

Introducing the Method of "Qualitative Content Analysis" and an Example of its Application in "Qur'an-Based Psychology"

Mohammad Kaviani (Associate Professor, Department of Psychology, Research Institute of Behavioral Sciences, Research Institute of Hawzeh and University, Qom, Iran, m_kaviani@rihu.ac.ir)

ARTICLE INFO

Article History

Received: 2022/08/17

Accepted: 2023/03/29

Key Words:

Qualitative Content Analysis,
Quran based Studies,
Motivation Model,
Islamic Psychology,
Quran Based Psychology

ABSTRACT

The current research aimed to introduce the research method of "qualitative content analysis" and to implement and report an example of its application in "Qur'an-based psychology"; The question of the research was whether the "qualitative content analysis" research method can be used in Quran-based psychology studies or not? To answer this question, first, using specialized methodology texts (books & software), the definition, characteristics, advantages, and concepts related to this method were explained in detail; Then, psychological research was conducted on the topic of "Qur'an-based motivation model" using this method and its different stages; Some of the achievements of the research were that: 1. The method of qualitative content analysis can be used in Quranic studies; 2. The Quran-based motivation model was extracted and introduced in three contents: "causal", "structural" and "consequence". 3. This model has several differences and similarities with the "Motivation Model in Contemporary Psychology".

روایی روش «تحلیل محتوای کیفی» در روان‌شناسی قرآن‌بنیان (مورد مطالعه: مدل انگیزش قرآن‌بنیان)

محمد کاویانی (دانشیار، گروه روانشناسی، پژوهشکده علوم رفتاری، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم، ایران m_kavyani@rihu.ac.ir)

چکیده

هدف این پژوهش معرفی کاربرد و اعتبار روش تحلیل محتوای کیفی در مطالعات «روان‌شناسی قرآنی» و ارائه یک نمونه از کاربردهای آن در «روان‌شناسی قرآن‌بنیان» است؛ سؤال تحقیق عبارت بود از اینکه آیا روش پژوهش «تحلیل محتوای کیفی» در مطالعات روان‌شناسی قرآن‌بنیان از قابلیت کاربرد و اعتبار روش شناختی برخوردار است؟ برای پاسخ به این سؤال، افزون بر تبیین ویژگی‌ها، مزایا و مفاهیم مرتبط با این روش و با اشاره به قابلیت و روایی کاربردهای آن در مطالعات قرآنی یک پژوهش روان‌شناختی با موضوع «مدل انگیزش قرآن‌بنیان» نیز ارائه شد. در این تحقیق ضمن ارائه مدلی در سه محتوای علی، ساختاری و پیامدی، تفاوت‌ها و تشابه‌های آن با «مدل انگیزش در روان‌شناسی معاصر» تبیین شد؛ همچنین به جزئیاتی از روش «تحلیل محتوای کیفی» توجه می‌شود که در کاربردهای آن در موضوعات قرآن‌بنیان نیاز به توجه و توضیح ویژه دارد.

اطلاعات مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۲۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۱/۰۹

واژگان کلیدی:

تحلیل محتوای کیفی،
مطالعات قرآن‌بنیان،
مدل انگیزش،
روان‌شناسی اسلامی،
روان‌شناسی قرآن‌بنیان

مقدمه

قرآن در مباحث «فقه الحدیث» نیز به محققان کمک کند. پژوهش‌هایی که با این روش انجام می‌شود، قابلیت‌های آن برای فهم و نقد احادیث را نیز نشان می‌دهد (جان‌پور، ۱۳۹۶). پس از جمع‌آوری کلیه احادیث یک امام (علیه السلام) یا یک موضوع خاص و اعتبارسنجی آنها، فرایند «تحلیل محتوا» و تبدیل جملات به گزاره‌ها و مضامین و استخراج موضوعات اصلی و فرعی آغاز می‌شود. جان‌پور در یک پژوهش حدیثی مراحل یافتن مقولات و نتیجه‌نهایی آن را بیان می‌کند.^۴ تحلیل محتوای کیفی را می‌توان روش تحقیقی برای تفسیر ذهنی محتوایی داده‌های متنی از راه فرایندهای طبقه‌بندی نظام‌مند دانست. این روش دو فرایند عام دارد که عبارتند از: «واحدبندی متن (تجزیه)» و «مقوله‌بندی آن واحدها (ترکیب)»؛ در واحدبندی، متن مورد تحلیل به سطوح کوچک‌تری تقسیم و سپس برای هر سطح «واحدی» تعریف می‌شود (کیوی و همکاران، ۱۳۸۱). در کاربست این روش در روان‌شناسی قرآن‌بنیان در موضوع «مدل انگیزش قرآن‌بنیان»، قرآن به سطوح کوچک‌تر خود، یعنی آیات شریفه یا چند آیه در کنار هم با توجه به بافت متن تقسیم شد.

پیشینه

«تحلیل محتوای متن» تاریخچه بسیار قدیمی دارد (باردن، ۱۳۷۵)؛ لاسول عمده‌ترین کاربرد تحلیل محتوا را مطالعه «ارتباطات» به منظور پاسخ دادن به این پرسش قدیمی تحقیق در «ارتباطات» می‌داند که «چه کسی؟ چه چیزی را؟ به چه کسی؟ چرا؟ چگونه؟ و با چه تأثیری؟» (کیوی و همکاران، ۱۳۸۱). در دهه گذشته آثار فراوانی به روش «تحلیل محتوای کیفی» درباره موضوعات و مسائل قرآن کریم منتشر شده که با مسئله اصلی این

«تحلیل محتوای کیفی» به‌مثابه یکی از چند روش کیفی در تحلیل داده‌های متنی از جمله روش‌های تحقیقی می‌باشد که در حوزه «علوم انسانی» و به‌ویژه در مورد زیررشته‌های «علوم سیاسی» و «علوم اجتماعی» کاربرد دارد (میرزایی، ۱۳۹۶، ص ۱۱۱۷)؛ این روش در معنای عام خود، عهده‌دار دو وظیفه مهم است: ۱. سنجش اطلاعات کمی؛ ۲. راهیابی جهت ورود به حوزه تحقیقات کیفی. باردن در کتاب تحلیل محتوا اشاره می‌کند که «تحلیل محتوا» درباره متنی معنا می‌یابد که برای انتقال پیام‌ها و مفاهیم معینی نوشته شده و دارای ماهیتی مشخص باشد (باردن، ۱۳۷۵). این ویژگی در قرآن و پیام آن وجود دارد. تحلیل محتوای کمی انواع پیام‌های مندرج در آثار ادبی، روزنامه‌ها، اسناد رسمی، خطابه‌ها، اعلامیه‌های سیاسی، گزارش‌های اجتماعات، برنامه‌های شنیداری و دیداری، مصاحبه و... را تحلیل کمی می‌کند؛ اما تحلیل محتوای کیفی روشی مناسب برای پاسخگویی به سؤالات درون و پیرامون محتوای یک پیام است. این روش کیفی مبتنی بر پارادایم تفسیری است.^۱ مطالعات قرآنی در پارادایم اثبات‌گرا انجام نمی‌شود، چون مسیر مشاهده و تجربه را اصل قرار نمی‌دهد؛ با پارادایم تفسیری تناسب دارد، چون کاملاً مرتبط با معناست و به جای روش تبیینی مبتنی بر روش تفهیمی است (رفیع‌پور، ۱۳۶۰). رویکرد تفسیری و هرمنوتیکی در این نکته اتفاق نظر دارند که فرایند دانش بدان‌گونه که اثبات‌گرایان گمان می‌کنند، نمی‌تواند عینی باشد؛ اما در یک موضع نیز با هم وفاق ندارند: از منظر تفسیرگرا معنا وجود دارد و برای فهم آن باید فاعل شناسا تلاش کند، در حالی که از منظر هرمنوتیک معنا بیشتر از سوی فاعل شناسا آفریده می‌شود (وولف، ۱۹۹۷)؛

محقق در تحلیل محتوای کیفی درصدد استخراج معنا از متن با قواعد و اصولی ویژه است.^۲ چنین تحلیلی در یک رهیافت متنی از داده‌های آشکار و پنهان صورت می‌گیرد (طیبی ابوالحسنی، ۱۳۹۸). این روش می‌تواند به‌عنوان ابزاری جدید،^۳ افزون بر متن

۱. رویکرد تفسیری به پژوهشگر اجازه می‌دهد که کنش اجتماعی و فعالیت انسانی را به‌عنوان یک متن و مجموعه‌ای از نمادها یا معانی خاص ببیند. پژوهشگرانی که گرایش تفسیری بیشتری دارند، اطلاعات را با این روش سازمان‌دهی و تجزیه می‌کنند (سفیری، ۱۴۰۰، ص ۲۶۴).
۲. این قواعد می‌تواند همان قواعد تفسیری مورد استفاده مفسران شیعی باشد.
۳. این روش در مطالعات قرآنی نسبت به «محتوای قرآن» از مقوله «ابزار» دانسته

می‌شود؛ اگرچه شاید نسبت به ابزارهایی مثل مکس کیودا از محتوا به شمار رود؛ منظور این است که شرایط و ویژگی‌های کاربست آن به‌گونه‌ای تنظیم می‌شود که هیچ راه نفوذ و دخل و تصرفی در محتوای قرآنی برای آن باقی نمی‌ماند؛ به عبارت دیگر نسبت به محتوای قرآن کاملاً امانت‌دار خواهد بود.

