیف	جملات کلیدی متون (مصاحبه‌ها، مشاهده‌ها، اسناد)	برچسب‌ها/کدها	زیر مقوله‌ها/زیر طبقه‌ها	مقوله‌ها/طبقه‌ها
-۱	-۱	-۱	-۱	-۱
-۲	-۲	-۲	-۲	-۲
-۳	-۳	-۳	-۳	-۳
...	...	...	...	...

همان‌طور که از جدول مشخص است ابتدا پژوهشگر تمام داده‌ها را به صورت متن در می‌آورد. منابع داده‌ها می‌تواند مصاحبه‌ها، مشاهده‌های پژوهشگر یا اسنادی باشد که در مورد یک موضوع خاص در اختیار پژوهشگر است. ابتدا توصیه می‌شود که تمام متن چند بار خوانده شود تا درکی کلی از آن حاصل شود. سپس پژوهشگر باید تمام جملات معنادار را استخراج کرده و در ستون دوم جدول بنویسد. در گام بعد پژوهشگر به هر کدام از داده‌های معنایی یک کد یا برچسب اختصاص می‌دهد. گاهی چندین داده معنایی یک کد اتخاذ می‌کنند. کوربین و اشتراوس (۱۹۹۰) معتقدند پژوهشگر می‌تواند از سه منبع برای نام‌گذاری کدهای خود استفاده کند: مجموعه مفاهیمی که در رشته یا حوزه مربوطه وجود دارد؛ لغات و اصطلاحاتی که متخصصین حوزه مربوطه از آن‌ها استفاده می‌کنند؛ و عباراتی که شرکت‌کنندگان در پژوهش از آن‌ها استفاده می‌کنند.

بعد از کدگذاری تمام داده‌ها، آن‌ها را بر اساس اشتراکاتی که با یکدیگر دارند، تحت یک مقوله (یا طبقه) واحد در می‌آوریم. به این علت در جدول از زیر مقوله‌ها یا زیر طبقه‌ها نام برده شده است که گاهی یک مقوله خود می‌تواند چندین زیر مقوله داشته باشد (نک به:

مثال شکل ۲). مسئله اصلی در هر طرح پژوهش تحلیل محتوا گزینش و تعریف مقوله‌هاست، یعنی فضایی که واحدهای محتوا باید در آن طبقه بندی شوند. برلسون (۱۹۵۲) در این زمینه می‌گوید روش تحلیل محتوا با توجه به مقوله‌هایش، موفق می‌شود یا شکست می‌خورد. بررسی‌های معینی که مقوله‌ها نشان به طور صریح تنظیم و با مسئله و محتوای پژوهش به خوبی تطبیق داده شده، ثمربخش بوده‌اند (ص ۱۰۰). پاتون (۱۹۸۷) طبقات را دسته‌هایی همگن از درون و ناهمگن با دیگر طبقات می‌داند. در زیر اصول ساخت طبقات از هولستی آورده شده است. اصل جامعیت و مانعیت اشاره به همین امر دارد.

#### اصول ساخت مقولات

به جهت اهمیت ایجاد مقولات در تحلیل محتوای کیفی، هولستی (۱۳۷۱) به چندین اصل در این رابطه اشاره می‌کند:

جامع بودن: مقولات باید به گونه‌ای ساخته شوند که همه کدها در یکی از آن‌ها جای گیرند. اگر کدی باشد که نتوان آن را در یکی از مقولات جای داد، یا باید در عنوان مقولات بازنگری کرد یا مقوله‌ای جدید ساخت.

مانع بودن: یک کد نباید همزمان در دو مقوله جای گیرد. هر چند تسج<sup>۱</sup> (۱۹۹۰) معتقد است که در تحلیل محتوای کیفی در برخی مواقع می‌توان همزمان یک کد را در بیش از یک طبقه جای داد. با این حال اگر پژوهشگر طبقات خود را به دقت انتخاب کند، می‌تواند هر کد را فقط در یک طبقه جای دهد.

همگنی یا استقلال: این ویژگی به این معناست که هر مقوله هویت مشخص و جداگانه‌ای دارد و ارزش آن از ارزش دیگر مقوله‌ها جداست.

