



Content Analysis Research Methods

Atefeh Ghadirifard / Ph.D. Candidate, Department of Educational Management, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran. atefe.qadirifard@iau.ir

Seyfollah Fazlollahi Qomshi  / Associate Professor, Ph.D. in Educational Sciences, Department of Educational Sciences, Faculty of Humanities, Tolo-e-Mehr University, Qom, Iran.

fazlollahigh@tolouemehr.ac.ir

Received: 2025/01/17 - **Accepted:** 2025/05/10

Abstract

Content analysis, as an advanced research method aimed at extracting meanings and latent patterns from textual, visual, and multimedia data, is employed in numerous scientific studies across diverse fields, including the humanities, social sciences, technology, and marketing. This method can be implemented either qualitatively or quantitatively; in both approaches, it seeks to uncover patterns, meanings, and underlying structures within data. In quantitative content analysis, data is numerically analyzed through coding and the enumeration of specific terms, whereas qualitative content analysis focuses more on identifying semantic patterns and interpreting content. With advancements in data processing technologies and the emergence of artificial intelligence tools, content analysis has become one of the modern and efficient instruments for processing digital data. By examining the principles, stages, and methods of content analysis, this article emphasizes its significance in scientific research and its wide-ranging applications across various domains. It also addresses challenges such as inter-coder reliability and the rapid evolution of digital data, alongside methodological advancements and novel technologies that have enhanced the efficacy of content analysis. Ultimately, content analysis serves as a tool for better understanding social, cultural, and communicative dynamics, playing a substantial role in facilitating interdisciplinary collaboration and fostering a more comprehensive understanding of human society.

Keywords: Quantitative Research, Qualitative Research, Content Analysis, Discourse Analysis, Big Data, Methodology, Artificial Intelligence.

روش‌های پژوهش تحلیل محتوا

عاطفه قدیری فرد / دانشجوی دکتری، گروه مدیریت آموزشی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران.
atefe.qadirifard@iaui.ac.ir
سیف‌اله فضل‌الهی قمشی  / دانشیار و دکترای تخصصی گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه طلع مهر، قم، ایران.
fazlollahigh@tolouemehr.ac.ir

دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۲۸ - پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۲۰

چکیده

تحلیل محتوا به عنوان یک روش تحقیقی پیشرفته، با هدف استخراج معانی و الگوهای نهفته در داده‌های متنی، تصویری و چندرسانه‌ای، در بسیاری از پژوهش‌های علمی در حوزه‌های مختلف، از جمله علوم انسانی، اجتماعی، فناوری و بازاریابی، به کار گرفته می‌شود. این روش می‌تواند به صورت کیفی یا کمی اجرا شود و در هر دو رویکرد، به کشف الگوها، معانی و ساختارهای پنهان در داده‌ها می‌پردازد. در تحلیل محتوا کمی، با کدگذاری و شمارش واژگان خاص، اطلاعات جمع‌آوری شده به صورت عددی تحلیل می‌شود، در حالی که تحلیل محتوا کیفی بیشتر بر شناسایی الگوهای معنایی و تفسیر محتوا تمرکز دارد. با پیشرفت‌های فناوری‌های پردازش داده‌ها و ظهور ابزارهای هوش مصنوعی، تحلیل محتوا به یکی از ابزارهای نوین و کارآمد برای پردازش داده‌های دیجیتال تبدیل شده است. این مقاله با بررسی اصول، مراحل و روش‌های تحلیل محتوا، بر اهمیت آن در پژوهش‌های علمی و کاربردهای گسترده‌اش در حوزه‌های مختلف تأکید دارد. همچنین، چالش‌هایی چون قابلیت اطمینان بین کدگذار و تکامل سریع داده‌های دیجیتال نیز در کنار پیشرفت‌های روش‌شناختی و فناوری‌های نوین، کارایی تحلیل محتوا را افزایش داده است. در نهایت، تحلیل محتوا به عنوان ابزاری برای درک بهتر پویایی‌های اجتماعی، فرهنگی و ارتباطی، نقش بسزایی در تسهیل همکاری‌های بین‌رشته‌ای و توسعه درک جامع‌تری از جامعه بشری ایفا می‌کند.

کلیدواژه‌ها: پژوهش کمی، پژوهش کیفی، تحلیل محتوا، تحلیل گفتمان. داده‌های بزرگ، روش‌شناسی، هوش مصنوعی.

تحلیل محتوا (Content analysis) به‌طور کلی فرایندی است که به استخراج اطلاعات از داده‌های خام (نظیر متن، تصویر، یا ویدئو) و تبدیل آنها به اطلاعات مفهومی و قابل تحلیل می‌پردازد. این روش می‌تواند به صورت کیفی یا کمی اجرا شود. تحلیل محتوای کمی به معنای کدگذاری و شمارش عبارات و واژگان خاص در یک متن است، درحالی‌که تحلیل محتوای کیفی بیشتر بر شناسایی الگوهای معنایی و تفسیر محتواهای پنهان تمرکز دارد (Hsieh & Shannon, 2005). تحلیل محتوا یکی از روش‌های پرکاربرد در پژوهش‌های کیفی و کمی است که به کشف الگوها، معانی و ساختارهای نهفته در داده‌های متنی، تصویری یا چندرسانه‌ای می‌پردازد. این روش، پژوهشگران را قادر می‌سازد تا از طریق بررسی عمیق محتوا، به درک بهتری از معانی و تأثیرات آنها بر مخاطبان برسند، با گسترش روزافزون داده‌های دیجیتال و پیچیدگی اطلاعات، تحلیل محتوا نقش کلیدی در استخراج دانش از داده‌های بزرگ ایفا می‌کند و در بسیاری از حوزه‌های علمی، از علوم انسانی و اجتماعی گرفته تا فناوری و بازاریابی، به کار گرفته می‌شود (Smith, 2020). در دسته‌بندی انواع روش‌های تحلیل محتوا، می‌توان به تحلیل محتوای دستی، تحلیل محتوای اتوماتیک، تحلیل محتوای توصیفی و تحلیل محتوای تئوریک اشاره کرد. تحلیل محتوای دستی در آنالیز داده‌ها توسط محقق انجام می‌شود و شامل کدگذاری دستی واژگان، جملات و پاراگراف‌ها است. تحلیل محتوای اتوماتیک با استفاده از نرم‌افزارها و الگوریتم‌های خاص، محتوای داده‌ها را تحلیل می‌کند و برای پژوهشگران این امکان را فراهم می‌آورد که حجم زیادی از اطلاعات را به طور دقیق و سریع بررسی کنند. تحلیل محتوای توصیفی بیشتر به توصیف ویژگی‌های موجود در داده‌ها پرداخته و به شناسایی ویژگی‌ها و صفات خاصی از محتوا می‌پردازد، درحالی‌که تحلیل محتوای تئوریک به دنبال شناسایی ساختارهای پنهان درون محتوا است و می‌تواند بر اساس یک نظریه خاص در تفسیر داده‌ها بنا شود (Neuendorf, 2017). امروزه پیشرفت فناوری‌های پردازش داده‌ها و ظهور ابزارهای هوش مصنوعی، این روش را به یکی از ابزارهای نوین و پیشرفته برای تحلیل داده‌ها در دنیای دیجیتال تبدیل کرده است (Lee et al., 2021).

