

## تحليل المحتوى في بحوث الاتصال

### -مقاربة في الاشكاليات والصعوبات-

د.محمد البشير بن طبة

جامعة الامير عبد القادر - قسنطينة

#### ملخص:

يمتاز أسلوب تحليل المحتوى في الدراسات الاتصالية والاجتماعية بكثرة إجراءاته المنهجية وتعقيداتها الرياضية والإحصائية؛ لأجل هذا أثر الباحث تقديم مقاربة نظرية حول تحليل المحتوى وإجراءاته المنهجية بغية تقريبه من الطلبة والباحثين في حقل الاتصال والاجتماع، وذلك انطلاقاً من الخطوات الأساسية الآتية:

1- لمحة تاريخية عن تحليل المحتوى

2- مفهوم تحليل المحتوى .

3- خطوات تحليل المحتوى

4- الصدق والثبات .

5- تحليل المحتوى بين الكم والكيف.

الكلمات المفتاحية : الاتصال، تحليل المحتوى، بحوث

## Content analysis in communication researches

### -Approach to problems and difficulties-

#### Abstract

Content analysis in communication and social studies is characterized by frequent and complexity of the methodology and the many methodology procedures and complexities of mathematical and statistical , For this researcher aims to provide theoretical approach about the methodology and procedures of content analysis through the following basic steps:

1. historical overview of the content analysis
2. The definition of content analysis.
3. Steps of content analysis
4. The validity and reliability.
5. Content analysis between quantitative and qualitative

**Keywords:** Communication, content analysis, researches

## مقدمة

يشكل تحليل المحتوى أحد المناهج و/أو الأساليب المميزة كثيرا في دراسات الإعلام والاتصال المعاصرة، ومنذ تطبيقاته الأولى مع وسائل الإعلام لاقى شعبية كبيرة بين الطلبة والباحثين ومؤسسات الدعاية والسبر والتسويق...، رغم حداثة نشأته مقارنة بالأساليب والمناهج البحثية الأخرى، إذ يذكر أن إرهابات ميلاده تعود إلى منتصف القرن الثامن عشر .

## أولا: تحليل المحتوى مقارنة تاريخية

مع سنة ( 1743م ) عمد بعض الدارسين إلى محاولة تفحص تسعين ترتيبية ( ترنيمة ) دينية لتحديد تأثيراتها السيئة على أنصار ( مارتن لوثر Martin Luther ) حيث شمل تحليل القيم وأشكال الظهور ( مقبولة / غير مقبولة )، من خلال عملية التبوب والتصنيف والعد<sup>1</sup> ، وهذه الدراسة طبقت أساسيات تحليل المحتوى من دون مسمى تحليل المحتوى أو المضمون .

للتتابع بعد ذلك الدراسات في ذات السياق منها دراسة ( مالكوم ويلي Malcom Willy ) (1926م) تحت عنوان " صحافة البلد " حيث قام بتحديد الموضوعات التي تتناولها الصحافة بعد تصنيفها إلى فئات معينة للتحليل،<sup>2</sup> ووفر هذا الأسلوب البحثي أمام العسكريين والدارسين مهمة تحليل رسائل الدعاية والخصوم فازدهر ، وشاع بشكل لافت في ثلاثينيات القرن الماضي ، أين أستعمل للتعرف على أساليب الدعاية إبان الحرب العالمية الثانية ، وبخاصة في إطار البحث عن عملاء النازية أو رسائلها المشفرة... ومن ذلك ما قام الباحثون في قوات الحلفاء من رصد لعدد الأغاني الشعبية و أنواعها... المذاعة من محطات الإذاعة الأوروبية ومقارنتها بتلك المذاعة من محطات الإذاعة الألمانية... فكان بمقدورهم قياس التغيرات في تركيز القوات في القارة،<sup>3</sup> وكانت دراسة كل من ( ليمنان وتشارلز ميرز Lipman Charles Mirsse ) أول دراسة علمية - في ذات السياق - متخصصة استعملت بشكل رئيس تحليل المحتوى الإعلامي.<sup>4</sup>