عینی بودن: این ویژگی به این معنی است که هر مرحله از انجام پژوهش باید بر اساس قواعد، احکام و روش‌های مشخص انجام گیرد. معیار عینیت به این سؤال پاسخ می‌دهد که آیا تحلیل گران دیگر، با تبعیت از روش‌های یکسان و اطلاعات مشابه، می‌توانند به نتایج

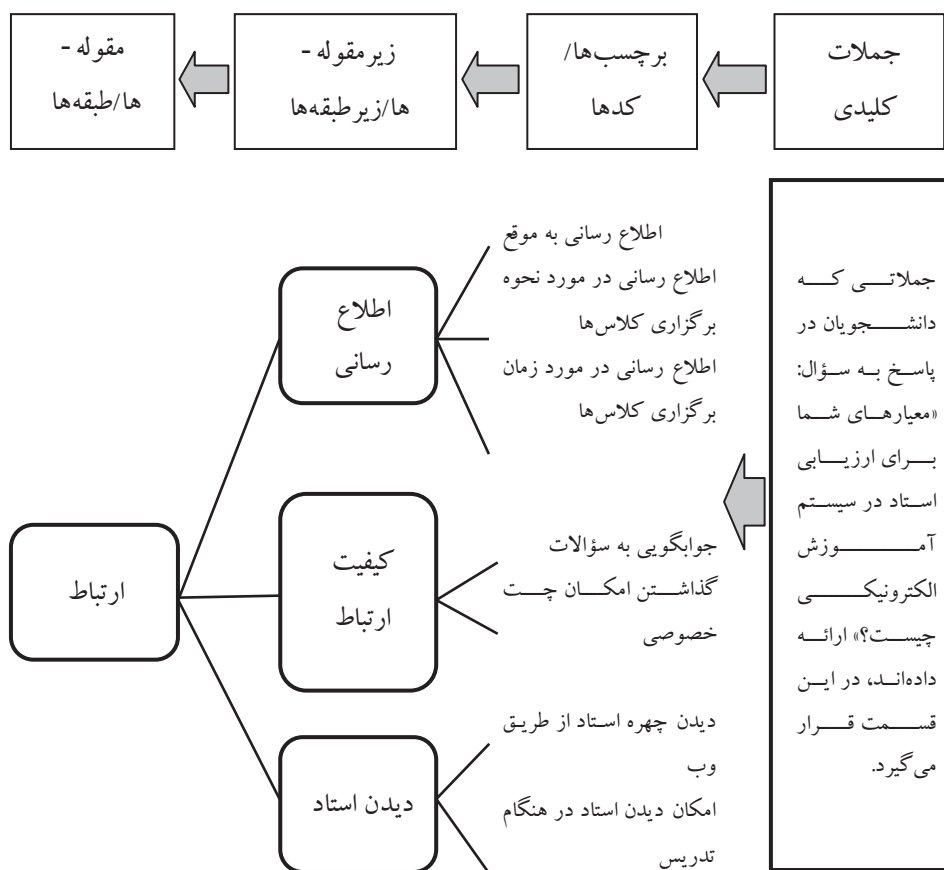
مشابهی برسند؟

منظم بودن: تجزیه و تحلیل هنگامی کامل انجام می‌پذیرد که تمام محتوای مربوط، مورد توجه قرار گیرد. محقق نباید به انتخاب خودخواهانه عناصری که با نظریات وی منطبق است، اقدام نماید و مواردی که فرضیه‌ها و سؤال‌های وی را تأیید نمی‌کنند، را در تحلیل نیاورد و به آن‌ها توجه نکند.

عمومیت داشتن: به این معنی که یافته‌ها باید با یکدیگر ارتباط نظری داشته باشند. اطلاعات توصیفی صرف درباره محتوا، بدون ارتباط با دیگر ویژگی‌های اسناد یا خصوصیات فرستنده و گیرنده پیام، ارزش چندانی ندارد. بنابراین تحلیل محتوا وابسته به مقایسه است، و نوع مقایسه را چارچوب نظری پژوهشگر القاء می‌کند (هولستی، ۱۳۷۳).

در ادامه مثالی از تحلیل محتوای استقرایی آمده است. در پژوهشی، از دانشجویان آموزش الکترونیکی خواسته شد معیارهایی که به زعم آنها برای ارزیابی تدریس اساتید در آموزش الکترونیکی مهم است را ذکر کنند. در زیر نمونه‌ای از مراحل کدگذاری و مقوله بندی این داده‌ها نمایش داده شده است.