۴. آن مراحل این گونه است: ۱. تجمع کلیه احادیث یک امام یا یک موضوع در نرم‌افزار و تفکیک آنها براساس مخاطب یا موضوع؛ ۲. بررسی کامل محتوای هر حدیث جهت یافتن موضوع اصلی آن؛ ۳. بررسی کامل عناصر تشکیل‌دهنده هر حدیث جهت یافتن موضوعات فرعی آن؛ ۴. استخراج اطلاعات آماری از موضوعات اصلی احادیث در قالب نمودار؛ ۵. استخراج اطلاعات آماری از موضوعات فرعی هر دسته در قالب نمودار؛ ۶. تحلیل کیفی احادیث هر دسته براساس اطلاعات آماری حاصل شده.

پژوهش براساس اطلاعات و مراحل مشخص شده، پژوهشی در موضوع «مدل انگیزش قرآن بنیان» انجام و گزارش شده است. برنارد لاسول تحلیل محتوا را شیوه‌ای پژوهشی دانست که برای تشریح عینی، منظم و کمی محتوای آشکار پیام‌های ارتباطی به کار می‌رود. تعریف‌های «روش تحلیل محتوا» به مرور زمان با توسعه فنون و به‌کارگیری ابزارهای موجود برای مطالعه مسائل جدید دچار تغییر گردید؛ برای مثال گفته شد: تحلیل محتوا عبارت است از طبقه‌بندی عنصرهای متن مورد تحلیل در مقوله‌های از پیش تعیین شده. این عنصرها ممکن است از نوع کلمه، جمله پاراگراف، یا متن‌های کامل باشد؛ به‌طورکلی یکی از دسته مسائلی که روش تحلیل محتوا کیفیت می‌تواند به آنها بپردازد، «تحلیل محتوای اسناد» است. در مطالعات قرآنی-روان‌شناختی نیز متن قرآن به‌عنوان یک سند ارتباطی بین «خداوند و پیامبر» یا «خداوند و بندگان» یا «پیامبر و پیروان» در نظر گرفته می‌شود. قرآن متنی است که پیام‌های معینی را در خود دارد. در مطالعات قرآنی بسته به برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری پژوهش، امکان بررسی هریک از عناصر «کلمه»، «جمله»، «پاراگراف»، «متنی کاملی مثل یک سوره» و... می‌باشد. رهیافت‌های موجود در زمینه تحلیل محتوا را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد: ۱. تحلیل محتوای قراردادی؛ ۲. تحلیل محتوای جهت‌دار؛ ۳. تحلیل محتوای تلخیصی-تجمیعی؛ تحلیل محتوا غالباً به‌منظور شناسایی، تحلیل و ضبط محتوای منابع چاپی و غیرچاپی به کار می‌رود. در این روش می‌توان مجموعه‌ای از اسناد یا متون را استخراج، شمارش و طبقه‌بندی کرد (فاضلی، ۱۳۷۶). مطالعات قرآنی-روان‌شناختی ما از نوع تلخیصی-تجمیعی است. تحلیل محتوای قراردادی و جهت‌دار مستلزم دخالت در محتوای موردنظر است و در مطالعات قرآنی چنین دخالتی مجاز نیست؛ اما در تحلیل محتوای تلخیصی-تجمیعی، هیچ دخل و تصرفی در محتوا انجام نمی‌شود و همواره بر امانتداری در محتوا تأکید می‌شود.

در این روش، واژه‌ها به‌عنوان مجموعه‌ای از کمیت‌ها مطالعه می‌شوند و عبارات و گاه حتی جملات و بندها نیز چنین نقشی را می‌یابند. هرگاه تعدادی از واحدها در رده‌ای قرار گیرند که گروه

پژوهش متفاوتند. آخوندی (۱۳۹۳) «جامعه‌شناسی پدیده نفاق در آیات الهی» و «سنخ‌شناسی منافقان در قرآن مجید» را با روش تحلیل محتوای کیفی انجام داده و نتیجه گرفته است که منافقان افرادی دوچهره‌اند و همواره در حال آمدو شد بین ایمان و کفرند. نامور (۱۳۸۹) برای دستیابی به پاسخ پرسش «قرآن مجید به چه مفاهیمی از مفاهیم روان‌شناسی اجتماعی اشاره می‌کند؟»، با روش تحلیل محتوای کیفی آیات قرآن کریم را مورد مطالعه قرار داده و مفاهیم نه‌گانه‌ای در روان‌شناسی اجتماعی را از آن استخراج کرده است. سلیمی (۱۳۹۵) با استفاده از «روش تحلیل محتوای کیفی» پیوند پاره‌فرهنگ‌ها با کجروی و بزه‌دیدگی را با جامعیت و تفصیلی مناسب و به شکلی نظام‌مند در قرآن کریم نشان داده و ۴۳ عامل را از سطوح مختلف، تحلیل و تلفیق کرده است. احمدزاده (۱۳۹۸) «چیستی ایمان در قرآن کریم» را به روش تحلیل محتوای کیفی انجام داده است. شیوه تفکر و پژوهش «تحلیل محتوا» به تدریج تغییر یافت و بخش‌هایی از آن اصلاح و بازبینی شد (قاندی و گلشنی، ۱۳۹۵). در میانه‌های قرن بیستم به تحلیل‌های سطحی که بدون در نظر گرفتن «محتوای پنهان تحلیل» انجام می‌شد، ایراداتی وارد شد. از آن زمان بود که رویکردهای کیفی تحلیل محتوا در پژوهش‌های قرآنی و حدیثی نیز گسترش یافت.

ایمان (۱۳۸۸) نیز پس از بررسی و به‌کارگیری این روش در متون دینی تصریح می‌کند که تحلیل محتوای کیفی را می‌توان روشی پژوهشی برای تفسیر ذهنی محتوای داده‌های متنی از راه فرایندهای طبقه‌بندی نظام‌مند کدبندی یا طراحی الگوهای شناخته شده دانست.

یافته‌های پژوهش

با بررسی تفصیلی در متون روش‌های پژوهش کیفی، نخست این روش به‌طور مختصر معرفی و در بحث‌های مختلف، کاربست آن در متون دینی از جمله قرآن و روایات بررسی شد؛ از آنجاکه کاربرد روش «تحلیل محتوای کیفی» در متون دینی با روش کیفی «تحلیل مضمون» در متون دینی تشابه‌هایی دارد، برای تفکیک این دو روش به تفاوت‌های آن دو با یکدیگر نیز اشاره‌ای شد.

دلالت بر انگیزش دارند، بلکه به معنای واژه‌ها یا بافت آیات قرآن و مقدار تأکید و مقدار هماهنگی تمسک می‌کنیم که در معنای آنها با یکدیگر وجود دارد.

برای تحلیل محتوای کیفی چند شرط کلی مطرح است که آن شرایط همه در مطالعات «روان‌شناسی قرآن‌بنیان» جریان دارد:

الف) تعیین چارچوب تئوریک: محقق باید براساس چارچوب تئوریکی که دارد، فرضیه‌ها و متغیرهایش را مشخص سازد؛ [چارچوب تئوریک در روان‌شناسی قرآن‌بنیان باورهای است که پژوهشگر نسبت به قرآن دارد؛ سند آن قطعی است، دلالت آن باید با تفاسیر و روایات هماهنگ باشد، برای فهم قرآن، قوانین و اصولی که مفسران لازم دانسته‌اند، باید رعایت شوند و...].

ب) نمونه‌گیری: محقق به اقتضای مسئله مورد بررسی، متن‌هایی را گردآوری می‌کند که در آنها بتوان مسئله را به گونه‌ای قابل تعمیم تحلیل کرد؛ [جامعه آماری پژوهش حاضر عبارت است از تمام آیات شریفه قرآن و نمونه مورد بررسی تمام معانی آشکار یا پنهانی می‌باشد که در باب مسئله مورد پژوهش، یعنی «مدل انگیزش قرآن بنیان» در قرآن آمده است].

ج) واحد محتوا: این واحدها می‌توانند لغات، جملات، سرمقاله‌ها... باشند که محقق آنها را بررسی و طبقه‌بندی می‌کند (هولستی، ۱۳۸۳؛ یان ژانگ و باربارا، ۲۰۰۵، ص ۲). [واحد محتوا در پژوهشی از نوعی «روان‌شناسی قرآن بنیان» ممکن است «یک آیه»، بخشی از یک آیه، «چند آیه در کنار هم»، «یک واژه خاص»، «جایگاه و کیفیت قرار گرفتن آن واژه» یا «بافت معناشناختی چند آیه مرتبط به هم» یا حتی «کلیت یک قصه قرآنی» و... باشد].

د) یکی از مهم‌ترین خصایص تحلیل محتوا، کاربرد کلی و عام آن است؛ به‌ویژه در عصر حاضر که استفاده از کامپیوتر و در دسترس بودن آن موجب شده است که کاربرد این روش بسیار آسان‌تر از گذشته باشد. این روش را می‌توان در انواع موارد کلامی به کار بست (کرلینجر، ۱۳۸۲). [استفاده از کامپیوتر و نرم‌افزارهای فراوان ساخته شده در مطالعات قرآنی نیز تأثیر بسزایی داشته است؛ ولی باید همواره توجه داشت که نرم‌افزارها و حتی روش‌های کیفی

همگنی را تشکیل دهند، آن گروه را مقوله می‌نامند. مقوله‌بندی در تحلیل محتوای کیفی اهمیت فراوان دارد و محقق را قادر می‌سازد تا هر مفهوم و نماینده آن را مشخص کند (باردن، ۱۳۷۵). در مطالعات قرآنی این واحدهای همگن عبارتند از آیات شریفه یا قسمتی از آیات که به نوعی به موضوع پژوهش مربوط می‌شوند؛ مثلاً در این کار بست به انگیزش مرتبط هستند که سرانجام به مقوله‌هایی چون «عوامل انگیزش»، «انواع انگیزش»، «جهت و شدت انگیزش» و... می‌پردازند و هر کدام یک مقوله را تشکیل می‌دهند.