علاوه بر این، تحلیل محتوا با ارائه بینش‌های ارزشمند به سیاست‌گذاران، محققان و مدیران، در تصمیم‌گیری و بهبود فرایندهای سازمانی نقش بسزایی دارد. هدف این مقاله، بررسی اصول، مراحل، روش‌ها و کاربردهای تحلیل محتوا با تأکید بر اهمیت و نقش این روش در پژوهش‌های علمی است.

۱. مفهوم روش تحلیل محتوا

تحلیل محتوا یا تحلیل متن مطالعه ارتباطات به منظور توصیف رفتار اجتماعی و آزمون فرضیه‌هایی است که در مورد آن تدوین شده است. به عبارتی تحلیل محتوا برای بررسی آشکار پیام‌های موجود در یک متن استفاده می‌شود و محتوای آشکار پیام‌ها را به‌طور نظام‌دار توصیف می‌کند. تحلیل محتوا، روشی علمی برای مطالعه پیام‌های

ارتباطی است که به بررسی معانی، ساختارها و روابط موجود در داده‌ها می‌پردازد. این روش، از حوزه‌های مختلفی چون علوم ارتباطات، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و مدیریت بهره می‌گیرد و با رویکردهای کیفی و کمی به تحلیل داده‌ها می‌پردازد. این روش در ابتدا به‌عنوان ابزاری برای مطالعه متون مکتوب و رسانه‌های چاپی شکل گرفت، اما در گذر زمان، کاربرد آن به تحلیل داده‌های چندرسانه‌ای، دیجیتال و حتی شبکه‌های اجتماعی گسترش یافته است (بابایی و همکاران، ۱۴۰۰). به گفته بابایی و همکاران (۱۴۰۰)، تحلیل محتوا روشی نظام‌مند برای مطالعه محتواهای آشکار و نهان پیام‌های ارتباطی است که می‌تواند در درک دقیق‌تر پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی کمک‌کننده باشد و به‌عنوان ابزاری برای کشف و تحلیل معانی پنهان در متن‌ها و پیام‌ها به کار می‌رود. همچنین، به گفته پژوهشگران ایرانی، تحلیل محتوا پلی میان داده‌های خام و مفاهیم کاربردی است که نقش مهمی در سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری دارد.

تحلیل محتوا یکی از روش‌های اصلی در پژوهش‌های کیفی است که به منظور بررسی و تجزیه و تحلیل متون مختلف مانند متن، تصویر، یا رسانه‌های دیجیتال به کار می‌رود. این روش در دهه‌های اولیه قرن بیستم توسعه یافت و به تدریج به یک روش علمی و معتبر در حوزه‌های مختلف پژوهشی تبدیل شد. در ادامه، پیشینه تاریخی این روش را بررسی می‌کنیم.

۱-۱. آغاز تحلیل محتوا (دهه‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰)

اولین گام‌ها برای توسعه تحلیل محتوا در دهه‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ برداشته شد. در این دوران، پژوهشگران عمدتاً از این روش برای مطالعه تأثیرات رسانه‌ها بر افکار عمومی و رفتار اجتماعی استفاده کردند. یکی از پیشگامان تحلیل محتوا، هارولد لاسول بود که از این روش برای مطالعه اثرات تبلیغات و محتوای رسانه‌ها بر ذهنیت‌های عمومی استفاده کرد (Lasswell, 1927). در این دوران، تحلیل محتوا بیشتر به‌عنوان یک ابزار برای بررسی محتوای رسانه‌ای و تبلیغات سیاسی به کار می‌رفت.

۱-۲. نهادینه شدن تحلیل محتوا (دهه ۱۹۴۰ و ۱۹۵۰)

در دهه‌های ۱۹۴۰ و ۱۹۵۰، تحلیل محتوا به‌عنوان یک روش علمی و سیستماتیک به طور رسمی‌تر نهادینه شد. برنارد با انتشار کتاب خود در سال ۱۹۵۲ یکی از مهم‌ترین آثار در زمینه تحلیل محتوا را نوشت و این روش را به طور گسترده‌ای در علوم اجتماعی و ارتباطات به رسمیت شناخت (Erelson, 1952). این کتاب اساس گذار بسیاری از پژوهش‌ها در زمینه تحلیل محتوا و چارچوب‌های نظری و عملی این روش را معرفی کرد.

۱-۳. توسعه تحلیل محتوا به‌عنوان یک روش کمی و کیفی (دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰)

در دهه ۱۹۶۰، تحلیل محتوا از یک روش صرفاً کمی به یک روش ترکیبی کمی و کیفی تبدیل شد. اولریش هولستی در این دوره به تدوین استانداردها و معیارهای معتبر برای تحلیل محتوا پرداخت و این روش را به‌عنوان یک ابزار

دقیق‌تر برای تجزیه و تحلیل داده‌ها معرفی کرد (Holsti, 1969). این دوران شاهد افزایش توجه به مفاهیم کیفی تحلیل محتوا و توجه بیشتر به تحلیل الگوها و تم‌های موجود در متون بود.

۱-۴. گسترش استفاده از تحلیل محتوا در رشته‌های مختلف (دهه ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰)

در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰، تحلیل محتوا در بسیاری از حوزه‌های دیگر نیز به کار گرفته شد. پژوهشگران علوم اجتماعی، روان‌شناسی، و فرهنگ‌شناسی از این روش برای مطالعه الگوهای فرهنگی، نگرش‌ها، و ارتباطات اجتماعی استفاده کردند. یکی از آثار مهم در این دوران، کتاب کریپندورف بود که به گسترش تحلیل محتوا در زمینه‌های مختلف و توسعه روش‌های جدید برای آن پرداخت. در این دوره، تحلیل محتوا به طور گسترده‌ای در بررسی محتوای رسانه‌ای و تحلیل پیام‌های سیاسی و اجتماعی به کار رفت.