شکل ۱. نمونه‌ای از تحلیل محتوای کیفی با رویکرد استقرایی

### • تحلیل محتوای قیاسی

در این رویکرد از تحلیل محتوای کیفی، مقولات و طبقات در آخر پژوهش به دست نمی‌آیند، بلکه محقق با مفروض گرفتن برخی تعاریف و تعمیم‌ها به عنوان طبقات، متن مورد نظر را به صورت کیفی تحلیل می‌کند و به دنبال مصادیقی از تعاریف و تعمیم‌ها در کل متن می‌گردد (فردانش، ۱۳۸۷). کاتانزارو (۱۹۸۸) اظهار می‌دارد از تحلیل محتوای قیاسی زمانی استفاده می‌شود که محقق قصد سنجیدن یک نظریه با داده‌های موجود را

داشته باشد. هر چند می‌توان صحت مفهوم، مدل، فرضیه یا یک چارچوب مفهومی را نیز از طریق تحلیل محتوای قیاسی مورد سنجش قرار داد. در تحلیل محتوای قیاسی ابتدا باید تعریفی از مفهوم مورد نظر ارائه داد و مثالی که گویای آن باشد آورد (جدول ۴). به عبارتی باید ماتریس مفهومی خود را جهت مقایسه داده‌ها و آوردن مصداق‌های یک طبقه ابتدا تشکیل داد. در این نوع تحلیل محتوا طبقات از قبل شکل گرفته‌اند و محقق مصداق‌های آن طبقات را در متن جستجو می‌کند، که خود مبنایی برای فرضیه‌آزمایی است.

جدول ۳. ماتریس مفهومی در تحلیل محتوای قیاسی

ردیف	نام طبقه	تعریف	مثال	کد
۱				
۲				
۳				
...				

در مثالی که زیر (جدول ۵) آمده است، فردانش (۱۳۸۷) در پژوهشی با روش تحلیل محتوای کیفی به شیوه‌ی قیاسی، به دنبال جواب دادن به این سؤال بوده است که الگوهای طراحی سازنده‌گرا، از منظر مفروضات مستتر در آن‌ها در نحوه‌نگریستن به فرایند یادگیری و تدریس، در کدام طبقه فردی، جمعی یا دوگانه جای می‌گیرند. ابتدا طبقات به روشنی تعریف شده‌اند و سپس مثالی که مصداقی از آن باشد، ذکر شده است. بعد از آن ادبیات نظری مربوط به هر کدام از الگوها بررسی شده و بر اساس تطبیقی که با تعریف و مثال ذکر شده با آن دارد، در یکی از طبقات جای گرفته‌اند.

جدول ۴. مثالی از تحلیل محتوای قیاسی (اقتباس از فردانش، ۱۳۸۷)

نام طبقه	تعریف	مثال	کد
فردی	امکان به‌کارگیری روش تدریس به صورت فردی کاملاً وجود دارد، و هیچ	مواد درسی باید امکان اکتشاف شاگرد را فراهم کند (مانند سایت‌های تعاملی) تا	۱

	محدودیتی برای اعمال فردی آن ذکر نشده است.	شاگرد بتواند به دست کاری، پرسش، و درگیری فعال با موقعیت پردازد (برانسفورد و همکاران، ۱۹۹۰).
۳	امکان به کارگیری روش تدریس به صورت جمعی کاملاً وجود دارد، و هیچ محدودیتی برای اعمال جمعی آن ذکر نشده است.	او می‌خواست شاگردان با هم کلاس، اولیاء، و جامعه به طور کلی تعامل داشته باشند، و ایجاد احساس خود-اتکایی، خلاقیت، همیاری، و حتی لذت را به عنوان همزادان فرآیند یادگیری درک کنند (لانزبری، ۲۰۰۵).
۲	امکان به کارگیری روش تدریس به صورت فردی و جمعی وجود دارد، و هیچ محدودیتی برای اعمال فردی یا جمعی آن ذکر نشده است.	«اثربخشی فعالیت‌های تدریس تولیدی از راه ترغیب شاگردان برای ساختن بازنمایی‌های مرتبط است، بازنمایی‌هایی که قبلاً قادر به ساختن آن‌ها نبوده‌اند» (ویتراک، ۱۹۷۴: ۳۶۹).

زمانی که پژوهشگر کار تحلیل محتوای خود را با رویکرد قیاسی انجام می‌دهد، و از ابتدا طبقات خود را تعریف می‌کند، در روند کار برخی داده‌ها را نمی‌توان در طبقات از قبل تعیین شده قرار داد. در این زمان پژوهشگر باید همچون شیوه استقرایی عمل کرده و طبقات جدید را ایجاد نماید. در این زمان پژوهشگر می‌تواند کار را با روش نظریه داده بنیاد ادامه داده و پس از پیدا کردن ارتباط مقولات با یکدیگر به بسط آن نظریه یا مدل دست بزند.