اگرچه تحلیل محتوا در گام‌های نخست، صرفاً برای توصیف پیام‌های ارتباطی به کار می‌رفت، اما در فرایند رشد خود، بدان پایه رسیده است که در آن با اندازه‌گیری همبستگی متغیرهای نهفته در متن می‌توان به پرسش‌های تحقیق در زمینه‌های مختلف پاسخ داد (هولستی، ۱۳۸۳)؛ برای مثال در مباحث «انگیزش قرآن بنیان» می‌توان «همبستگی» یا «استقلال» مقولاتی مثل «انواع انگیزش» و «شدت انگیزش» را به دست آورد.

معمولاً تحلیل محتوا به دو دسته کلی روش «کمی» و «کیفی» تقسیم می‌شود. در روان‌شناسی قرآن‌بنیان با تحلیل محتوای کمی کار نمی‌کنیم، چون در آیات شریفه قرآن، معانی و محتواهای آیات و واژه‌ها مورد تأکید است؛ فراوانی و تکرار یک واژه تعیین‌کننده هدف خداوند متعال نیست، بلکه گاهی یک واژه با یک بار به کار رفتن (مثل شاکله) آن چنان مفهوم عمیق و گسترده‌ای ارائه می‌کند که باید بسیاری از آیات دیگر را در تفسیر آن یک واژه به کار گیریم. در تحلیل محتوای کیفی، نحوه و محل قرار گرفتن واحدهای معنا (کدهای استخراج شده)، اهمیت بیشتری از فراوانی واحدهای معنا دارد؛^۱ موضوع «تحلیل محتوای کیفی» می‌تواند تمام انواع ارتباطات ثبت شده در دست‌نوشته‌های مصاحبه، گفتمان، مشاهده‌ها، مستندها و... باشد؛ مثلاً در بحث انگیزش از روان‌شناسی قرآن بنیان به واژه‌هایی توجه نمی‌کنیم که

۱. مثلاً در آیه شریفه «وَتَاللَّهِ لَأَكِيدَنَّ أَصْنَانَكُمْ بَعْدَ أَنْ تُولُوا مُدْبِرِينَ» (انبیاء، ۵۷) یک مطلب با انواع تأکید بیان شده است؛ قسم در ابتدا آمده و با جمله اسمیه بیان شده است، لام تأکید در ابتدا و نون تأکید در انتها آمده است. این تأکیدها در مقوله‌بندی در روش کیفی مورد توجه قرار می‌گیرد؛ درحالی که در روش کمی و در شمارش واحدهای مورد بحث شاید تنها یک مورد به شمار رود.

۳. واحدهای پژوهش: واحدهایی هستند که برای انجام یک پژوهش از نوع تحلیل محتوا باید مشخص شوند؛ این واحدها جزئی از محتواهای موجود در متن می‌باشند که از سوی پژوهشگر انتخاب و تعریف می‌شوند. «واحدهای پژوهش» در چهار دسته نمونه‌گیری، ثبت، متن یا زمینه و تحلیل قرار می‌گیرند.

۴. واحدهای نمونه‌گیری؛ واحدهایی هستند که از میان کل محتوای مورد مطالعه انتخاب می‌شوند؛ جامعه آماری این پژوهش، کل قرآن کریم است؛ [واحد نمونه‌گیری در این پژوهش عبارت است از محتواهای قرآنی مرتبط با انگیزش؛ قرآن در مورد صدها مفهوم دیگر نیز محتوا دارد، اما در این پژوهش تنها محتواهای مربوط به انگیزش بررسی می‌شود].

۵. واحدهای ثبت؛ عناصری از محتوا است که در فرایند کدگذاری، شمارش و طبقه‌بندی می‌شوند؛ برای مثال در مطالعات قرآنی-روان‌شناختی کدهای تنظیم شده در بحث انگیزش «واحد ثبت» هستند؛ محقق باید اطلاعات لازم را در مورد «واحدهای ثبت» داشته باشد و وارد پژوهش شود. [در پژوهش حاضر واحدهای ثبت عبارتند از: عوامل بازدارنده، عوامل وادارنده، محتواهای شناختی انگیزش، محتواهای عاطفی یا رفتاری انگیزش؛ انگیزه‌های فردی، انگیزه‌های خانوادگی، انگیزه‌های اجتماعی و...؛ پژوهشگر این محتواها را در متن قرآن جستجو و ثبت می‌کند].

۶. واحد متن یا زمینه؛ در بیشتر موارد یک «واحد ثبت» را نمی‌توان بریده از متن یا زمینه‌اش بررسی کرد؛ وقتی به آن بافت توجه می‌کنیم، از «واحد متن» استفاده کرده‌ایم؛ [واحد متن در مطالعات قرآنی-روان‌شناختی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، چون این مطالعات منحصر به آیات قرآن به صورت منفرد نمی‌شود، بلکه اموری مانند آیات قبل و بعد، شأن نزول، رابطه‌های مجاورت، جانشینی، تقابل به‌طور دقیق مورد توجه قرار می‌گیرند].

۷. واحد تحلیل؛ این واحد در «تحلیل محتوای کمی» واحدی است که به لحاظ آماری تحلیل می‌شود مانند کلمه، نماد و...، اما در «تحلیل محتوای کیفی» واحد تحلیل عبارت از مقوله یا مفهیمی است که از آن کلمات یا نمادها فهمیده می‌شوند. یک

نیز از حدّ یک ابزار فراتر عمل نکنند؛ به عبارت دیگر با بهره‌گیری از این ابزارها و نرم‌افزارها، چیزی از محتوای قرآن کاسته یا بر آن افزوده نشود؛ به نظر چنانچه پژوهشگران قرآنی توجه، دقت و مواظبت لازم را داشته باشند، این امر حاصل شود].

شبهات‌هایی که بین «تحلیل محتوا» و «تحلیل مضمون» وجود دارد؛ موجب شده است که بعضی افراد به تفاوت‌های آنها توجه نکنند و آن دو را یک روش بدانند؛ اگرچه هر دو روش در «روان‌شناسی قرآن‌بنیان» کاربرد دارند، اما مورد کاربرد آنها متفاوت است، پس باید به تفاوت‌های آنها توجه شود، چون «طرح مسئله» و «نتایج» حاصل از هر کدام متفاوت خواهند بود. این دو روش در اقدامات اولیه‌ای مثل انتخاب موضوع، بیان هدف، تبیین مسئله، انتخاب طرح پژوهش، مشخص کردن قلمرو مورد نظر، آماده‌سازی ابزار، بازنگری اسناد و یادداشت‌برداری مشترک هستند.

برای استفاده از روش «تحلیل محتوای کیفی» در پژوهش‌های «روان‌شناسی قرآن‌بنیان» باید به مفاهیم موجود در آن، توجه دقیق شود. بعضی از این مفاهیم عبارت‌اند از:

۱. واحدبندی متن (تجزیه): براساس دو فرایند عامّ این روش، یعنی واحدبندی (تجزیه) و مقوله‌بندی (ترکیب)؛ نخست متن مورد تحلیل به سطوح خرد تقسیم می‌شود و سپس برای هر سطح، واحدی تعریف می‌شود (یوسف‌زاده و معروفی، ۱۳۸۸، ص ۱۳۶) [در پژوهش‌های روان‌شناسی قرآن‌بنیان می‌توانیم قرآن را به آیه‌های منفرد مرتبط، مجموعه آیاتی در کنار هم یا بافت کلی یک قسمت از قرآن تجزیه کرد].

۲. مقوله‌بندی متن (ترکیب): عبارت است از طبقه‌بندی عناصر اساسی واحدهای متن که شناسایی و تشخیص تفاوت‌های بین آنها و سپس گروه‌بندی دوباره آنها براساس معیارهای تعیین شده پیشین از جمله مقوله‌بندی پیشنهادی و فرضی اولیه بنابر نوع عناصر انجام شده است (فاضلی، ۱۳۷۶). یکی از نقاط عطف و مهم در مطالعات قرآنی در این روش، عبارت از همین معیارهای از پیش تعیین شده است که محقق در مقوله‌بندی به‌کار می‌گیرد. این معیارها دقیقاً همان قوانین و قواعدی می‌باشند که معمولاً در علوم قرآن و تفسیر قرآن می‌آموزیم.

واحد‌های تحلیل (مقوله‌ها)؛ د) ترسیم شبکه مقوله‌ها؛ ه) تحلیل شبکه مقوله‌ها؛ و) تدوین گزارش و تفسیر نتایج. این مراحل را ضمن کاربست این روش در یک پژوهش قرآن‌بنیان درباره «مدل قرآنی انگیزش» توضیح می‌دهیم.