۱-۵. تحلیل محتوا در دوران دیجیتال (دهه ۲۰۰۰ به بعد)

با گسترش فناوری‌های دیجیتال و ظهور اینترنت، تحلیل محتوا به روش‌های جدیدتری گسترش یافت. در این دوره، تحلیل محتوا به عنوان ابزاری برای تجزیه و تحلیل داده‌های آنلاین، شبکه‌های اجتماعی، و سایر داده‌های دیجیتال به کار گرفته شد. پژوهشگران از ابزارهای جدید نظیر تحلیل داده‌های بزرگ و یادگیری ماشین برای تحلیل محتوای دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی بهره‌برداری کردند (Krippendorff, 2018). این دوره شاهد استفاده از نرم‌افزارهای پیشرفته برای تحلیل خودکار محتوای متنی و تصویری در مقیاس وسیع بود.

جدول ۱. انواع اهداف استفاده از روش تحلیل محتوا (قاسمی و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۲۷۸)

ردیف	موضوع	توضیح
۱	شرح کیفی محتوای پیام	شرح مفهومی از محتوا مانند مطالعه قهرمانان داستان و بررسی تغییرات رفتار آنها
۲	توصیف کمی محتوای پیام	توصیف ویژگی‌های ساختاری محتوای پیام به صورت مقطعی یا طولی
۳	توصیف الگوها یا روندها در رسانه	طبقه‌بندی محتوای رسانه مانند خشونت و چگونگی نمایش آن
۴	توصیف الگوها یا روندها در رسانه	بررسی سیاست‌های رسانه دسته‌بندی و کمی کردن جنبه‌های غالب تولید محتوا بر اساس دستور کار رسانه شناسایی اهداف پنهان تولیدکنندگان محتوا
۵	استنباط از سازنده محتوا	ارزشیابی میزان پوشش گروه‌های خاص از جامعه با تأکید بر شمارش میزان پوشش آنها مانند بررسی فراوانی پوشش رسانه از مرد و زن گروه سنی گروه اقلیت و...
۶	استنباط از مخاطب محتوا	پیش‌بینی واکنش گیرنده پیام و آثار رسانه‌ها با تأکید بر نظریه کاشت، مانند آثار تبلیغات و همبستگی بین نتایج تحلیل محتوا و رفتار مخاطبین مانند رأی‌دهی و پرخاشگری
۷	پیش‌بینی اثرات محتوا در مخاطبان	بررسی روند تغییرات محتوای یک رسانه در طول زمان
۸	استنتاج از سوابق ارتباطات	میزان همخوانی محتوا با ماهیت رسانه مانند رعایت هویت محلی بودن رسانه در محتوا
۹	استنتاج ویژگی‌های ارتباطات	تفسیر و ترجمه متون مصاحبه با بیماران و یا اظهارات آنان

۲. اهمیت تحلیل محتوا

تحلیل محتوا در سال‌های اخیر در علوم مختلف به طور فزاینده‌ای مورد توجه قرار گرفته است. یکی از مهم‌ترین کاربردهای این روش در حوزه رسانه‌ها و ارتباطات است. محققان می‌توانند با استفاده از تحلیل محتوا، نحوه پوشش رسانه‌ها از موضوعات مختلف، نظیر سیاست، فرهنگ و مسائل اجتماعی را بررسی کنند. به عنوان مثال، مطالعه محتوای منتشرشده در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به درک بهتری از رفتارهای جمعی و نگرش‌های عمومی کمک کند (Silverman, 2016). در دنیای امروز که داده‌ها از منابع مختلفی مانند شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌ها و پایگاه‌های داده جمع‌آوری می‌شوند، تحلیل محتوا اهمیت بیشتری پیدا کرده است (Smith, 2020). این روش پژوهش با پرداختن به مفاهیم، رویکردها و ابزارهای تحلیل محتوا در زمینه‌های مختلف، به پر کردن شکاف‌های موجود در پژوهش‌های پیشین کمک می‌کند. همچنین، با معرفی تغییرات و تحولات تحلیل محتوا در عصر دیجیتال و ارائه راهکارهایی برای بهره‌برداری از این روش در دنیای معاصر، می‌تواند مبنای تصمیم‌گیری‌های کلیدی در حوزه‌های علمی و کاربردی باشد (بابایی و همکاران، ۱۴۰۰). تحلیل محتوا به‌ویژه در دنیای دیجیتال و داده‌های بزرگ، ابزاری حیاتی برای استخراج دانش از انبوه اطلاعات است. درحالی‌که حجم داده‌ها به طور مداوم افزایش می‌یابد، تحلیل محتوا می‌تواند به پژوهشگران کمک کند تا از این داده‌ها بهره‌برداری کنند و بینش‌های معناداری به دست آورند (Smith, 2020).

با توجه به این مزایا و کاربردها، تحلیل محتوا یکی از روش‌های پژوهشی کلیدی در علوم مختلف به‌شمار می‌رود و توانسته است جایگاه خود را به عنوان ابزاری علمی و عملی در پژوهش‌های آکادمیک و کاربردی تثبیت کند.

۳. مراحل تحلیل محتوا

۳-۱. مرحله قبل از تحلیل

(آماده‌سازی و سازمان‌دهی) هدف نهایی تحلیل را باید دقیقاً روشن کرد و سؤال‌ها و فرضیه‌ها باید روشن و دقیق انتخاب شوند. جامعه مورد نظر تعریف عملیاتی شده و برای تعیین جامعه مناسب از دو بعد زمینه موضوع و دوره زمانی استفاده شود. زمینه موضوع باید با سؤالات و اهداف تحقیق رابطه منطقی داشته باشد. به عنوان مثال اگر محقق بخواهد چگونگی انعکاس اخبار ایران و عراق را در مطبوعات مطالعه کند، باید به دوره جنگ برگردد هم دوره زمانی و هم روزنامه‌های مورد نظر آن دوره را مطالعه و بررسی کند.

برخی مطالعات تحلیل محتوا با مقدار محدودی از داده‌ها سروکار دارند؛ از این رو نمونه‌گیری از آنها راحت‌تر انجام می‌شود، اما در برخی مطالعات محقق با حجم وسیع و بزرگی از محتوا مواجه است به همین خاطر از نمونه‌گیری چندمرحله‌ای استفاده می‌شود.

این مرحله شامل مراحل زیر است:

(الف) انتخاب محتوای مرتبط با موضوع تحقیق؛

(ب) بیان اهداف و سؤال‌های تحقیق؛

(ج) بیان ملاک‌هایی که بر اساس آن تفسیر نهایی انجام خواهد شد.