#### گام ششم: تحلیل و استنباط نتایج و گزارش

مهم‌ترین مرحله روش تحلیل محتوای کیفی، استنباط است که بر اساس آن رابطه مفاهیم با یکدیگر مشخص می‌شود (باردن، ۱۳۷۵، ص ۱۳۳). در این نقطه پژوهشگر باید دائماً بین

کدهای یک طبقه و طبقات با یکدیگر در رفت و آمدی دائمی باشد، که باعث می‌شود تحلیل و تفسیرهای وی جرح و تعدیل شود. هر پژوهشگر با پیشینه ذهنی مشخصی وارد عرصه تحقیق می‌شود و حتی در تحلیل محتوای استقرایی همان‌طور که اشتراوس (۱۹۸۷) اشاره می‌کند، خالی از ذهنیت نیست. بنابراین ضروری است که شخص فاصله‌ی تحلیلی<sup>۱</sup> (اشتراوس و کوربین، ۱۹۹۰، ترجمه افشار، ۱۳۹۰) خود را با داده‌ها حفظ کرده و تا جایی که ممکن است اجازه دهد خود داده‌ها صحبت کنند. به این معنی که داده‌ها را به گونه‌ای نبیند که تأیید کننده پیشینه ذهنی خود وی است، بلکه با رعایت اصول کدگذاری و مقوله سازی، معناها و دلالت‌های جدید را از داده‌ها استخراج کند.

نکته مهم در تحلیل محتوای کیفی همان‌طور که اشاره شد، مقایسه مستمر داده‌ها با یکدیگر است که در سایه حساسیت نظری پژوهشگر به دست می‌آید. حساسیت نظری<sup>۲</sup> پژوهشگر به معنی غوطه ور شدن عمیق و مستمر پژوهشگر در داده‌های پژوهش و کسب شناخت جامع آنهاست (گلدینگ<sup>۳</sup>، ۲۰۰۲). روند تحلیل در این روش همچون دیدن تصویری سه بعدی است که بیننده باید از طریق عقب و جلو بردن مستمر چشمان خود و تصویر به کشف آن نائل شود. در این روش هم پژوهشگر با رفت و برگشت دائمی که بین مقوله‌ها، کدها و داده‌ها دارد، به دیدن الگو و طبقات نهایی نائل می‌شود.

در ارائه نتایج به دست آمده از تحلیل محتوای کیفی نکته مهمی که باید به آن دقت نمود، تلاش برای ایجاد تعادل بین توصیف و تفسیر است. توصیف به خواننده‌ی گزارش پژوهش تصویری از پس زمینه و بستر پژوهش ارائه می‌کند و بنابراین باید غنی و مفصل باشد. از طرف دیگر تحلیل محتوای کیفی امری تفسیری است. تفسیر به ارائه فهم شخصی و نظری شما از پدیده تحت مطالعه اشاره می‌کند. پاتون (۲۰۰۲) در این زمینه اظهار می‌دارد: «یک گزارش خواندنی و جالب باید فراهم آورنده توصیفی کافی از پدیده تحت بررسی باشد، تا به خواننده اجازه فهم اساس تفسیرها را بدهد، و همچنین حاوی تفسیری که باعث فهم

- 
1. analytical distance
  2. theoretical sensitivity
  3. Goulding

توصیف‌ها از طرف خواننده شود» (ص ۵۳۴).

#### ۷) اعتبار نتایج

مثل هر پژوهشی دیگر، بعد از به دست آمدن نتایج حاصل از این روش، برون‌دادهای آن می‌تواند در مظان داوری هم خود پژوهشگر و هم دیگران قرار گیرد. در قدم اول پژوهشگر به دنبال یافتن راه‌هایی برای اعتبار بخشیدن به نتایج به دست آمده است. از طرف دیگر طبیعی است که استفاده‌کنندگان از نتایج پژوهش‌ها نگران اعتبار و صحت آن‌ها هستند. در پژوهش‌های کمی از مواردی همچون تعمیم‌پذیری، پایایی، روایی، عینیت، سازگاری مشاهدات با نظریه‌ها، قابلیت تکرار نتایج صحبت می‌شود و رعایت آن‌ها دلیلی بر صحت نتایج و علمی بودن آنهاست. اشتراوس و کوربین (۱۹۹۰)، ترجمه افشار، (۱۳۹۰) در این زمینه اظهار می‌دارند: «ما نیز معتقدیم که هنگامی علوم دقیقه ارزشمندند، اما برای تناسب یافتن با واقعیت‌های پژوهش‌های کیفی و پیچیدگی پدیده‌های اجتماعی که ما در پی کشف آنها هستیم، باید باز تعریف شوند» (ص ۲۸۲).