مرحله اول: آشنایی با محتوای اولیه

پژوهشگر به هنگام شروع تحلیل محتوا، نخست به جمع‌آوری و مکتوب کردن داده‌ها و ایده‌های اولیه اقدام می‌کند. پژوهشگر باید با مسئله یا موضوعی که می‌خواهد آن را در قرآن بررسی کند، آشنایی کافی داشته باشد؛ مثلاً اگر می‌خواهد در مورد «انگیزش» تحقیق کند، باید تعریف دقیق اصطلاحی موضوع یا مسئله تحقیق خود را بداند؛^۱ چنانچه می‌خواهد «مدل انگیزش قرآن بنیان» را مورد مطالعه قرار دهد، باید بداند که دست‌کم شش دسته نظریه اصلی در روان‌شناسی معاصر درباره انگیزش وجود دارد^۲ و از سوی دیگر باید با مفاهیم و زبان قرآن به قدر کافی آشنا باشد تا بتواند واژه‌های مرتبط با انگیزش را تشخیص دهد و آنها را انتخاب و طبقه‌بندی کند؛ افزون بر خود واژه‌ها، اطلاعات مربوط به جملات را نیز باید بداند تا بتواند تشخیص دهد که کدام آیه شریفه در کدام هیئت و بافت به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم با مسئله یا موضوع پژوهش مرتبط است و... .

مرحله دوم: کدگذاری اولیه

در این مرحله پس از مطالعه و آشنایی اجمالی داده‌ها متن به بخش‌های کوچک‌تر تقسیم و ویژگی‌های داده‌ها کدگذاری می‌شود. [در پژوهش حاضر کل قرآن، متن مورد پژوهش ماست؛ آن را در واحدهای کوچک‌تر مثل یک آیه شریفه، چند آیه مرتبط باهم، بافت ادبی چند آیه شریفه یا حتی یک قصه تقسیم کردیم، همه اینها مورد کدگذاری اولیه قرار گرفتند؛ برای مثال مشخص

واحد تحلیل هرگز نمی‌تواند از واحد ثبت کوچک‌تر باشد، بلکه از جمع‌بندی و تلخیص واحدهای ثبت حاصل می‌شود؛] واحدهای تحلیل در این پژوهش قرآنی-روان‌شناختی عبارتند از: الف) «محتوای علی» که شامل عوامل بازدارنده و وادارنده می‌شود؛ ب) «محتوای ساختاری» که مشتمل بر محتواهای شناختی، عاطفی و رفتاری انگیزش است؛ ج) «محتوای پیامدی» که شامل انگیزه‌های فردی، خانوادگی و اجتماعی و... می‌شود [خنیفر و مسلمی، ۱۳۹۸، ص ۸۴].

۸. محتوای آشکار و پنهان: منظور از محتوای آشکار محتوایی است که به‌طور صریح از متن دریافت می‌شود؛ اما محتوای پنهان آن است که نیاز به تلاش بیشتر، دقت و اطلاعات تخصصی بیشتر دارد تا از متن استخراج شود؛ این ویژگی در پژوهش‌های «روان‌شناسی قرآن‌بنیان» بسیار مهم است؛ در این پژوهش‌ها، به‌هیچ‌وجه نمی‌توان به محتوای آشکار بسنده کرد.

۹. روش گردآوری اطلاعات می‌تواند بر «عمقی» یا «سطحی» بودن تحلیل اثر گذارد. چنانچه در مطالعات قرآن‌بنیان بخواهیم نتایج حاصل شده را به کل قرآن نسبت دهیم، باید تمام آیات مرتبط را با توجه به بافت آنها بررسی کنیم. گردآوری اطلاعات در مطالعات قرآن‌بنیان به صورت سنتی و قلم و کاغذی تقریباً نشدنی است؛ بنابراین باید از نرم‌افزار مناسب استفاده کنیم (هولستی، ۱۳۷۳).

نمونه‌ای از کاربست روش تحلیل محتوا

از ویژگی‌های بارز و کاربردی روش «تحلیل محتوا»، طبقه‌بندی و تنظیم اطلاعات است. این روش می‌تواند گستره انبساط یافته مفاهیم را منقبض کند و آنها را در یک یا چند مقوله اصلی و کلیدی فراهم آورد؛ به عبارت دیگر این روش در مواردی کاربرد دارد که با حجم انبوهی از اطلاعات فراوان و پراکنده روبه‌رو هستیم و قصد داریم آنها را به‌گونه‌ای منطقی و منظم طبقه‌بندی کنیم؛ از این‌رو کاربرد این روش در محتواهایی که گستردگی اطلاعاتی زیادی دارند، به خوبی مشخص می‌شود. این روش در مراحل مشخصی انجام می‌شود که عبارتند از: الف) آشنایی با محتوای اولیه؛ ب) کدگذاری اولیه؛ ج) جستجو و شناخت

۱. انگیزش در اصطلاح به معنای عاملی است که سبب می‌شود موجود زنده به رفتار خاصی بپردازد و یا از آن بپرهیزد و از بروز آن جلوگیری کند. انگیزه احساس کششی است که فرد را به جانب فعالیت هدفمند سوق می‌دهد (پارسا، ۱۳۹۲، ص ۷۴). انگیزش فرایندی در انسان است که به او انرژی می‌دهد و قوای او را در جهت انجام کاری فعال می‌کند و تمایل به انجام عمل خاص را در او موجب می‌شود (پورافکاری، ۱۳۸۲، ج ۲، ص ۱۴۲۱).
۲. این نظریه‌ها عبارت‌اند از: ۱. غریزه؛ ۲. یادگیری؛ ۳. نیاز؛ ۴. رشد و تسلط؛ ۵. انسان‌گرایانه و ۶. شناختی.

مخدوش خواهند بود و جامعیت و مانعیت لازم را نخواهد داشت. در این مرحله است که کدگذاری انجام و در صورت ابهام به تفاسیر و روایات تفسیری مراجعه می‌شود. پژوهش حاضر با توجه به نکات یادشده، تمامی آیات قرآن کریم را به‌منظور شناسایی و کدگذاری‌های مرتبط با انگیزش در قرآن مورد توجه قرار داد و بالغ بر ۲۷۰۰ مورد از آیات استخراج شد.

مرحله سوم: جستجو و شناخت واحدهای تحلیل (مقوله‌ها)

زمانی که کدگذاری اولیه همه اطلاعات شده و فهرستی از آنها در مجموعه داده‌ها فراهم آمده باشد، مرحله سوم آغاز می‌شود؛ در این مرحله به استخراج مقوله‌ها و محتوای زیرین آنها از بخش‌های کدگذاشته شده و نیز تطبیق کدها با قالب مقولات پرداخته می‌شود. «مقوله» مفهومی انتزاعی‌تر است که برخی مفهومی‌های دیگر را در درون خود جای می‌دهد و استعداد توضیح آنها را دارد (استراوس و کربین، ۱۳۹۴، ص ۱۳۵). محقق در همان مراحل اولیه پژوهش، مفهوم یا مفهوم‌هایی که از انتزاع بیشتری برخوردارند و می‌توانند مانند چتری برخی از مفاهیم دیگر را زیرعنوان خود جای دهند و جریان‌ها و ارتباطات مطرح میان آنها را تبیین کنند؛ به‌عنوان نخستین مقوله پژوهش خود برمی‌گزینند. [در این مرحله تمام اشتقاق‌های کلیدواژه‌ها و مفاهیم از قرآن کریم با کمک نرم‌افزار «جامع التفسیر» استخراج شدند. اگر بافت آیات در مفهوم‌شناسی دخالت داشتند، به صورت دستی وارد سند و کدگذاری شدند؛ سپس سند ویرایش شده و وارد نرم‌افزار «مکس کیودا» شد و کار کدگذاری و سپس مقوله‌یابی‌های مختلف انجام پذیرفت. دستیابی به مفهوم انگیزش قرآن بنیان از راه بررسی تمام مشتقات کلیدواژه، آیه و بافت معنایی؛ دسته‌بندی واژگان و بافت‌های معنایی در مقولات منسجم و نیز تعیین عنوان موردنظر برای مقولات در این مرحله صورت گرفت. پس از بررسی مفهومی واژگان و مفاهیم آیات «الگوی مفهومی انگیزش» مشتمل بر سه مقوله اصلی طراحی شد. این مقوله‌ها عبارت بودند از: علی، ساختاری و پیامدی.

شد برخی از واژگان به لحاظ ماده خود به صورت مستقیم دلالت بر انگیزش دارند؛ همچون واژه‌های ثور،^۱ حب،^۲ میل،^۳ حرص،^۴ حص،^۵ حاجه،^۶ جهد،^۷ رغبت،^۸ شهوت (تشتهی)،^۹ هوی^{۱۰} و... کلمات دیگری نیز وجود دارند که به‌طور مستقیم بار انگیزشی ندارند، اما در بافت معناشناختی قرآن معنای انگیزش از آنها استنباط می‌شود؛ مثلاً واژه‌های عذاب، ثواب، گناه، صواب، سبقت، سرعت، حریص، امر به معروف و نهی از منکر، حلال، حرام نیز بار انگیزشی دارند... (کاویانی و کریمی، ۱۳۹۰، ص ۸۸). افزون بر واژگان در ترکیب امر^{۱۱} و نهی،^{۱۲} در جمله استفهام انکاری^{۱۳} و حتی برخی جملات اخباری قرآن^{۱۴} نیز محتوای انگیزش حضور دارد؛ همچنین در بخش‌های تاریخی قرآن و بیان قصص نیز مفهوم انگیزش قابل درک و اشاره است.^{۱۵}

این دو مرحله که از اهمیت خاصی برخوردارند، خشت بنای اولیه پژوهش به شمار می‌روند؛ اگر محقق آشنایی لازم اولیه را نداشته باشد، یا دقت و صبر لازم را به کار نگیرد و در تمام قرآن به اندازه اشباع نظری جستجو نکند، هر اندازه هم در مراحل بعدی تلاش کند و دقت در کار داشته باشد، باز هم نتایج پژوهش