بالموازاة مع ذلك أثمرت جهود المدرسة الكولومبية للصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية، سنوات الثلاثينيات بقيادة ( لازويل Lasswill ) عن نتائج لا بأس بها ، خاصة ما ابتكره وسماه بعملية التحليل الرمزي، والذي بمقتضاه تدرس مضامين الجرائد على أساس تسجيل عدد مرات ورود رموز معينة يتم اختيارها لصقلها المعياري في النص،<sup>5</sup> وقد ساهمت هذه الجهود بشكل كبير في تطوير وشيوع استخدامات تحليل المحتوى.

غير أن ميلاد أول مؤلف متخصص حول تحليل المحتوى وتطبيقاته المنهجية سنة ( 1952 م ) لمؤلفه (برنارد بيرلسون Bernard Berelson) بعنوان : تحليل المضمون في بحوث الاتصال (Content Analysis in Communication) ، أكسب هذه التقنية اعترافا كأداة منهجية موثوقة لدى علماء الاتصال ، وتبعه بعد ذلك باحثون في مؤسسات أكاديمية رائدة على غرار لازار سفيلد ( Lazarfeld ) لازويل (Lasswill) وكابلان ( Kaplan ) وغيرهم من الباحثين في المدارس العالمية المختلفة بما فيها المدرسة العربية - إن صح تسميتها نسبة إلى اللغة - التي أنتجت العديد من الباحثين الأكفاء الذين قدموا هذا الأسلوب وبسطوه للطلبة والباحثين على غرار محمد عبد الحميد<sup>6</sup> رشدي طعيمة<sup>7</sup> فضيل دليو<sup>8</sup> محمد تمار<sup>9</sup> وغيرهم كثير .

وقد ساهمت هذه الجهود المختلفة في شيوع وتطوير أسلوب تحليل المحتوى نظريا وتطبيقيا وتعدت استخداماته مجال المسموع إلى المواد والتلفزيونية والفيلمية والالكترونية ، فضلا عن تحليل الخطابات على مختلف أشكالها،... ومما يؤكد هذا الشيوع الواسع ما أورده كلا من ( روجر ويمر و جوزيف دومينيك ) أنه بعد قرابة نصف قرن من اعتماد تحليل المحتوى في المؤسسات الأكاديمية والبحثية والإعلامية وجد أن ( 25 % ) من دراسات بحوث الإعلام والاتصال المنشورة في ( JMCQ ) قامت على أسلوب تحليل المحتوى أي سنة ( 2000 م )<sup>10</sup>، وهي نفسها تقريبا النسبة التي حضي بها هذا الأسلوب على مستوى الدراسات ( ماستر - ماجستير - دكتوراه ) التي قدمت بجامعة الأمير عبد القادر في قسم الدعوة والإعلام والاتصال من سنة ( 2003 م ) إلى اليوم تقريبا .<sup>11</sup>

#### ثانيا: تطورات مفهوم تحليل المحتوى

تشير كلمة " تحليل " تفكيك الشيء إلى مكوناته الأساسية ، في حين تشير كلمة " مضمون " إلى ما يحتويه الوعاء اللغوي أو التسجيلي الصوتي أو الفيلمي أو الكلامي ... يعبر عنها الفرد في نظام، لتوصيلها إلى الآخرين من الرموز، وعلى هذا الأساس قامت التعريفات المختلفة لتحليل المضمون، مع ملاحظة أنها تطورت عبر ثلاث مراحل أساسية:

#### المرحلة الأولى: إرهصاص التطبيق

وفي هذه المرحلة لم يبرز بعد تحليل المضمون كأداة متكاملة للتحليل والقياس ، بل مجرد تطبيقات لتصنيف وتحليل المضامين المختلفة، وخاصة المضامين التراثية والتاريخية والأدبية والاجتماعية والنفسية والانتروبولوجية ... من أمثال ذلك : الدراسة التي أجريت في السويد سنة 1640 م حول أتباع مارتن لوثر ( Martin Luther ) ، ودراسة البروفسور بن يمين بوردن Benjamin Bourdon سنة 1888 م في إطار جهوده آنذاك الهادفة إلى فصل علم النفس عن الفلسفة والدين ، وقام بالتقطيع اللغوي لنص انجليزي حول الهجرة ، ودراسة الباحث الأمريكي توماس ( Thomas ) خلال الفترة 1908-1918 م التي سماها الفلاح البولوني، وقم من خلالها بتحليل العديد من الوثائق الخاصة بفترة المهاجرين البولونيين<sup>12</sup> والملاحظ أن جل استخدامات تحليل المحتوى في هذه الفترة تمت خارج حقل الاتصال، وذلك لعدم تأسيس واستقلالية هذا العالم أصلا .. لكنها استمرت كذلك حتى مرحلة الحرب العالمية الأولى والثانية وما بينهما، وخاصة مع انتشار وسائل الإعلام والاتصال من صحافة وإذاعة ، واعتمادهما في الدعاية الحربية ، مما جعل العديد من الباحثين يعتمدون تحليل المحتوى كتقنية لتحليل الرسالة الدعائية في سياق البحث عن عملاء النازية عبر المواضيع المؤيدة لنظام هتلر، وقد كانت جهود جامعة شيكاغو الأمريكية بقيادة هارود لاسويل وتلاميذه مهمة جدا لوضع لأسس الإجرائية العملية لتحليل المحتوى وبالتالي اعتماده كأسلوب موضوعي لجمع البيانات .<sup>13</sup>

#### المرحلة الثانية: التأسيس

ويمكن تحديد انطلاقتها الفعلية مع بروز مؤلف برنارد بيرلسون ( Bernard Berelson ) ، الذي قدم أحد أهم التعاريف المعتمدة لدى الباحثين والدارسين لعلم المناهج ، بل رأى بعضهم أنه أكثر التعاريف مصداقية،<sup>14</sup> فقد عرفه بأنه " تقنية بحث تستهدف الوصف الموضوعي، المنهجي والكمي للمحتوى الظاهري للاتصال " .<sup>15</sup>

ويلاحظ على هذا التعريف ومن سار مساره من بعده ... من أمثال لازويل (Lasswill) الذي عرفه بأنه " الوصف الدقيق والموضوعي لما يقال عن موضوع معين في وقت معين "،<sup>16</sup> وكابلان (Kaplan) الذي وصفه بأنه " التصنيف الكمي لمضمون معين في ضوء نظام للفئات صمم ليعطي بيانات مناسبة لفروض محددة خاصة بهذا المضمون "، فيما عرفه (جانيس Janis) " بأنه أسلوب لتصنيف سمات الأدوات الفكرية في فئات طبقا لبعض القواعد التي يراها المحلل كباحث علمي "17. ويلزر ووينر (Walizer and Winer) (1978 م) بأنه إجراء منتظم ( منهجي) يستخدم لفحص مضمون معلومات مسجلة، ومن العرب الباحثين نجد تعريف (محمد عبد الباسط) بأنه أسلوب يهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم للمحتوى الظاهر للاتصال.<sup>18</sup>

وسمير محمد حسين الذي عرفه بأنه " أسلوب أو طريقة تحليل المحتوى بهذا اللفظ المترجم عن اللغة الانجليزية Content analysis، أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمه الباحثون في مجالات بحثية متنوعة لوصف المحتوى الظاهر والصريح للمادة المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون.<sup>19</sup>

وبالنظر إلى هذه التعريفات وغيرها يتضح أن أشمل هذه التعريفات سايرت تعريف (بيرلسون) وعليه في مجملها أكدت على الخصائص الآتية :