پژوهش کیفی پل ارتباطی بین علم و هنر است. هر بحثی از روایی و پایایی نتایج در این رویکرد باید با توجه به ویژگی‌های خاص این نوع پژوهش صورت گیرد. پژوهش کیفی با خلاقیت خود نمایی کلی از یک مجموعه به دست می‌دهد که یگانه است. هیچ دو پژوهشگری نتایج یکسانی نخواهند داشت، چون فلسفه و اندیشه‌شان با یکدیگر متفاوت است و همچنین مشارکت‌کنندگان، زمینه و بافت پژوهش می‌تواند در پژوهش‌هایی به ظاهر با موضوعات یکسان متفاوت باشند (ادیب، پرویزی، صلصالی، ۱۳۹۰). مواردی که در رابطه با اعتبار نتایج در پژوهش کیفی مطرح می‌شود، در تحلیل محتوای کیفی هم باید مد نظر قرار گیرد.

هر چند لانگ و جانسون (۲۰۰۰، ص ۳۱) پیشنهاد می‌کنند که روایی و اعتبار، معانی اساساً مشابهی بی‌توجه به رویکرد پژوهشی دارند و می‌توان از آن‌ها در هر دو رویکرد صحبت کرد. با این حال به نظر می‌رسد آیت‌هایی چون روایی و پایایی که در رویکردهای کمی از آن‌ها صحبت می‌شود، تنیدگی عمیقی با مفروضات نهان معرفت‌شناسی آن‌ها دارد و به

راحتی قابل تفکیک از آن‌ها نیستند. لینکن و گوبا<sup>۱</sup> (۱۹۸۵)، به نقل از زانگ و ویلدموث<sup>۲</sup>، (۲۰۰۹) با در نظر گرفتن این تفاوت چهار معیار برای ارزیابی نتایج به دست آمده در پژوهش‌های کیفی ارائه کرده‌اند: باورپذیری<sup>۳</sup>، انتقال‌پذیری<sup>۴</sup>، وابستگی<sup>۵</sup> و اعتماد‌پذیری<sup>۶</sup>. در ادامه این مؤلفه‌ها به صورت مختصر شرح داده خواهند شد.

#### • باورپذیری

این آیتم به بازنمایی کافی سازه اجتماعی که محقق در پی بررسی آن است، اشاره می‌کند. برای باورپذیر کردن نتایج، چندین راهبرد را می‌توان به کار گرفت: بررسی و درگیری طولانی مدت با داده‌ها، مشاهده مستمر، سه سو سازی<sup>۷</sup> (جمع آوری داده‌ها از منابع و روش‌های گوناگون)، تحلیل داده‌های متضاد، بررسی تفسیرهای داده‌های خام، گفتگو با همکاران، عجله نکردن در ارائه نتایج. همچنین آماده کردن کدگذاران از طریق آموزش آن‌ها، نوشتن پروتکل جمع آوری داده‌ها و فرایند تحلیل و کدگذاری هم می‌تواند در باورپذیری نتایج کمک کننده باشد. سندلوسکی<sup>۸</sup> (۱۹۹۳) در این زمینه توصیه می‌کند نقل قول اصیل و مستقیم می‌تواند باعث افزایش اعتماد‌پذیری پژوهش شده و توجه خواننده را به این جلب کند که نتایج از چه داده‌ها، مقوله‌ها و کدهایی به دست آمده‌اند.

#### • انتقال‌پذیری

این آیتم مشابه تعمیم‌پذیری نتایج در رویکرد کمی به پژوهش است. در این زمینه الزاماً نیازی به این نیست که پژوهشگر به جنبه‌های قابل انتقال نظریه در بسترهای دیگر اشاره کند، بلکه باید به اندازه‌ای در تفسیر، تحلیل و توصیف داده‌ها با کفایت کار کند که دیگران به انتقال‌پذیر بودن آن در زمینه‌های دیگر قانع شوند. جامعیت بخشیدن به بررسی

- 
1. Lincoln and Guba
  2. Zhang & Wildemuth
  3. credibility
  4. transferability
  5. dependability
  6. conformability
  7. triangulation
  8. Sandelowski

داده‌ها در این زمینه بسیار موثر است.