۳-۲. بررسی مواد (پیام): شامل مراحل زیر است:

(الف) انتخاب واحدهای واحد ثبت؛

(ب) انتخاب سیستم شمارش؛

(ج) انتخاب مقوله‌ها.

۳-۳. پردازش نتایج

برای تحلیل محتوا از شاخصه‌ای درصد میانگین مد و میانه و برای تعمیم نتایج از روش‌های آمار استنباطی استفاده می‌شود. چنانچه داده‌ها در سطح مقیاس اسمی جمع‌آوری شده باشند برای تحلیل داده‌ها از آزمون χ^2 (chi square) و اگر داده‌ها در سطح مقیاس فاصله‌ای یا نسبی باشند از آزمون تجزیه و تحلیل واریانس یا ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود.

فرایند اجرای پژوهش تحلیل محتوا



نمودار ۱: فرایند اجرای پژوهش تحلیل محتوا (قاسمی و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۲۷۹)

۱. طراحی پژوهش: بیان مسئله اهداف و سؤالات پژوهش و مشخص کردن نوع کمّی، کیفی یا ترکیبی؛

۲. نمونه‌گیری: نمونه‌گیری با توجه به نوع کمّی کیفی یا ترکیبی و ملاحظات خاصی نمونه‌گیری در روش تحلیل

محتوا

۳. جمع‌آوری داده‌ها: جمع‌آوری داده‌های کیفی یا ترکیبی با توجه به نوع کمّی، کیفی یا ترکیبی و تأکید بر برگه و

دستورالعمل.

الف. کدگذاری

۴. تحلیل یافته‌ها: توجه به نوع داده‌های جمع‌آوری شده کمّی، کیفی یا ترکیبی جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و ارائه پیشنهاد.

۵. بحث و نتیجه‌گیری: جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و ارائه پیشنهاد.

۴. انواع تحلیل محتوا

تحلیل محتوا، یک روش پژوهشی پویا است که در طیف گسترده‌ای از حوزه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. این روش با توجه به ماهیت داده‌ها، ابزارها و اهداف پژوهشی، به شکل‌های گوناگونی انجام می‌شود که هر یک از این شکل‌ها مزایا و محدودیت‌های خاص خود را دارند. در ادامه، به بررسی انواع تحلیل محتوا پرداخته می‌شود.

انواع روش‌های تحلیل محتوا		
کیفی: جمع‌آوری کلامی داده‌ها همراه با کشف معانی بنیادی و پنهان در پیام است.	کمی: جمع‌آوری کمی داده‌ها همراه با تحلیل آماری است. منظور از کمی شکل عددی با مفهوم ریاضی است.	ترکیبی: داده‌ها به صورت کلامی (معنایی) و هم به صورت عددی جمع‌آوری و آماده تحلیل می‌شوند.

شکل ۱: انواع روش‌های تحلیل محتوا (قاسمی و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۲۷۶)

۴-۱. تحلیل محتوای کیفی

این روش به‌ویژه در مواقعی که هدف تحلیل، فهم عمیق‌تر از معنا و تفسیر محتوا است، کاربرد دارد. محققان در این روش به‌جای شمارش کلمات، بر تحلیل ساختار و معنای محتوای موجود تمرکز دارند و ممکن است از تکنیک‌هایی مانند کدگذاری باز، کدگذاری محوری، و کدگذاری انتخابی استفاده کنند، تحلیل محتوای کیفی نیز شامل مراحل نظام‌مند و روشن برای تحلیل داده‌هاست و بعضی از این مراحل با تحلیل محتوای کمی همپوشانی دارند. بر اساس اهداف مطالعه تحلیل محتوای کیفی را می‌توان به مراحل پیاده‌سازی متن، تعریف واحد تحلیل، دستورالعمل کدگذاری، کدگذاری آزمایشی، کدگذاری اصلی، ارزیابی، انسجام، کدگذاری استخراج نتایج از داده‌ها و تحلیل داده و گزارش فرایند داده تقسیم کرد. تحلیل محتوای کیفی به دنبال شناخت پیام‌های پنهان و آشکار بر اساس تفسیر ذهنی است. مضمون‌ها یا تم‌ها یا ایده‌های اصلی متن به‌عنوان محتوای اولیه و اطلاعات زمینه‌ای به‌مثابه محتوای پنهان است. کیفی‌گرایان با دو نقد اساسی سطحی شدن تحلیل و غفلت از محتوای پنهان متون در روش تحلیل محتوای کمی بر رویکرد کیفی آن تأکید دارند. در تحلیل محتوای کیفی پژوهشگر می‌تواند علاوه بر نحوه ادای کلمات یا لحن بیان در ادای واژگان به شرایط روانی فرد نیز توجه کند، در این روش از رویکرد استقرایی برای فهم عمیق موضوع استفاده می‌شود. در مواردی هم از رویکرد قیاسی یا از کل به جزء رسیدن برای تحلیل بر اساس دانش قبلی و هدف مقایسه یا آزمایش یک نظریه استفاده می‌شود (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۶). در انواع تحلیل محتوای کیفی نیز مفاهیم کلیدی وجود دارد که باید آنها را به‌خوبی شناخت و درک کرد، برخی از این مفاهیم به این شرح است:

جدول ۲: روش‌های تحلیل محتوا کیفی (قاسمی و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۲۹۱)

ردیف	انواع	توضیح
۱	تحلیل مقوله‌ای	روش قدیمی و پرکاربرد با برش متن در واحدهای مشخص و طبقه‌بندی در مقوله‌ها بر اساس مشابهت‌ها
۲	تحلیل سنجش	سنجش با زبان فرد و تحلیل بر پایه شناسایی ترکیب‌های بیانی، شناسایی و جداسازی موضوعات، تنظیم و رمزگذاری جملات بیانی، مشخص کردن جهت منفی یا مثبت و شدت آن در طیف ارزشی
۳	تحلیل بیان	تحلیل روی عناصر و ساختارهای صوری بیان از جمله دستور زبان، اشکال کلامی و امثال آن
۴	تحلیل نحوه بیان	تحلیل بر اساس شاخص‌های صوری و شکل محتوا به طور مستقیم
۵	تحلیل گفت‌مان	شناخت و درک عمیق از معناهای نهفته در متون ارتباطی (در یک فصل مستقل معرفی شده)