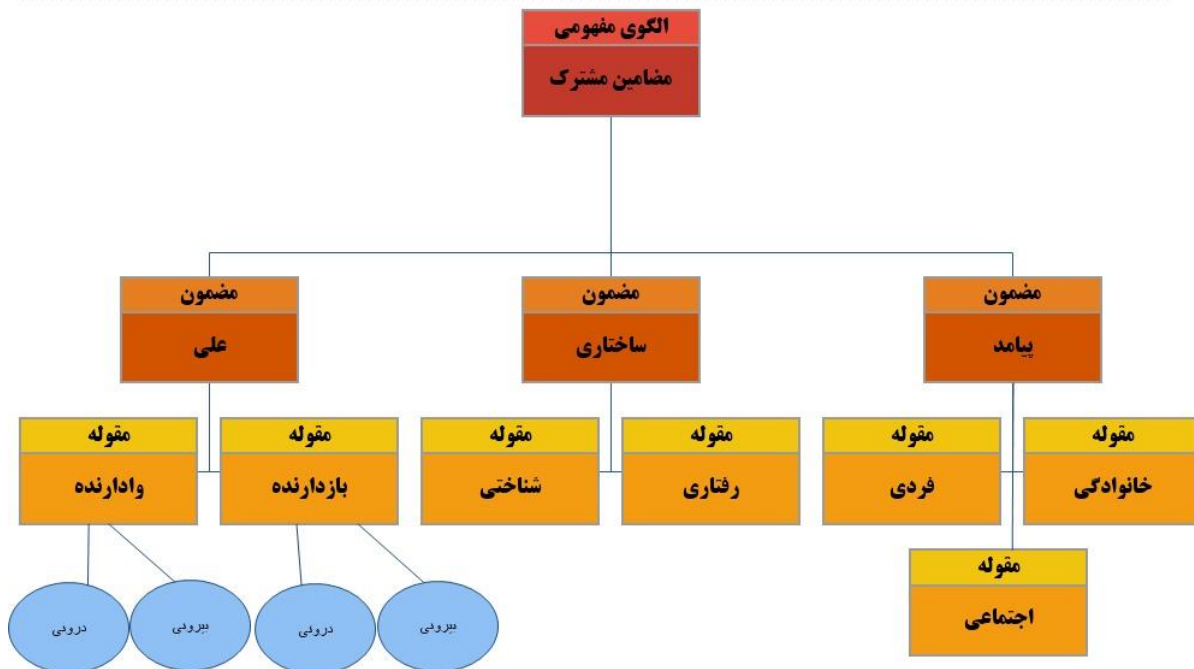
۱. «... وَأَتَاوَا الْأَرْضَ وَ عَمَرُوهَا...» (روم، ۹) و «فَأَتَوْنَا بِهِ نَقْعًا» (عادیات، ۴).
۲. «... وَلَكِنَّ اللَّهَ حَبِيبٌ إِلَيْكُمْ الْإِيمَانِ...» (حجرات، ۷).
۳. «وَاللَّهُ يُرِيدُ أَنْ يَتُوبَ عَلَيْكُمْ وَيُرِيدُ الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الشَّهَوَاتِ أَنْ تَمِيلُوا مَيْلًا عَظِيمًا» (نساء، ۲۷).
۴. «إِنْ تَحَرَّضْ عَلَىٰ هُدَاهُمْ فَإِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي مَنْ يُضِلُّ وَمَا لَهُمْ مِنْ نَاصِرِينَ» (نحل، ۳۷).
۵. «وَلَا يَحْضُ عَلَىٰ طَعَامِ الْمِسْكِينِ» (ماعون، ۳) و «وَلَا تَحَاصُّونَ عَلَىٰ طَعَامِ الْمِسْكِينِ» (فجر، ۱۸).
۶. «... مَا كَانَ يُعْنِي عَنْهُمْ مِّنَ اللَّهِ مِنْ شَيْءٍ إِلَّا حَاجَةٌ فِي نَفْسٍ يُعْذِرُ بِهَا...» (يوسف، ۶۸).
۷. «وَإِنْ جَاهِدَاكَ عَلَىٰ أَنْ تُشْرِكَ بِي مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ فَلَا تُطِعْهُمَا» (لقمان، ۱۵).
۸. «... إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ...» (توبه، ۵۹) و «فَإِذَا فَرَعْتَ فَاصْبَ وَ إِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ» (شرح، ۷ و ۸).
۹. «فَخَلَفَ مِنْ بَعْدِهِمْ خَلْفٌ أَضَاعُوا الصَّلَاةَ وَ اتَّبَعُوا الشَّهَوَاتِ فَسُوفَ يَلْقَوْنَ غِيَابًا» (مریم، ۵۹).
۱۰. «... وَ لَا تَتَّبِعِ الْهَوَىٰ فَيُضِلَّكَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ...» (ص، ۲۶) و «وَ أَمَا مِنْ خَافَ مَقَامَ رَبِّهِ وَ نَهَىٰ النَّفْسَ عَنِ الْهَوَىٰ» (نازعات، ۴۰).
۱۱. «... خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَ كُلُوا وَ اشْرَبُوا...» (اعراف، ۳۱).
۱۲. «وَلَا تَقُولُوا لِمَنْ يُقْتَلُ فِي سَبِيلِ اللَّهِ أَمْوَاتٌ بَلْ أحيَاءٌ وَلَكِنْ لَا تَشْعُرُونَ» (بقره، ۱۵۴).
۱۳. «أَحْسِبُ النَّاسَ أَنْ يَشْكُرُوا أَنْ يَقُولُوا آمَنَّا وَهُمْ لَا يُفْتَنُونَ» (عنكبوت، ۲).
۱۴. «وَ مَنْ جَاهَدْ فَإِنَّمَا يُجَاهِدُ لِنَفْسِهِ إِنَّ اللَّهَ لَغَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ» (عنكبوت، ۶).
۱۵. موسی عليه السلام به جنان انگیزه متعالی می‌رسد که تمایل به دیدن خدا پیدا می‌کند و به هنگام میقات خداوند آن را ابراز می‌دارد: «وَلَمَّا جَاءَ مُوسَىٰ لِمِيقَاتِنَا وَكَلَّمَهُ رَبُّهُ قَالَ رَبِّ أَرِنِي أَنْظُرْ إِلَيْكَ قَالَ لَنْ نَرَاكَ...» (اعراف، ۱۴۳).

مرحله چهارم: ترسیم شبکه مقوله‌ها

گام چهارم زمانی آغاز می‌شود که پژوهشگر مجموعه‌ای پیشنهادی از مقوله‌ها را آماده کرده، درصدد پالایش آن باشد. در این مرحله مقوله‌ها، مرتب و دسته‌بندی و نقشه‌های مفهومی مقوله‌ها ترسیم می‌شود؛ همچنین می‌کوشد با پروراندن هر مقوله، مقوله اصلی را به مقوله‌های فرعی متصل کند؛ اما لازم است مقوله‌های اصلی نیز به یکدیگر پیوندند و طرح نظری بزرگ‌تری را

شکل دهند تا راه برای یکپارچه‌سازی و پالایش مقوله‌ها و دستیابی به مقوله مرکزی هموارتر شود که درحقیقت همان پاسخ مسئله اصلی است (باردن، ۱۳۷۵، ص ۱۳۳). بدین منظور پس از طرح مقوله‌ها و مفاهیم و سنجش ارتباط بین آنها، نموداری به صورت نمادین ترسیم شد که کلیت «مدل انگیزش قرآن بنیان» را نشان دهد. هر کدام از انگیزه‌ها، نقش و جایگاه خود را در این مدل پیشنهادی دارند.

الگوی مفهومی انگیزش قرآن بنیان



مقوله علی انگیزش قرآن بنیان

مقوله علی به معنای شرایط و زمینه‌های ایجادکننده انگیزش است. این عوامل نقش عمده‌ای در ایجاد و تثبیت انگیزش دارند. مقوله علی مشتمل بر دو مقولوی اصلی و چند مقوله فرعی و مفاهیم فراوان است. عواملی که انگیزش دینی و قرآن‌بنیان را ایجاد یا تقویت می‌کنند، عوامل وادارنده و عواملی که در آن خلل یا مانع ایجاد می‌کنند، عوامل بازدارنده می‌باشند. هر کدام از اینها

مرحله پنجم: تحلیل شبکه مقولات

آخرین و مهم‌ترین مرحله از تحلیل محتوای کیفی، گام تفسیر نتایج و استنباط است که براساس آن، رابطه مفاهیم با یکدیگر مشخص می‌شود (باردن، ۱۳۷۵، ص ۱۳۳). هرگاه پژوهشگر شبکه مقولات موضوع موردنظر خود را آماده کند، می‌تواند مقولات پیشنهادی را تعریف و داده‌ها را براساس آنها تحلیل و بررسی کند. تعریف و نامگذاری مقولات و توصیف آنها نیز در این مرحله انجام می‌پذیرد.