• وابستگی

این آیتم به ثبات نتایج در طول زمان اشاره می‌کند. معادل این آیتم در رویکرد کمی پایایی نتایج است. در رویکردهای کیفی که مفروضات زیربنایی آن سازنده‌گرایی و خلق دانش است، نظریه‌ها از زمانی به زمان دیگر و در مکان‌های مختلف می‌تواند، متفاوت عمل کند. با این وجود می‌توان بر ثبات نسبی آن‌ها در طول زمان اشاره کرد. شنتون<sup>۱</sup> (۲۰۰۴) در این زمینه می‌نویسد: «پیروی از روشی واحد از ابتدا تا انتهای کدگذاری، ثبت دقیق مراحل و شیوه ترکیب، تلفیق و تلخیص داده‌ها می‌تواند به دیگر محققان در تکرار پژوهش و نه الزاماً رسیدن به نتایج مشابه کمک کند» (ص ۷۱).

• تأیید پذیر بودن

این مؤلفه به میزان تأیید ویژگی‌های داده‌های مورد بررسی پژوهشگر توسط خوانندگان، اشاره می‌کند. معادل این مؤلفه در رویکرد کمی عینیت است. عینیت به این موضوع اشاره دارد که یافته‌های تحقیق، منعکس‌کننده خصوصیات پنهان یا آشکار خلاصه شده در داده‌هاست، نه ترجیحات و سوگیری‌های محقق. مهم‌ترین تکنیک برای برآورده کردن وابستگی و تأیید پذیری بازبینی کردن نتایج و فرایندهای پژوهش است. وابستگی از طریق بررسی کردن انسجام فرایندهای پژوهش به دست می‌آید، و تأیید پذیری از طریق بررسی کردن انسجام درونی محصول پژوهش، برای مثال: داده‌ها، یافته‌ها، تفاسیر و پیشنهادات به دست می‌آید. موادی که در این فرایند می‌توانند مورد بررسی قرار گیرند، شامل: داده‌های خام، یادداشت‌های میدانی، یادداشت‌های نظری، کدها، یادداشت‌های فرایندی و غیره می‌باشند.

۸) جمع بندی و نتیجه گیری

هدف‌های پژوهشی متفاوت نیازمند پیروی کردن از طرح‌های پژوهشی و تکنیک‌های

تحلیلی متفاوتی هستند (نافل و هاوارد<sup>۱</sup>، ۱۹۸۴). تحلیل محتوای کیفی روشی ارزشمند برای تحلیل حجم عظیمی از داده‌های متنی در یک بستر خاص است. هدف این روش شناسایی مهم‌ترین طبقه‌ها و مقولات در یک متن و کشف کردن واقعیت اجتماعی نهان در آن است. از طریق کدگذاری و مقوله‌بندی می‌توان از توسعه یک نظریه یا مدل جدید حمایت کرد، یا نظریات موجود را به بوته آزمایش گذاشت و صحت و سقم آن‌ها را بررسی نمود. همان‌طور که ذکر شد، میزان دشواری این روش به گونه‌ای سهل‌ممتنع است. این روش به ظاهر 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 را در این روش در هر گام مد نظر قرار داد. به این معنی که دائماً پژوهشگر باید ملاک‌هایی که اعتبار یافته‌ها در این روش را تأمین می‌کنند، سرلوحه فعالیت خود قرار داده و از طرف دیگر به طور مرتب داده‌ها را با مقوله‌ها و کدهای در حال ظهور مقایسه کند. همچنین در زمینه‌ای که قصد انجام تحلیل محتوا در آن را دارد، مقداری دانش و فهم اولیه باشد که باعث انتخاب و تحلیل موارد مربوط و رفع موارد نامربوط از فرایند پژوهش شود. زمانی که پژوهشگر با داده‌های زیادی سر و کار دارد، فرایند طبقه‌بندی داده‌ها در روش تحلیل محتوا می‌تواند توسط نرم افزارهایی که جهت کمک به پژوهشگر در این زمینه به وجود آمده‌اند، تسهیل شود. در این رابطه می‌توان به نرم افزارهایی همچون NVivo، maxQDA، atlas ti اشاره کرد. در این نرم افزارها پژوهشگر می‌تواند داده‌های خام خود را وارد کرده، فراوانی کلمه یا عبارت خاصی را مشاهده کند، کدها و مقولات خود را ایجاد کند و در نهایت ارتباط بین این مقولات را با ابزارهای خاصی که در این نرم افزارها تمهید شده است، ترسیم نماید. با این حال ذکر این نکته لازم است که این نرم افزارها در استنباط معنا و تحلیل داده‌ها کمک چندانی به پژوهشگر نمی‌کنند و این خود پژوهشگر است که با مقایسه مستمر داده‌ها به الگوهای مستتر در آن‌ها پی می‌برد. به عبارت دیگر کارکرد این نرم افزارها بیشتر در نظم و ترتیب دادن به فرایند کار پژوهشگر است.