ملاحظات جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها: در تحلیل محتوای کیفی بر خلاف روش کمی جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها با هم انجام می‌شود. در روش کمی ابتدا داده‌ها جمع‌آوری و سپس با روش‌های آماری تحلیل و در ادامه تفسیر می‌شوند. در روش پژوهش کیفی همراه با جمع‌آوری داده‌ها از روش‌های قیاسی و استقرایی برای تحلیل داده‌ها استفاده می‌شود برای نمونه در متنی بر اساس مقوله اصلی الگوهای یادگیری و زیرمقوله‌های یادگیری شرطی یادگیری کنشگر و یادگیری اجتماعی، مطالعه صورت می‌گیرد. در این شرایط اگر بر اساس زیرمقوله یا واحد تحلیل مطالبی نشانگر مفهوم یادگیری اجتماعی بود، تحلیل با توجه به شناسایی آن جمله در متن محل قرارگیری آن و میزان تأکید مؤلف بر آن انجام می‌شود. اگر با توجه به نظریه یادگیری اجتماعی در هر یک از محورهای و آثار این نوع پیام‌رسانی در ذهن خواننده تحلیل داده شود؛ از استدلال قیاسی و مقایسه با یک نظریه و تحلیل بر اساس آن اقدام شده است. اما اگر با جست‌وجوی متن و میزان جملات تأکیدکننده به تحلیل تأکید بر نظریه یادگیری اجتماعی در محتوای مورد بررسی و برجسته‌سازی آن توسط مؤلف اشاره شود؛ پژوهشگر از استدلال استقرایی و بررسی جزئیاتی برای رسیدن به مفهوم کلی نظریه غالب استفاده کرده است. هسته اصلی تحلیل محتوای کیفی ایجاد مقولات و طبقات با دو روش استقرایی و قیاسی یا ترکیبی از هر دو است. پژوهشگر در انتخاب مقوله‌ها باید به همگرایی یا شباهت معنادار عناصر داخلی هر مقوله و واگرایی با تفاوت آشکار میان دو مقوله توجه داشته باشد.



شکل ۱: انواع روش‌های تحلیل محتوا کیفی (قاسمی و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۲۹۳)

فرایند تجزیه و تحلیل به صورت رفت و برگشت و در دو بعد پنهان و آشکار انجام می‌شود:

جدول ۳: فرایند تجزیه و تحلیل به صورت رفت و برگشت (قاسمی و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۲۷۹)

ردیف	مراحل با رویکردی رفت و برگشت	تجزیه و تحلیل عمیق و پنهان یا چه چیزی خواسته بگوید؟	تجزیه و تحلیل آشکار ساختار یا چه چیزی گفته شده است؟
۱	نظام کدگذاری	استقرایی یا قیاسی	استقرایی یا قیاسی
۲	شناسایی واحدهای متنی	مقایسه با داده‌های اصلی	مقایسه با داده‌های اصلی
۳	بررسی دوباره متن و حذف موارد	متراکم کردن واحدهای معنی	در کنار هم قراردادن موضوعات
۴	گروه‌بندی	یافتن معنای اساسی متن	استفاده از کلمات نزدیک به متن
۵	تبیین یافته‌ها	تفسیر و استنتاج باز	تفسیر و استنتاج باز

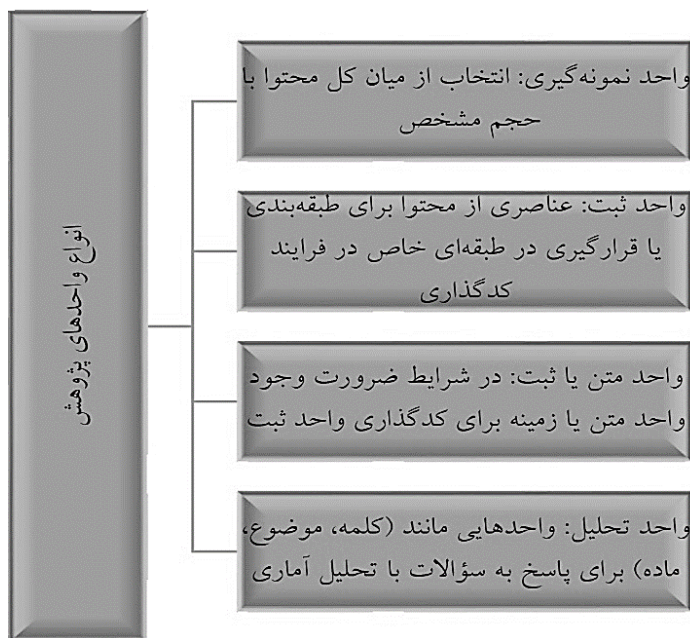
۲-۴. تحلیل محتوای کمی

تحلیل محتوای کمی بر شمارش و اندازه‌گیری داده‌ها تمرکز دارد. در این روش، پژوهشگر تلاش می‌کند الگوهای تکرارشونده را شناسایی کرده و آنها را با استفاده از ابزارهای آماری تجزیه و تحلیل کند. برای مثال، بررسی تعداد دفعات استفاده از کلمات کلیدی در یک متن یا محتوای رسانه‌ای نمونه‌ای از تحلیل محتوای کمی است (حیدری و همکاران، ۱۳۹۶).

جدول ۴: محورهای مهم تحلیل محتوا کمی (قاسمی و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۲۷۹)

ردیف	محورها	توضیح
۱	نظام‌مندی	دارای گام‌های نظام‌مندی چون طرح مسئله بیان و آزمون فرضیه یا سؤال
۲	تکرارپذیری	تأکید بر موضوعات قابلیت اعتماد عینیت عملیاتی کردن متغیرها و مشخص بودن رویه‌های پژوهش
۳	نمادهای ارتباطی	معنی یک نماد می‌تواند از شخصی به شخص دیگر و از فرهنگی به فرهنگ دیگر تغییر کند. نمادهای ارتباط را می‌توان در محتوای مصاحبه‌نامه نشریه کتاب فیلم پوستر نقاشی و امثال آن بررسی کرد.
۴	اندازه‌گیری با عدد و قوانین معتبر	تخصیص یک عدد با مفاهیم اسمی رتبه‌ای با فاصله‌ای به یک ویژگی برای تبدیل محتوا به واحدهای قابل‌شمارش (باهدف تقلیل مجموعه بزرگی از داده‌ها به شکلی قابل کنترل برای پردازش آماری)
۵	توصیف و استنتاج	توصیف ارتباطات و گرفتن نتیجه درباره معنی آن با همان استنتاج است.

برای نمونه‌گیری در تحلیل محتوای کمی، دودسته واحد محتوا و پژوهش مورد توجه قرار می‌گیرد (شریفی و علی‌پور، ۲۰۲۲). واحدهای محتوا عناصری مستقل از پژوهش و اغلب تعریف‌شده به وسیله تولیدکننده محتوا و دارای دو نوع فیزیکی و نمادین هستند (قاسمی و پورعلی، ۲۰۱۹). واحدهای فیزیکی شامل زمان، فضا و تعداد موارد و واحدهای نمادین شامل معنای درون متن است (حسینی، ۲۰۲۱). واحدهای پژوهش اجزایی از محتوا با تعریف و انتخاب پژوهشگر و قابل تقسیم در چهار دسته زیر است (آقایی و محمدی، ۲۰۱۷).