محبت،^{۲۳} جهاد در راه خدا،^{۲۴} عبرت‌پذیری انسان^{۲۵} و...
 بعضی از عوامل بازدارنده درونی عبارتند از هوی و هوس،^{۲۶}
 شک و تردید،^{۲۷} حب بقا و جاودانگی،^{۲۸} تعصب و لجاجت،^{۲۹}
 مال‌دوستی انسان،^{۳۰} خشم و پرخاشگری،^{۳۱} بیماری قلب،^{۳۲}
 لذت‌جویی^{۳۳} و بعضی از عوامل بازدارنده بیرونی، از دیدگاه قرآن
 عبارتند از: شیطان،^{۳۴} اجبار و اکراه،^{۳۵} همنشین بد،^{۳۶}
 دنیاطلبی،^{۳۷} محیط و محل زندگی،^{۳۸} غفلت از یاد خدا^{۳۹} ...

مقوله ساختاری انگیزش قرآن بنیان

انگیزش قرآن بنیان در مقوله ساختاری مشتمل بر زیرمقوله‌های
 شناختی و تمایلات رفتاری است؛ برای نمونه بعضی
 از زیرمقوله‌های تمایلات رفتاری عبارتند از: طلب،^{۴۰}

ممکن است درونی یا بیرونی باشند و در ذیل خودشان مفاهیم
 دیگری را جای دهند؛ مثلاً موارد زیر عوامل وادارنده از نوع
 جسمانی هستند: خوردن و آشامیدن،^۱ لباس و پوشاک،^۲ مسکن،^۳
 گزینه جنسی،^۴ محبت و عشق،^۵ علم و دانش^۶ و... و بعضی از
 عوامل وادارنده روانی عبارتند از: ایمان به خدا،^۷ میل به
 پیشرفت،^۸ رقابت،^۹ محبت و نوع‌دوستی،^{۱۰} زیاددوستی،^{۱۱} عزت
 و کرامت،^{۱۲} تفریح و تفرج،^{۱۳} مالکیت،^{۱۴} آرامش،^{۱۵} حقیقت
 جویی^{۱۶} و...

بعضی از عوامل وادارنده بیرونی در «انگیزش قرآن بنیان»
 عبارتند از: مشیت الهی^{۱۷} و عوامل انسانی و اجتماعی دیگری که
 ذیل آن دیده می‌شوند. بعضی از عوامل وادارنده درونی در
 انگیزش قرآن بنیان عبارتند از: جاذبه‌ها و مشوق‌ها،^{۱۸} تقویت
 (انذار^{۱۹} و تشبیر^{۲۰})، امر و نهی،^{۲۱} علم‌آموزی،^{۲۲} عشق و

۲۱. «وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ» (آل عمران، ۱۰۴).
۲۲. «... يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ» (مجادله، ۱۱).
۲۳. «فِيمَا رَحِمَةً مِنَ اللَّهِ لَئِنَّ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْتَفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ...» (آل عمران، ۱۵۹).
۲۴. «وَلَا تَحْسَبَنَّ الَّذِينَ قَاتَلُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ أَمْوَاتًا بَلْ أحيَاءٌ عِنْدَ رَبِّهِمْ يُرَزِّقُونَ» (آل عمران، ۱۶۹).
۲۵. «... فَاعْتَبِرُوا يَا أُولِيَ الْأَبْصَارِ» (حشر، ۲).
۲۶. «وَلَا تَتَّبِعِ الْهَوَى فَيضِلَّكَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ» (ص، ۲۶).
۲۷. «قَالَتْ رَبُّنَا لِمَ أَفِي اللَّهُ شَكَّ فَاطِرِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ...» (ابراهيم، ۱۰).
۲۸. «فَوَسْوَسَ إِلَيْهِ الشَّيْطَانُ قَالَ يَا آدَمُ هَلْ أَدْرَاكَ عَلَى شَجَرَةِ الْخُلْدِ وَمُلْكٍ لَّا يَبْلَى...» (طه، ۱۲۰).
۲۹. «وَ إِذْ قِيلَ لَهُمْ تَعَالَوْا يَسْتَغْفِرْ لَكُمْ رَسُولُ اللَّهِ لَوَلَّوْا رُؤُسَهُمْ وَرَأَيْتُهُمْ يَصُدُونَ وَ هُمْ مُسْتَكْبِرُونَ» (منافقون، ۵).
۳۰. «وَلَا تُمَدِّنْ عَيْنَيْكَ إِلَى مَا مَتَّعْنَا بِهِ أَزْوَاجًا مِنْهُمْ زَهْرَةَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا لِنَفْتِنَهُمْ فِيهِ وَرِزْقُ رَبِّكَ خَيْرٌ وَآتَى» (طه، ۱۳۱).
۳۱. «... وَابْتِصَّتْ عَيْنَاهُ مِنَ الْحُزْنِ فَهُوَ كَظِيمٌ» (يوسف، ۸۴): «الَّذِينَ يَتَّقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَ الضَّرَّاءِ وَ الْكَاطِمِينَ الْغَيْظِ وَ الْعَافِينَ عَنِ النَّاسِ...» (آل عمران، ۱۳۴).
۳۲. «فَتَرَى الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ يُسَارِعُونَ فِيهِمْ...» (مانده، ۵۲) و «... فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ...» (احزاب، ۳۲).
۳۳. «رَبِّينَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَ الْبَنِينَ وَ الْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَ الْفِضَّةِ...» (آل عمران، ۱۴).
۳۴. «الشَّيْطَانُ... وَ يَأْمُرُكُمْ بِالْفَحْشَاءِ...» (بقره، ۲۶۸) «فَوَسْوَسَ إِلَيْهِ الشَّيْطَانُ...» (طه، ۱۲۰).
۳۵. «لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ...» (بقره، ۲۵۶).
۳۶. «وَ يَوْمَ يَعْصِي الظَّالِمُ عَلَى يَدَيْهِ يَقُولُ بَلَيِّنِي اتَّخَذْتُ مَعَ الرَّسُولِ سَبِيلًا * يَا بَلِيَّتِي كَيْتِي لَمْ اتَّخَذْ فَلَانًا خَلِيلًا» (فرقان، ۲۷ و ۲۸).
۳۷. «... وَ مَا الْحَيَاةِ الدُّنْيَا إِلَّا مَتَاعُ الْعُرُورِ» (آل عمران، ۱۸۵).
۳۸. «فِي بُيُوتٍ أُذِنَ لِلَّهِ أَنْ تَرْفَعَ وَ يُدْكَرَ فِيهَا اسْمُهُ يُسَبِّحُ لَهُ فِيهَا بِالْأَعْدُوِّ وَ النَّصَالِ» (نور، ۳۶).
۳۹. «... لَّهُمْ قُلُوبٌ لَا يَفْقَهُونَ بِهَا وَ لَهُمْ أَعْيُنٌ لَا يُبْصِرُونَ بِهَا وَ لَهُمْ آذَانٌ لَا يَسْمَعُونَ بِهَا أُولَئِكَ كَالْأَنْعَامِ بَلْ هُمْ أَضَلُّ أُولَئِكَ هُمُ الْغَافِلُونَ (اعراف، ۱۷۹).
۴۰. «أَوْ يَصْيحُ مَاؤُهُمْ غُورًا فَلَنْ تَسْتَطِيعَ لَهُ طَلْبًا» (كهف، ۴۱).

۱. «فَلْيُنْظَرِ الْإِنْسَانُ إِلَى طَعَامِهِ» (عبس، ۲۴).
۲. «... وَجَعَلَ لَكُمْ سَرَائِلَ تَقِيكُمْ الْخَرَّ وَ سَرَائِلَ تَقِيكُمْ بِأَسْكُمْ...» (نحل، ۸۱).
۳. «وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ مِنْ بُيُوتِكُمْ سَكَنًا...» (نحل، ۸۰).
۴. «مِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً...» (روم، ۲۱).
۵. «وَ أَلْفَ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ لَوْ أَنْفَقْتَ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مَا أَلْفَتْ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ وَ لَأَكْرَبَنَّ اللَّهُ أَلْفَ بَيْنَهُمْ إِنَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ» (انفال، ۶۱).
۶. «... يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَ الَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ» (مجادله، ۱۱).
۷. «هُوَ الَّذِي أَنْزَلَ السَّكِينَةَ فِي قُلُوبِ الْمُؤْمِنِينَ لِيُذْهِبُوا إيمَانًا مَعَ إيمَانِهِمْ...» (فتح، ۴).
۸. «وَمَنْ أَرَادَ الْآخِرَةَ وَسَعَى لَهَا سَعْيَهَا...» (اسراء، ۱۹).
۹. «سَابِقُوا إِلَى مَغْفِرَةٍ مِنْ رَبِّكُمْ...» (حديد، ۲۱): «وَ سَارِعُوا إِلَى مَغْفِرَةٍ مِنْ رَبِّكُمْ...» (آل عمران، ۱۳۳) و «... فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ...» (بقره، ۱۴۸).
۱۰. «فِيمَا رَحِمَةً مِنَ اللَّهِ لَئِنَّ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْتَفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَ اسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَ شَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ...» (آل عمران، ۱۵۹).
۱۱. «وَلَكُمْ فِيهَا جَمَالٌ حِينَ تُرْبِحُونَ وَ حِينَ تَسْرَحُونَ» (نحل، ۶).
۱۲. «وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَ حَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَ الْبَحْرِ وَ رَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَ فَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا» (اسراء، ۷۰).
۱۳. «ذَلِكَ بِمَا كُنْتُمْ تَفْرَحُونَ فِي الْأَرْضِ بِغَيْرِ الْحَقِّ وَ بِمَا كُنْتُمْ تَمْرَحُونَ» (غافر، ۷۵).
۱۴. «... وَالَّذِينَ يَكْتُمُونَ الذَّهَبَ وَ الْفِضَّةَ وَ لَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ» (توبه، ۳۴).
۱۵. «الَّذِينَ آمَنُوا وَ تَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَّا يَذْكُرَ اللَّهُ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ» (رعد، ۲۸).
۱۶. «فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا يَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينَ الْقَيِّمُ...» (روم، ۳۰).
۱۷. «قَالَ اللَّهُ مَالِكُ الْمَلِكِ تُؤْتَى الْمَلِكُ مِنْ تَشَاءٍ وَ تَنْزِعُ الْمَلِكُ مِنْ تَشَاءٍ وَ تُعْرَى مِنْ تَشَاءٍ وَ تُدَلُّ مِنْ تَشَاءٍ...» (آل عمران، ۲۶).
۱۸. «قَالُوا اذْءُجْ لَنَا رَبِّكَ بَيْنَ لَنَا مَا لَوْ تَهَا قَالَ إِنَّهُ يَقُولُ إِنَّهَا بَقَرَةٌ صَفْرَاءُ فَاقِعٌ لَوْ تَهَا تَسَّرَ النَّاطِرِينَ» (بقره، ۶۹).
۱۹. مانند رعد، ۷؛ ص، ۴ و ۶؛ ق، ۲ و ۲؛ نازعات، ۵۴.
۲۰. «إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لَهُمْ جَنَّاتٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ ذَلِكَ الْفَوْزُ الْكَبِيرُ» (بروج، ۱۱).