- تحليل المحتوى لا يجري بغرض الحصر الكمي لوحدة التحليل فقط وإنما يتعداه لمحاولة تحقيق هدف معين.
- أنه يقتصر على وصف الظاهر وما قاله الإنسان أو كتبه صراحة فقط دون اللجوء إلى تأويله .
- أنه لم يحدد أسلوب اتصال دون غيره ولكن يمكن للباحث أن يطبقه على أي مادة اتصال مكتوبة أو مصورة.
- أنه يعتمد على الرصد التكراري المنظم لوحدة التحليل المختارة.<sup>20</sup>

والملاحظ أن هذا المفهوم شاع وهيمنة مدة لا بأس بها - بل ولا يزال خاصة في المدارس العربية التقليدية - فقد بينت دراسة كلا من ريف وفريتاغ (Riffe and Freitag) وهي دراسة طولية امتدت من سنة (1971-1995) على مستوى دراسات الإعلام والاتصال ، أن 25 % منها كانت دراسات تحليل مضمون، كما كشف قماوي و ويفر ( Kamhawi and Weaver) أن تحليل المضمون حتى سنة 1999م ، كان أكثر المناهج شعبية في دراسات الاتصال، واستمر ذلك حتى سنة 2008 حسب روجر ويمر-جوزيف دومينيك (Roger immer and Joseph Dominick).<sup>21</sup>

ويقدر الباحث أن هيمنة المدرسة الأمريكية الاستقرائية بطابعها البراجماتي على مناهج البحث، على حساب المدرسة الفرانكفونية بطبعها الفلسفي التأملي ، كانت أحد أهم أسباب شيوع هذا المفهوم الإجرائي والبراغماتي لتحليل المضمون، إذ بلائم ويخدم متطلبات وسياقات العولمة الإعلامية والاتصالية المعاصرة.

### المرحلة الثالثة:النضج والتطوير

بعد شيوع وهيمنة المقاربة السابقة في تعريف تحليل المحتوى ، قدم العديد من الباحثين تحفظات منهجية، انطلاقا كون تحليل المحتوى لم يتعد في أبعاده الوصف الموضوعي المنظم والكمي للمحتوى الظاهر للاتصال دون محاولة كشف عن المعاني الكامنة وراءه ، وعليه هذا الأسلوب أصلا في تحقيق الفرضيات المختلفة، هذا التساؤل ولد محاولات تطوير استخدامات هذا المنهج برؤية تتجاوز المفهوم

والأبعاد الكمية والظاهرية إلى الخلفيات والتفسيرات لكيفية الواجب الوصول إليها في دراسة الظواهر الإعلامية المختلفة ، وكانت أولى هذه الجهود ما قرره مؤتمر ( 1955م ) في ( إلينوا Illinois ) بالولايات المتحدة حول ضرورة البحث عن آليات موضوعية تمكن الباحثين من تجاوز حدود الوصف الظاهري للاتصال، وتوجت الأعمال بطلب صياغة مؤلف جامع يقوم بالنقد والتحليل لجل الدراسات والأعمال التي اعتمدت تقنية تحليل المحتوى في مختلف التخصصات، وتجسد ذلك حقيقة بميلاد مؤلف الباحث الأمريكي ( دو سولا بول Do Sola Pool ) حول " اتجاهات تحليل المضمون " ، لتتولى بعد ذلك الجهود من أجل الارتقاء بتحليل المضمون إلى مستويات أعلى من القياس ، وقد رأى العلماء من أجل ذلك ضرورة تمييز مستويات التحليل بعضها عن بعض ، وذلك وفق الآتي :

الأول : المستوى الوصفي الظاهري للاتصال ، وفيه يتم وصف المضمون الصريح انطلاقاً من المؤشرات الكمية .