شکل ۲: انواع واحدهای پژوهش (قاسمی و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۲۸۰)

الف. روایی

روایی عبارت است از: درجه‌ای که یک ابزار واقعاً آنچه را که قرار است بسنجد یا برای سنجش آن ساخته شده است، می‌سنجد (آقای و محمدی، ۲۰۱۷). روایی با روش استفاده‌شده در تحلیل محتوا مرتبط است (شریفی و علی‌پور، ۲۰۲۲). روایی یا اعتبار روایی، یعنی رسیدن به همان چیز مورد بررسی یا استنتاج درست بر اساس رویکرد تحلیلی داده‌ها از منابع چندگانه اطلاعات است (قاسمی و پورعلی، ۲۰۱۹). روایی بر توانایی ابزار در اندازه‌گیری موضوع مورد بررسی تأکید دارد (حسینی، ۲۰۲۱). در مجموع، انواع موارد مطرح‌شده در خصوص چگونگی جمع‌آوری داده‌های کمی و کیفی و ابعاد آشکار و پنهان پیام‌ها به نوعی به روایی پژوهش مرتبط است (بهرامی، ۲۰۲۰).

انواع روایی

- محتوا: تغییر متغیرها برای اندازه‌گیری و تعریف آنها و در ادامه مقوله‌بندی با قابلیت اندازه‌گیری متغیر تعریف‌شده؛
- ملاک: همبستگی نمره‌های آزمون با یک ملاک خارجی مرتبط با متغیر مورد سنجش؛
- سازه: تعیین ظرفیت آزمون در میزان اندازه‌گیری سازه نظری یا صفت مورد نظر.

روایی سازه را با سه اقدام می‌توان مشخص کرد:

تحلیل صفت مورد نظر توسط پژوهشگر، توجه به چگونگی ارتباط صفت با متغیرهای دیگر، برگزاری آزمون برای تعیین روابط فرضی برای نمونه استفاده از روش تحلیل عامل تأییدی در رویکرد دیگری به ضرورت وجود اعتبار علمی برای تعمیم یا تفسیر یافته‌ها تأکید می‌شود. این نوع اعتبار شامل دو نوع درونی و بیرونی است. اعتبار درونی بر پژوهش‌های تجربی و روابط علت و معلولی و امکان ترکیب یا نزدیک کردن تحلیل محتوا با سایر روش‌ها مثل پیمایشی تأکید دارد. اعتبار بیرونی نیز توان تعمیم نتایج پژوهش است که روش تحلیل محتوا شرایط خوبی در این نوع اعتبار دارد، اعتبار درونی را می‌توان از طریق نظم زمانی کنترل و همبستگی در ابزار اندازه‌گیری و اعتبار بیرونی را از طریق ماهیت طبقه‌بندی ماهیت محتوا و اعتبار علمی تأمین کرد.

ب. پایایی تحلیل محتوا

تحلیل محتوا در صورتی عینی خواهد بود که اندازه‌گیری و روش‌های آن پایا باشد به این معنا که با تکرار اندازه‌گیری مطالب یا محتوای یک واحد به یافته‌ها یا نتایج مشابهی برسیم. پایایی بین کدگذاران به درجه توافقی بین کدگذاران وقتی که به صورت مستقل یک متن را با دستورالعمل یکسانی کدگذاری می‌کنند اشاره دارد. این پایایی به چند روش محاسبه می‌شود یکی از روش‌ها فرمولی است که توسط هولستی برای تعیین پایایی داده‌های اسمی بر حسب توافقی ارائه شده است.

$$\text{پایایی} = \frac{2M}{N1+N2}$$

M تعداد موارد کدگذاری شده بین دو کدگذار که بین آنها توافق وجود داشته است. N تعداد کلی موارد کدگذاری شده توسط کدگذار اول و دوم.

ج. کاربردها

تحلیل محتوا یکی از روش‌های پژوهشی کلیدی است که در حوزه‌های مختلف علمی و عملی به کار گرفته می‌شود (آقایی و محمدی، ۲۰۱۷). این روش در تحلیل متون نوشتاری، تصویری و حتی شنیداری نقش اساسی دارد (شریفی و علی‌پور، ۲۰۲۲). در نظام‌های آموزشی، کتاب‌های درسی به عنوان منابع اصلی یادگیری مورد تحلیل محتوا قرار می‌گیرند (قاسمی و پورعلی، ۲۰۱۹). این روش برای بررسی تعادل جنسیتی، بازنمایی فرهنگ‌های مختلف و تحلیل مفاهیم کلیدی در محتوای آموزشی استفاده می‌شود (حسینی، ۲۰۲۱). کاربردهای تحلیل محتوا بسیار گسترده و چندوجهی است و می‌تواند به درک عمیق‌تر پیام‌ها، بهبود استراتژی‌های آموزشی و بازاریابی، و حتی اصلاح الگوهای فرهنگی کمک کند (بهرامی، ۲۰۲۰).

در اینجا به برخی از مهم‌ترین کاربردهای آن اشاره می‌شود:

۴-۳. تحلیل رسانه‌ها و ارتباطات جمعی

تحلیل محتوا به‌ویژه در مطالعات ارتباطات و رسانه‌ها کاربرد گسترده‌ای دارد. این روش به تحلیل محتوای رسانه‌ها (مانند روزنامه‌ها، تلویزیون، شبکه‌های اجتماعی و وبسایت‌ها) برای شناسایی الگوهای رفتاری، نگرش‌ها و پیام‌های موجود در آنها کمک می‌کند. این نوع تحلیل می‌تواند به درک نحوه بازتاب موضوعات اجتماعی، سیاسی و فرهنگی در رسانه‌ها کمک کند (بائر و گاسکل، ۲۰۰۰).

۵. بررسی تغییرات فرهنگی و اجتماعی

تحلیل محتوا برای مطالعه روندها و تغییرات فرهنگی و اجتماعی در متون مختلف کاربرد دارد. برای مثال، تحلیل محتوای فیلم‌ها، کتاب‌ها و مقالات می‌تواند تغییرات ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی را در طول زمان نمایان کند (Krippendorff, 2013).

۶. مطالعه نگرش‌ها و افکار عمومی

تحلیل محتوا می‌تواند به شناسایی نگرش‌ها و ترجیحات افکار عمومی در خصوص موضوعات خاص کمک کند. این کار می‌تواند در حوزه‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی انجام گیرد، مانند بررسی واکنش‌های مردم به رویدادهای خاص یا سیاست‌های دولتی (Neuendorf, 2017).