شهادت‌طلبی،^{۲۶} احساس مسئولیت اجتماعی،^{۲۷} همگرایی اجتماعی^{۲۸} و افزایش تبلیغات دینی^{۲۹} (کاویانی، ۱۳۹۲).

مرحله ششم: تدوین گزارش

آخرین مرحله، تحلیل و تدوین گزارش نهایی تحقیق است. در این مرحله تحلیل‌گر نتایج حاصل از پژوهش خود (پاسخ سؤال تحقیق) را گزارش می‌کند (احمدزاده، ۱۳۹۸، ص ۵). گزارش ارائه شده باید دارای قرائن مناسبی درباره مضامین موجود در داده‌ها باشد (زرنگار و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۱۳۹). [پژوهش حاضر در راستای ارائه الگویی جامع به تحلیل کاملی از واژگان، آیات و بافت‌های معنایی آیات می‌پردازد و پس از کدگذاری به سه مقوله پایه اعم از علی، ساختاری و پیامدی رسید که مورد اشاره قرار گرفت]. اکنون می‌توان بین «انگیزش در روان‌شناسی معاصر» با «انگیزش قرآن‌بنیان»، یک مقایسه مختصر انجام داد. این دو رویکرد، وجوه اشتراک و افتراقی دارند. وجوه اشتراک آن دو زیاد است؛ از جمله می‌توان به «درونی بودن»، «فرایندی بودن»، «قدرت برانگیزندگی نیازها»، «به رسمیت شناختن تفاوت‌های فردی در انگیزش»، «لزوم برآورده شدن نیازها»، «جهت‌دهندگی انگیزه‌های به رفتار»، «شتاب‌دهندگی انگیزه‌های به رفتار» و... را نام برد؛ ولی تفاوت‌هایی هم بین آنها وجود دارد. در اینجا به برخی از تفاوت‌های آن دو رویکرد اشاره می‌شود:

تفاوت در مقوله «علی»

۱. از دیدگاه نظریه‌پردازان انگیزشی معاصر برای هر رفتار علتی وجود دارد که هدف آنها شناسایی این علت‌هاست؛ اما آنان دقیقاً مشخص نکرده‌اند که نظریه انگیزش در پی یافتن چه سطحی از علت رفتار است؟ به هر حال تأکید و پافشاری نظریه‌پردازان بر مفاهیمی مثل نیاز، سائق، مشوق، جذابیت، هدف یا شناخت

۲۵. «... وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا...» (بقره، ۸۳)

۲۶. «وَلَا تَحْسَبَنَّ الَّذِينَ قَاتَلُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ أَمْوَاتًا بَلْ أَحْيَاءٌ عِنْدَ رَبِّهِمْ يَرْزُقُونَ» (آل عمران، ۱۶۹)

۲۷. «إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ، إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ» (عصر، ۳ و ۲)

۲۸. «وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ» (آل عمران، ۱۰۴)

۲۹. «... وَمَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ» (عنکبوت، ۱۸)

اراده،^۱ ابتغاء،^۲ انبعاث،^۳ دعوت،^۴ تحریض،^۵ هوی،^۶ شهوت،^۷ عزم^۸ و حاجت.^۹

مقوله پیامدی انگیزش قرآن‌بنیان

مقوله پیامدی مشتمل بر سه زیرمقوله فردی، خانوادگی و اجتماعی است؛ از جمله زیرمقوله‌های فردی عبارتند از: سبقت در خیرات،^{۱۰} علم‌آموزی،^{۱۱} خداترسی،^{۱۲} مدیریت‌گریزه جنسی،^{۱۳} تفریح و لذت،^{۱۴} کار و اشتغال،^{۱۵} پایبندی به آداب دینی^{۱۶} و از جمله زیرمقوله‌های خانوادگی در «انگیزش قرآن بنیان» عبارتند از: تحکیم خانواده،^{۱۷} فرزندآوری،^{۱۸} سازگاری^{۱۹} و صلح ارحام.^{۲۰}

بعضی از زیرمقوله‌های پیامدی اجتماعی عبارتند از: همبستگی اجتماعی،^{۲۱} امنیت اجتماعی،^{۲۲} عدالت اجتماعی،^{۲۳} پیوندجویی،^{۲۴} تداوم روابط همسایگی،^{۲۵} حفظ روحیه جهاد و

۱. «مَا كَانَ لِنَبِيٍّ أَنْ يَكُونَ لَهُ أَسْرَىٰ لَوْ كَانُوا يَعْلَمُونَ...» (الأنفال، ۶۷)

۲. «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَابْتَغُوا إِلَيْهِ الْوَسِيلَةَ...» (مائدة، ۳۵)

۳. «يَوْمَ يَبْعَثُهُمُ اللَّهُ جَمِيعًا...» (مجادله، ۶)

۴. «... كَمَثَلِ الَّذِي يَدْعُو بِمَا لَا يَسْمَعُ إِلَّا دُعَاءَ وَ نِدَاءَ...» (بقره، ۱۷۱)

۵. «يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ حَرِّضِ الْمُؤْمِنِينَ عَلَى الْقِتَالِ...» (انفال، ۶۵)

۶. «وَمَا يَنْطِقُ عَنِ الْهَوَىٰ، إِنْ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ» (نجم، ۳ و ۴)

۷. «وَجِبَلٍ بَيْنَهُمْ وَ بَيْنَ مَا يَشْتَهُونَ...» (سبا، ۵۴)

۸. «طَاعَةٌ وَ قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ فَإِذَا عَزَمْتَ الْأُمْرَ فَلُوْ صدَّقُوا اللَّهَ لَكَانَ خَيْرًا لَّهُمْ» (محمد، ۲۱)

۹. «... وَلَا يَجِدُونَ فِي صُدُورِهِمْ حَاجَةً مِّمَّا أُوتُوا...» (حشر، ۹)

۱۰. «... فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ...» (بقره، ۱۴۸؛ مائدة، ۴۸)

۱۱. «شَهِدَ اللَّهُ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ وَ الْمَلَائِكَةُ وَ أُولُو الْعِلْمِ قَائِمًا بِالْقِسْطِ...» (آل عمران، ۱۸)

۱۲. «... فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَ اخْشَوْنِي...» (بقره، ۱۵۰)

۱۳. «أَتَأْتُونَ الذُّكْرَانَ مِنَ الْعَالَمِينَ، وَ تَذَرُونَ مَا خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ بَلْ أَنْتُمْ قَوْمٌ عَادُونَ» (شعراء، ۱۶۵ و ۱۶۶)

۱۴. «أَرْسَلَهُ مَعَنَا غَدًا يَزْتَعِ وَ يَلْعَبُ وَ إِنَّا لَهُ لِحَافِظُونَ» (يوسف، ۱۲)

۱۵. «إِنَّ سَعْيَكُمْ لَشَتَّىٰ» (ليل، ۴)

۱۶. «إِنَّا هَدَيْنَا السَّبِيلَ إِنَّمَا سَأَرَكَرًا وَ إِنَّمَا كَفَّوْا» (انسان، ۳)

۱۷. «وَ أَنْكِحُوا الْأَيَامَىٰ مِنْكُمْ وَ الصَّالِحِينَ مِنْ عِبَادِكُمْ وَ إِمَائِكُمْ إِنْ يَكُونُوا فُقَرَاءَ يُعْزِهِمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَ اللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ» (نور، ۳۲)

۱۸. «لِلَّهِ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَ الْأَرْضِ يَخْلُقُ مَا يَشَاءُ يَهَبُ لِمَنْ يَشَاءُ إِنَاءًا وَ يَهَبُ لِمَنْ يَشَاءُ الذُّكُورَ» (شورى، ۴۹)

۱۹. «وَ عَائِشَةُ وَ هُنَّ بِالْمَعْرُوفِ...» (نساء، ۱۹)

۲۰. «وَ الَّذِينَ يَصِلُونَ مَا أَمَرَ اللَّهُ بِهِ أَنْ يوصَلَ...» (رعد، ۲۱)

۲۱. «وَ اعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَ لَا تَفَرَّقُوا...» (آل عمران، ۱۰۳)

۲۲. «فَلَمَّا دَخَلُوا عَلَىٰ يُوسُفَ آوَىٰ إِلَيْهِ آوِيَهُ وَ قَالَ ادْخُلُوا مِصْرَ إِنْ شَاءَ اللَّهُ ءَامِنِينَ» (يوسف، ۹۹)

۲۳. «إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَ الْإِحْسَانِ...» (نحل، ۹۰)

۲۴. «أَرْسَلَهُ مَعَنَا غَدًا يَزْتَعِ وَ يَلْعَبُ وَ إِنَّا لَهُ لِحَافِظُونَ» (يوسف، ۱۲)

۲. نظریه انگیزش با رویکرد قرآن بنیان به‌طور تلویحی تأکید دارد که ظاهراً عوامل معنوی در روان‌شناسی معاصر به صورت درست و کامل مطرح نشده است (نوری، ۱۳۹۶، ص ۱۹-۲۰).