والنوع الثاني: المستوى التحليلي أو الباطني أو الكيفي الماورائي للمضمون ، والذي يكشف عن النوايا الحقيقية في النص ( المحتوى ) ، وذلك انطلاقاً من مراجعة السياقات التاريخية والحضارية والثقافية والاقتصادية.... إلخ . التي أنتجت النص وجعلت منه يتكلم وفق ما هو عليه ، وباجتماعهما يقاربان الكمال في تحديد مضامين الرسالة الإعلامية.<sup>22</sup>

**ثالثاً: خطوات تحليل المحتوى** عملياً يتم إجراء تحليل المحتوى وفق لمراحل الآتية :

- 1- ضبط أشكالية الدراسة وتساؤلاتها
- 2- ضبط فرضيات الدراسة ومتغيراتها الأساسية ومؤشراتها .
- 3- ضبط أهداف الدراسة ومجالاتها وحدودها .
- 4- ضبط المجتمع والعينة اللازمة للدراسة .
- 5- ضبط فئات التحليل الأساسية والفرعية ومؤشراتها .
- 6- ضبط وحدات لتحليل وتعريفها .
- 7- اجراءات الصدق والثبات .
- 8- ترميز ثم تحليل البيانات واستخلاص النتائج .

بالنظر إلى خصوصية هذا المقال يصعب تناول كل خطوة بتفصيلها على حدا ، لذلك سنركز على الخطوات الإجرائية للتحليل \* من المرحلة الخامسة إلى المرحلة الثامنة .

### 1- ضبط فئات التحليل الأساسية والفرعية ومؤشراتها

أ- **بناء فئات التحليل** : تعتبر التقيئة أو صياغة الفئات أحد أهم مرحل تحليل لمضمون ، بل إن النجاح في تحقيق نتائج موضوعية وصحيحة لدراسة مضمون ما، رهينة أساساً بمدى قدرة الباحث على تقديم فئات دقيقة لقياس الأبعاد المطلوبة ، لذلك قدم المختصون شروطاً أساسية لنجاح عملية التقيئة سنعمد على بيانها وتفصيلها ، لكن قبل ذلك من الأهمية بمكان الإشارة إلى ذلك الاختلاف بين الباحثين في نقطة الانطلاق لتحديد الفئات ، هل يتعين على الباحث أن يشاهد المضامين الإعلامية المزمع تحليلها وعلى ضوء ذلك يقدم الفئات اللازمة للتحليل ، أم أن الباحث يقدم الفئات انطلاقاً إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وافتراضاتها العلمية قبل مشاهدة المضمون أصلاً .

بكل قالت طائفة ولا يزال الجدل قائماً غير محسوم، ولكل مقارنة إيجابيتها وسلبياتها .  
**فالمقارنة الأولى** : يقضي أصحابها بضرورة فحص المحتوى الإعلامي المقصود تفحصاً دقيقاً ومسبقاً  
 كإجراء أولي ، وعلى ضوء ذلك يشرع الباحث في ضبط فئات التحليل . ويسمى بعض الباحثين بالترميز  
 المنبثق ( Emergent Coding ) أي إنشاء لفئات بعد الاختبار الأولي للبيانات <sup>23</sup>، ولا شك أنها مقارنة  
 مهمة جداً كونها تمكن الباحث من تقديم فئات تلبس المضمون المراد تحليله، وتستوعب الإجابة عن تساؤل  
 ماذا قيل وكيف قيل ؟ من دون أن تحيد عنهما . لذلك يؤسسون هذا التوجه على افتراض أن الترميز  
 المسبق قد يقدم فئات لا دلالة لها في المحتوى ( صفرية ) .  
**المقارنة الثانية** : وتسمى مقارنة الترميز المسبق ( a Priori Coding ) إنشاء الفئات قبل جمع البيانات،  
 وأصحابها ينطلقون من انتقادهم لإجراءات المقارنة السابقة ، فمشاهدة المحتوى ثم تقيّمه عملية مختزلة  
 وقاصرة عن استكشاف الأبعاد الحقيقية للمحتوى ، وهي إن كانت تمكن من عرض المحتوى والتحكم فيه بدقة  
 ، فهي لا تكمل الغرض المتوخى لاستكمال عملية التحليل نقد المحتوى ، والوقوف على ما لم يقله  
 المضمون وكان ينبغي قوله . بل إنها تجعل المضمون يتحكم في الباحث وليس العكس وهذا خطر في  
 منظورهم .