## منابع

- ادیب حاج باقری، محسن؛ پرویزی، سرور؛ و صلصالی، مهوش. (۱۳۹۰). *روش‌های تحقیق کیفی*. تهران: مرکز نشر علوم پزشکی (بشری)
- اشتراوس، آنسلم؛ و کورین، جولیت. (۱۳۹۰). *مبانی پژوهش کیفی، فنون و مراحل تولید نظریه‌ی زمینه‌ای* (ترجمه ابراهیم افشار). تهران: نشر نی (زمان انتشار اثر به زبان اصلی ۱۹۹۰)
- باردن، لورنس (۱۳۷۵). *تحلیل محتوا* (ترجمه ملیحه آشتیانی و محمد یمنی دوزی). تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- سایر، اندرو. (۱۳۸۵). *روش در علوم اجتماعی: یک رویکرد رئالیستی*، ترجمه عماد افروغ. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
- صادقی راد، سهیلا و ناصری راد، محسن. (۱۳۹۰). *عناصر بنیادین پژوهش کیفی در علوم اجتماعی: هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی، روش‌شناسی و روش*. مجله مطالعات اجتماعی ایران، دوره پنجم، شماره ۲
- فردانش، هاشم. (۱۳۸۷). *طبقه بندی الگوهای طراحی سازنده گرا بر اساس رویکردهای یادگیری و تدریس*. فصلنامه مطالعات تربیتی و روانشناسی دانشگاه فردوسی مشهد، ۹(۲): ۵-۲۱.
- کرلینجر، فرد. (۱۳۷۴). *مبانی پژوهش در علوم رفتاری*، ترجمه حسن پاشا شریفی و جعفر نجفی زند، جلد دوم، تهران: انتشارات آوای نور (زمان انتشار اثر به زبان اصلی ۱۹۷۳).
- کرپندورف، کلوس. (۱۳۸۸). *تحلیل محتوا* (ترجمه هوشنگ نایینی). تهران: نشر نی (زمان انتشار اثر به زبان اصلی ۱۹۸۰).
- معمد نژاد، کاظم. (۱۳۵۶). *روش تحقیق در محتوای مطبوعات*. تهران: انتشارات دانشکده علوم ارتباطی و اجتماعی.
- معروفی، یحیی و یوسف زاده، محمد رضا. (۱۳۸۸). *تحلیل محتوا در علوم انسانی*. همدان: سپهر دانش
- مک نیل، پاتریک. (۱۳۷۸). *روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی*، ترجمه محسن ثلاثی. تهران: انتشارات آگاه
- ملکی، حسن. (۱۳۸۴). *برنامه ریزی درسی (راهنمای عمل)*. مشهد: پیام اندیشه
- نوری، علی و مهر محمدی، محمود. (۱۳۹۲). *الگویی برای بهره‌گیری از روش نظریه برخاسته از*