تفاوت در مقوله پیامدی

۱. در بسیاری از پیامدهای فردی مثل سبقت در خیرات، خداترسی، مدیریت غریزه جنسی، تفریح و لذت تفاوت‌های آشکاری دارند.
۲. از بسیاری از پیامدهای خانوادگی مانند تحکیم خانواده، فرزندآوری، سازگاری و صلح ارحام تفاوت‌های آشکاری دارند.
۳. در بیشتر پیامدهای اجتماعی مثل همبستگی اجتماعی، امنیت اجتماعی، عدالت اجتماعی، پیوندجویی، انگیزه جهاد، مسئولیت اجتماعی و همگرایی اجتماعی تفاوت‌های آشکاری دارند.

لزوماً به معنای نفی عوامل دیگری در ردیف اینها یا در بالادست اینها نیست. در انگیزش قرآن بنیان، عواملی در بالادست اینها نیز مورد توجه خواهد بود.

۲. هیچ‌یک از این نظریه‌های انگیزش در روان‌شناسی معاصر، به تنهایی ظرفیت یک نظریه انگیزشی جامع را ندارد.
۳. بیشتر روان‌شناسان معاصر به‌نوعی جبرگرایی در انگیزش گرایش پیدا کرده‌اند؛ در حالی که در مدل «انگیزش قرآن بنیان» نمی‌توان از این دیدگاه دفاع کرد (شجاعی، ۱۳۹۵، ص ۸۷-۹۰).
۴. دوساحتی بودن انسان موجب تفاوت روشنی در مدل انگیزشی قرآن بنیان با روان‌شناسی معاصر شده است.

تفاوت در مقوله ساختاری

۱. عواملی که در انگیزش انسان ایفای نقش می‌کنند، مستقل از هم عمل نخواهند کرد؛ بلکه مجموعه آنها یک ساختار منسجمی را تشکیل می‌دهند؛ روان‌شناسی معاصر با روان‌شناسی قرآن بنیان در این ساختار منسجم، یکسان نیستند؛

منابع

۱. آخوندی، محمدباقر (۱۳۹۳)، «سنخ‌شناسی نفاق در قرآن مجید»، فصلنامه آموزه‌های قرآنی، ش ۲۰، ص ۵۳-۷۶.
۲. احمدزاده، رضا (۱۳۹۸)، «تحلیل مضمونی ویژگی‌های جهاد در آیات قرآن کریم»، فصلنامه علمی تخصصی فرهنگ پژوهش، ش ۴۰، ویژه علوم سیاسی.
۳. احمدزاده، سیدمصطفی (۱۳۹۸)، «چیستی ایمان در قرآن کریم به روش تحلیل محتوای کیفی»، دوفصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات قرآن و حدیث، ش ۲۴، ص ۱۳۵-۱۶۴.
۴. ارل بی (۱۳۸۴)، روش تحقیق در علوم اجتماعی، ترجمه رضا فاضل، تهران: سمت.
۵. استراوس، ان سلم و جولیت کرین (۱۳۹۴)، مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه‌زمینه‌ای، ترجمه ابراهیم افشار، تهران: نشر نی.
۶. ایمان، محمدتقی (۱۳۸۸)، مبانی پارادایمی روش‌های تحقیقی کمی و کیفی در علوم انسانی، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۷. باردن، آکن (۱۳۷۵)، تحلیل محتوا، ترجمه ملیحه آشنایی و محمد یمنی دوزی سرخابی، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
۸. پارسا، محمد (۱۳۹۲)، روان‌شناسی عمومی، تهران: آموزش و پرورش.
۹. پورافکاری، نصرت‌الله (۱۳۸۲)، فرهنگ جامع روان‌شناسی روان‌پزشکی، چ ۴، تهران: فرهنگ معاصر.
۱۰. جانی‌پور، محمد (۱۳۹۶)، «کارکردهای کیفی استفاده از روش تحلیل محتوا در فهم احادیث»، رهیافت‌هایی در علوم قرآن و حدیث، دوره ۴۹، ش ۱، ص ۲۹-۵۲.
۱۱. خنیفر، حسین و ناهید مسلمی (۱۳۹۸)، اصول و مبانی روش‌های پژوهش کیفی، تهران: انتشارات نگاه دانش.
۱۲. رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۶۰)، کند و کاوها و پنداشته‌ها، تهران: شرکت سهامی انتشار.
۱۳. زرنگار، احمد؛ امین عباس‌پور و سیدهادی موسوی بیوکی (۱۳۹۹)، «تحلیل شبکه مضامین الفت و عزلت به‌منظور کشف الگوی ارتباطات اجتماعی از منظر اهل‌بیت»، دوفصلنامه علمی مطالعات قرآن و حدیث، ش ۱۴، ش ۱، ص ۱۳۵-۱۶۱.
۱۴. سفیری، خدیجه (۱۴۰۰)، روش تحقیق کیفی، تهران: برآیند پوشش.
۱۵. سلیمی، علی (۱۳۹۵)، «تحلیل پاره فرهنگی در نظریه قرآنی کجروی»، فصلنامه اسلام و علوم اجتماعی، ش ۸، ش ۱۵، بهار و تابستان، ص ۳۴-۵.
۱۶. شجاعی، محمدصادق (۱۳۹۵)، انگیزش و هیجان (با نگرش به منابع دینی)، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۱۷. طیبی ابوالحسنی، سیدامیرحسین (۱۳۹۸)، «درآمدی بر روش تحقیق: رویه‌های استاندارد تحلیل داده‌های کیفی»، فصلنامه سیاست نامه علم و فناوری، دوره ۹، ش ۲، تابستان، ص ۵-۱۴.
۱۸. فاضلی، نصرالله (۱۳۷۶)، آموزش، تحقیق و ترویج تحلیل محتوای نامه علوم اجتماعی، نمایه پژوهش، ش ۱، ش ۲، ص ۹۹-۱۱۴.
۱۹. قائدی، محمدرضا و علیرضا گلشنی (۱۳۹۵)، «روش تحلیل محتوا: از کمی‌گرایی تا کیفی‌گرایی»، روش‌ها و مدل‌های روان‌شناختی، دوره ۷، ش ۲۳، ص ۵۸-۸۲.
۲۰. کاویانی، محمد (۱۳۹۲)، «رویکردی جامع به مباحث انگیزش»، مطالعات اسلام و روان‌شناسی، ش ۷، ش ۱۳، ص ۶۷-۹۳.
۲۱. کاویانی، محمد و محمدرضا کریمی (۱۳۹۰)، «منابع انگیزش اخلاقی با رویکرد تطبیقی بین دیدگاه علامه طباطبایی و مازلو»، مطالعات اسلام و روان‌شناسی، ش ۵، ش ۹، ص ۷۹-۱۰۴.
۲۲. کرلینجر، فرد. آن (۱۳۸۲)، مبانی پژوهش در علوم رفتاری، ترجمه حسن پاشا شریفی و جعفر نجفی زنده، تهران: آوای نور.

۲۳. کیوی و همکاران (۱۳۸۱)، روش تحقیق در علوم اجتماعی، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، ج ۶، تهران: انتشارات توتیا.
۲۴. میرزائی، خلیل (۱۳۹۶)، کیفی پژوهی، تهران: نشر فوژان.
۲۵. نامور، هومن و فاطمه ذهبی (۱۳۸۹)، «گامی به سوی تحلیل محتوای آیات قرآن از منظر روان‌شناسی اجتماعی»، فصلنامه قرآن و حدیث، س ۴، ش ۱ (پیاپی ۷)، پاییز و زمستان، ص ۵۷-۷۶.
۲۶. نوری، نجیب‌الله (۱۳۹۶)، «عوامل و ساختار انگیزش رفتار انسان در اندیشه علامه طباطبائی»، فصلنامه روان‌شناسی و دین، س ۱۰، ش ۴ (پیاپی ۴۰)، ص ۵-۲۲.
۲۷. وولف، دیوید (۱۹۹۷)، روان‌شناسی دین، ترجمه محمد دهقانی (۱۳۸۶)، تهران: رشد.
۲۸. هولستی، ال. آر (۱۳۸۳)، تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی، ترجمه نادر سالارزاده امیری، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
۲۹. هولستی، رودولف (۱۳۷۳)، تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی، ترجمه ناد سالارزاده امیری، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
۳۰. یوسف‌زاده و معروفی (۱۳۸۸)، تحلیل محتوا در علوم انسانی، تهران: سپهر دانش.
31. Yan Zhang & Barbara M. Wildemuth (2005), *Qualitative Analysis of Content*, 1- 12, Retrieved from <https://philpapers.org/rec/ZHAQAO>.