۷. تحلیل داده‌های کیفی در پژوهش‌های روان‌شناسی

در روان‌شناسی، تحلیل محتوا می‌تواند برای بررسی خودبینانگري‌های افراد، همچون مصاحبه‌ها و یادداشت‌های روزانه، به کار رود. این روش به تحلیل و کشف الگوهای رفتاری و احساسی در متون کمک می‌کند (Braun & Clarke, 2006).

۸. تحلیل محتوای آموزشی و تدریس

در حوزه آموزش، تحلیل محتوا می‌تواند به تحلیل متون درسی، برنامه‌های آموزشی و محتوای تدریس برای بررسی کیفیت و کارایی آنها کمک کند. به‌ویژه در ارزیابی چگونگی انتقال اطلاعات و مفاهیم به دانش‌آموزان یا دانشجویان.

۹. تحلیل منابع دینی و فلسفی

در مطالعات دینی و فلسفی، تحلیل محتوا به منظور بررسی متون دینی، آموزه‌ها و تفاسیر مختلف به کار می‌رود. این روش به محققان کمک می‌کند تا ابعاد مختلف مفاهیم دینی و فلسفی را با دقت بیشتری تحلیل کنند (Elo & Kyngäs, 2008).

۱۰. چالش‌ها و محدودیت‌ها

تحلیل محتوا، به‌ویژه در روش‌های کیفی، با چالش‌های خاصی همراه است. یکی از مهم‌ترین چالش‌ها، ویژگی‌های ذهنی و تعصبی محقق است که ممکن است بر نحوه کدگذاری و تفسیر داده‌ها تأثیر بگذارد. همچنین، روش‌های

دستی تحلیل محتوا، به‌ویژه در حجم بالای داده‌ها ممکن است زمان‌بر و پرهزینه باشند. از این رو بسیاری از پژوهشگران به تحلیل محتوای اتوماتیک و استفاده از الگوریتم‌ها و نرم‌افزارهای پیشرفته روی آورده‌اند که می‌تواند سرعت و دقت تحلیل را افزایش دهد (Brennen, 2013). در این بخش چالش‌های مهم این روش مورد بررسی قرار می‌گیرد.

– سوگیری در تحلیل داده‌ها: یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های تحلیل محتوا، سوگیری‌هایی است که ممکن است در فرایند کدگذاری یا تفسیر داده‌ها وارد شود. پژوهشگران ممکن است به طور ناخودآگاه ترجیحات شخصی یا ایدئولوژیک خود را به داده‌ها اعمال کنند که این موضوع می‌تواند نتایج را تحت تأثیر قرار دهد. به عنوان مثال، در تحلیل محتواهای رسانه‌ای، تحلیلگر ممکن است به طور عمدی یا غیرعمدی توجه بیشتری به پیام‌های خاصی داشته باشد و پیام‌های دیگر را نادیده بگیرد (حسینی، ۲۰۲۱).

– حجم زیاد داده‌ها: با گسترش دنیای دیجیتال و تولید حجم وسیعی از اطلاعات، تحلیل محتوا با حجم زیادی از داده‌های متنی، تصویری و ویدئویی روبه‌روست. تحلیل این حجم از داده‌ها می‌تواند زمان‌بر و دشوار باشد. علاوه بر این، داده‌های خام ممکن است نیاز به پردازش و سازمان‌دهی بیشتری داشته باشند تا بتوانند برای تحلیل مناسب شوند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۷).

برای مثال، در تحلیل محتوای شبکه‌های اجتماعی مانند توییتر یا اینستاگرام، حجم بالای پست‌ها و نظرات ممکن است تحلیلگران را با چالش‌های زیادی روبه‌رو کند.

– محدودیت در تعمیم نتایج: تحلیل محتوا معمولاً به بررسی یک مجموعه خاص از داده‌ها محدود می‌شود و این موضوع می‌تواند به محدود شدن قابلیت تعمیم نتایج پژوهش به سایر جوامع یا زمینه‌ها منجر شود. به عنوان مثال، تحلیل محتوای کتاب‌های درسی در یک کشور خاص ممکن است نتایج خاصی برای آن جامعه ارائه دهد که قابل تعمیم به جوامع دیگر نباشد (محمودی، ۱۳۹۹).

– راهکار: برای رفع این محدودیت، پژوهشگران باید نمونه‌برداری تصادفی و نمایندگی از گروه‌های مختلف جامعه را در نظر بگیرند و از تحلیل‌های مقایسه‌ای بین جوامع مختلف استفاده کنند.

– کمبود استانداردهای دقیق برای کدگذاری: یکی از محدودیت‌های تحلیل محتوا، کمبود استانداردهای دقیق برای کدگذاری داده‌ها است. کدگذاری به عنوان فرایند طبقه‌بندی و سازمان‌دهی داده‌ها می‌تواند به طور ذهنی و بسته به ترجیحات پژوهشگر انجام شود. این مسئله می‌تواند منجر به نتایج متناقض در مطالعات مختلف شود (آزادی، ۱۳۹۸).

– راهکار: برای رفع این مشکل، پژوهشگران باید از راهنماها و دستورالعمل‌های استاندارد شده برای کدگذاری استفاده کنند و در صورت امکان، چند تحلیلگر را برای انجام فرایند کدگذاری به طور مستقل و مقایسه نتایج به کار گیرند و از مقایسه نتایج کار ایشان، به جمع‌بندی برسند.

- محدودیت در تحلیل محتوای دیجیتال: محتوای تولیدشده توسط کاربران نوعی داده است که معمولاً به صورت متن، تصویر و ویدئو ارائه می‌شود. این محتوا از سوی افراد عادی تولید می‌شود و لزوماً قالبی استاندارد ندارد. از این رو توزیع کیفیت این محتوا از بسیار بالا تا بسیار پایین متغیر است؛ زیرا داده‌های تولیدشده در رسانه‌های اجتماعی ذاتاً مبهم و بدون ساختار هستند. این داده‌ها ممکن است شامل نظرات شخصی، رفتارها و افکار کاربران باشند و به همین دلیل، استخراج اطلاعات باکیفیت از میان آنها به طور فزاینده‌ای اهمیت پیدا می‌کند (Abdul Ghani et al., 2018).

- راهکار: استفاده از نرم‌افزارهای پیشرفته تحلیل محتوا مانند Nvivo، AXQDA و همچنین یادگیری ماشین و هوش مصنوعی می‌تواند به پژوهشگران کمک کند تا این چالش‌ها را برطرف کنند و تحلیل‌های پیچیده‌تری ارائه دهند.