- داده‌ها در پژوهش‌های تربیتی. تهران: دانشگاه تربیت مدرس، مقاله چاپ نشده
- هولستی، ال. آر. (۱۳۷۳). *تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی*، ترجمه نادر سالار زاده امیری. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی (تاریخ ترجمه اثر به زبان اصلی ۱۹۶۹).
- Allan G. (2003). *A critique of using grounded theory as a research method*. Electronic Journal of Business Research Methods, 2(1): 1-10.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Glencoe, III. Free press
- Catanzaro M. (1988) *Using qualitative analytical techniques*. In *Nursing Research; Theory and Practice* (Woods P. & Catanzaro M., eds), C.V. Mosby Company, New York, pp. 437-456.
- Charmaz. K. (2008). *Grounded theory as an emergent method*. (eds) Sharlene N H & Patricia L (in) *Handbook of emergent methods*. The Guilford Press: New York & London. pp: 155-170.
- Chelimsky, Eleanor. (1989). *Content analysis: A methodology for structuring and analyzing written material*. Publish by: united states General Accounting Office (GAO)
- Cole F.L. (1988). *Content analysis: process and application*. Clinical Nurse Specialist 2(1), 53-57.
- Corbin J, Strauss A. (1990). *Grounded Theory Research: Procedure and Evaluative Criteria*. Qualitative Sociology, 13: 3-21.
- Denzin, Norman. K & Yvonna. S. Lincoln. (2008). *Strategies of Qualitative Inquiry*, (3rd ed.), SAGE Publications Incorp
- Elo s. & kynga" s h. (2008). *The qualitative content analysis process*. Journal of Advanced Nursing 62(1), 107-115
- Fernández, Walter D. (2004). *Using the Glaserian Approach in Grounded Studies of Emerging Business Practices*. Electronic Journal of Business Research Methods, 2(2).
- Glaser, B. G., & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Chicago: Aldine Publishing.
- Glaser, Barney G., & Strauss, Anselm L. (1967), *The Discovery of Grounded Theory: The Strategies for Qualitative Research*. The Qualitative Report, V.2, No.4
- Goulding, C. (2002). *Grounded Theory, A Practical Guide for Management, Business and Market Researchers*. SAGE Publications. London, Thousand Oaks, New Delhi
- Graneheim UH, Lundman B. (2004). *Qualitative content analysis in nursing research: Concepts, procedures and measures to achieve*

- trustworthiness*. Nurs Educ Today 2004; 24(2): 105-12.
- Harwood T.G. & Garry T. (2003). *An overview of content analysis*. The Marketing Review 3, 479-498.
- Knafelz, K. A., & Howard, M. J. (1984). *Interpreting and reporting qualitative research*. Research in Nursing and Health, 7, 17-24.
- Kyngäs H. & Vanhanen L. (1999). *Content analysis*. Hoitotiede 11, 3-12.
- Mcnamara, Jim. R. (2003). *Media content analysis*. Available at: [www.carma.com](http://www.carma.com)
- Miles, M.B. & Huberman, M.A. (1994). *Qualitative data analysis: an expanded sourcebook*, 2nd edn. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Morgan D.L. (1993). *Qualitative content analysis: a guide to paths not taken*. Qualitative Health Research 1, 112-121.
- Neuendorf, K. A. (2011). *Content analysis—A methodological primer for gender research*. Sex Roles, 64(3-4), 276-289.
- Nicola J. Petty, Oliver P. Thomson, Graham Stew. (2012). *Ready for a paradigm shift? Part 2: Introducing qualitative research methodologies and methods*. Manual Therapy 17 (2012) 378e384
- Patton, Q., M. (1987). *How to use qualitative methods in evaluation*. Sage publications Inc., Newbury park, London, New Dehli.
- Patton, Q., M. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. Journal of the American Society for Information Science, 51(8), 734-744.
- Sandelowski M. (1993). *Theory unmasked: the uses and guises of theory in qualitative research*. Research in Nursing & Health 16, 213-218.
- Sandelowski M. (1995). *Sample size in qualitative research*. Res Nurs Health; 18(2): 179- 83.
- Selltiz, C., Jahoda, M., Deutsch, M., & Cook, S. W. (1959). *Research methods in social relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Shannon S. (2005). *Three approaches to qualitative content analysis*. Qualitative Health Research.;15(9):1277-88.
- Shenton, A.K. (2004). *Strategies for ensuring trustworthiness in qualitative research projects*. Education for Information, IOS Press, 22 63-75
- Stemler Steve . (2001). *An Overview of Content Analysis*: available at: <http://pareonline.net/getvn.asp?v=7&n=17>
- Strauss, A. (1987). *Qualitative analysis for social scientists*. New York: Cambridge University Press.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded*

- 
- theory procedures and techniques*. Newbury Park, CA: Sage.
- Tesch, R. (1990). *Qualitative Research: Analysis Types & Software Tools*. Bristol, PA: Falmer Press.
- U.H. Graneheim\*, B. Lundman. (2004). *Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness*. Nurse Education Today (2004) 24, 105–112
- Weber, R.P. (2012). *Content analysis of word texts*. MCN. The American Journal of Maternal Child Nursing 16, 169.
- Zhang, Y. , & Wildemuth, B. M. (2009). *Qualitative analysis of content*. In B. Wildemuth (Ed.), *Applications of Social Research Methods to Questions in Information and Library Science* (pp.308-319). Westport, CT: Libraries Unlimited.