نتیجه‌گیری

تجزیه و تحلیل محتوا به عنوان یک سنگ بنا در قلمرو تحقیقات کمی و کیفی پدیدار شده است و ابزار همه‌کاره‌ای را برای کشف الگوها و معانی پنهان در داده‌های متنی در اختیار محققان قرار می‌دهد (آقایی و محمدی، ۲۰۱۷). کاربرد آن طیف گسترده‌ای از رشته‌ها، از علوم انسانی تا علوم اجتماعی را دربر می‌گیرد (شریفی و علی‌پور، ۲۰۲۲). درحالی‌که چالش‌هایی مانند قابلیت اطمینان بین کدگذار و تکامل سریع داده‌های دیجیتال همچنان وجود دارد (حسینی، ۲۰۲۱). با بررسی سیستماتیک محتوا، محققان می‌توانند پیچیدگی‌های ارتباطات انسانی، تفاوت‌های ظریف فرهنگی و پدیده‌های اجتماعی را بررسی کنند (قاسمی و پورعلی، ۲۰۱۹). همان‌طور که ما در دنیایی به طور فزاینده‌ای به هم پیوسته حرکت می‌کنیم، تحلیل محتوا بینش‌های ارزشمندی را در مورد پویایی انتشار اطلاعات، ساخت هویت‌های اجتماعی و تکامل هنجارهای فرهنگی ارائه می‌دهد (بهرامی، ۲۰۲۰). ادغام فناوری‌های پیشرفته، مانند یادگیری ماشینی و پردازش زبان طبیعی، می‌تواند انقلابی در تجزیه و تحلیل محتوا ایجاد کند و محققان را قادر می‌سازد تا حجم عظیمی از داده‌ها را با کارآمدتر و دقیق‌تر تجزیه و تحلیل کنند (حسینی، ۲۰۲۰). در نهایت، تحلیل محتوا به عنوان پلی بین علوم انسانی و علوم اجتماعی عمل می‌کند، همکاری‌های بین‌رشته‌ای را تسهیل می‌کند و درک جامع‌تری از جامعه بشری را تقویت می‌کند (شایگان، ۲۰۱۹).

منابع

- آزادی، محمدحسین و نیک‌گو، سعید (۱۳۹۸). جاب فیلتر و شخصی‌سازی اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی. *رسانه*، ۳۰ (۴)، ۱۲۸-۳۰.
- آقایی، ناصر و محمدی، بهرام (۲۰۱۷). تحلیل محتوای رسانه‌ها در ایران: چالش‌ها و فرصت‌ها. *مطالعات رسانه‌ای ایران*، ۳۱ (۵)، ۱۴۰-۱۵۷.
- بابایی، مظهر و همکاران (۱۴۰۰). تحلیل محتوای نقادانه «اقدام‌پژوهی‌های کشوری» در حوزه‌های درسی و رفتاری دانش‌آموزان به‌مثابه یک روش آموزش (از چهار ساحت: ساختاری، نگارشی، روش‌شناسی و محتوایی). *تدریس‌پژوهی*، ۹ (۲)، ۱-۲۸.
- بهرامی، سهیلا (۲۰۲۰). روش‌شناسی تحلیل محتوا در پژوهش‌های کیفی. *پژوهش‌های اجتماعی*، ۱۲ (۱)، ۱۲۰-۱۳۵.
- حسینی، فاطمه (۲۰۲۰). تحلیل محتوا در شبکه‌های اجتماعی: از متن تا تحلیل داده‌های بزرگ. *فناوری اطلاعات*، ۲۲ (۲)، ۱۲۱-۱۳۵.
- حسینی، زهرا (۲۰۲۱). کاربرد تحلیل محتوا در رسانه‌های اجتماعی. *پژوهش‌های رسانه*، ۱۷ (۳)، ۸۹-۱۰۲.
- حیدری، غلامرضا و همکاران (۱۳۹۶). جایگاه اجتماعی رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی در نظر کتابداران شاغل در کتابخانه‌های شهر اهواز. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی (پیام کتابخانه سابق)*، ۲۳ (۲)، ۲۱۹-۲۳۶.
- رضایی، مریم و همکاران (۱۳۹۷). تحلیل محتوای کتاب‌های علوم اجتماعی دوره ابتدایی براساس رویکرد زمینه‌محور. *پژوهش در برنامه‌ریزی درسی*، ۱۵ (۵۸)، ۱۳۵-۱۳۳.
- شایگان، جعفر (۲۰۱۹). بررسی تحولات روش‌شناسی تحلیل محتوا در مطالعات فرهنگی. *تحقیقاتی علوم انسانی*، ۲۸ (۵)، ۱۲۰-۱۳۳.
- شریفی، مهدی و علی‌پور، عادل (۲۰۲۲). تحلیل محتوا در مطالعات اجتماعی: رویکردها و چالش‌ها. *مطالعات اجتماعی ایران*، ۱۸ (۳)، ۴۵-۶۷.
- قاسمی، جعفر و پورعلی، رضا (۲۰۱۹). تحلیل محتوای کمی در تحقیقات علوم انسانی. *مقالات علوم انسانی*، ۲۲ (۴)، ۵۶-۷۳.
- قاسمی، حمید و همکاران (۱۴۰۲). مرجع پژوهش. تهران: اندیشه‌آرا.
- محمودی، سیروس (۱۳۹۹). تحلیل محتوای کتاب‌های درسی دوره متوسطه دوم رشته علوم انسانی از نظر توجه به سواد فناورانه. *پژوهش‌های کیفی در برنامه درسی*.
- Abdul Ghani, N., Hamid, S., Hashem, I. A. T., & Ahmed, E. (2018). *Big social media data analytics: A survey*. Computers in Human Behavior. Advance online publication.
- Bauer, M. W. , & Gaskell, G. (2000). *Qualitative researching with text, image and sound: A practical handbook*. SAGE Publications.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Glencoe: Free Press.
- Braun, V. , & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Brennen, B. S. (2013). *Qualitative Research Methods for Media Studies*. Routledge.
- Elo, S. , & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107-115.
- Holsti, O. R. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Hsieh, H. F. , & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288.
- Krippendorff, K. (2013). *Content analysis: An introduction to its methodology* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Sage Publications.
- Lasswell, H. D. (1927). *Propaganda Technique in the World War*. New York: Alfred A. Knopf.
- Neuendorf, K. A. (2017). *The Content Analysis Guidebook* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Silverman, D. (2016). *Qualitative Research*. SAGE Publications.