لذلك تفترض هذه المقارنة أن يقدم البحث فئات معيارية دقيقة ومضبوطة انطلاقاً من إشكالية الدراسة  
 والفرضيات المقررة من جهة والمبررات النظرية والمفاهيمية من جهة ثانية ، تمكنه من تقديم قراءة متكاملة  
 للمحتوى الإعلامي .

وتعد دراسة كلا من كير وموي ( Kerr and Moy ) سنة ( 2002 م ) أحد أهم الدراسات في هذا السياق،  
 وقد تناولت تغطية وسائل الإعلام للمسيحيين الأصوليين ، وافترضت عشر فئات انطلاقاً من لقول  
 النمطية السائدة.<sup>24</sup>

والملاحظ أن كلا المقارنتين قدمتا إضافة مهمة لعملية التحليل، لكن يقدر الباحث أن المقارنة الثانية أولى  
 وأقدر خاصة في مستويات متقدمة من البحث شريطة أن يمتلك الباحث الخلفية النظرية والعملية الكافية  
 لاستنباط الفئات ، عكس المقارنة الأولى التي تصلح للمتدربين المبتدئين في عملية التحليل .

ب- **تعريف فئات التحليل** عملية التقيّم في الأساس هي عملية تجزئة المحتوى إلى وحدات قابلة للقياس  
 والعد ، انطلاقاً من جمع الخصائص أو الأوزان أو السمات المشتركة في المحتوى وإعادة تصنيفها في  
 عناوين جامعة ذات دلالة لها علاقة مباشرة بإشكالية الدراسة وتساؤلاتها .

لذلك يعرفها مادلين قرويتز ( Grawitz Madeline ) بأنها " خانات ذات دلالة على أساسها  
 يصنف ويكمم محتوى الاتصال " <sup>25</sup>، و يرى يوسف تمار بأنها " عملية تقسيم المحتوى إلى منظمة من  
 الأفكار التي لها علاقة مباشرة بإشكالية وأهداف الدراسة "، وهذا التجميع عبارة عن عملية تقليص لنص  
 الرسالة على أساس الاحتفاظ فقط بما له علاقة بفرضيات الدراسة وتساؤلاتها .<sup>26</sup>  
 وعليه لا توجد فئات جاهزة صالحة لكل الموضوعات بل لكل موضوع فئاته الخاصة به ، كما لكل طبيعة  
 محتوى خصوصياته التي تميزه وتميز فئاته.

ج- **شروط فئات التحليل** من أجل تحقيق فعالية وجودة عالية لعملية التحليل لا بد من توافر جملة من  
 الشروط الأساسية في بناء فئات التحليل ، يمكن إجمالها في ما يأتي :

1- الشمولية (Exhaustivity) : يجب أن تكون الفئات سانحة بتصنيف كل محتوى الاتصال الذي يلائم إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها ، لذلك يجب أن تأخذ عملية التقيئة في اعتبارها كل وحدة من وحدات التحليل ، وإذا تم اكتشاف مثال أو اثنين غير اعتياديين ، فبالإمكان إضافة فئة جديدة مصنفة تحت اسم " أخرى " .<sup>27</sup>

2- الاستقلالية : أي عدم تداخل الفئات فيما بينها ، بحيث تشمل كل فئة مظهرا أو موضوعا أو فكرة مستقلة عن باقي الفئات، لذلك ينصح الطلبة والباحثون بضرورة تعريف الفئات تعريفا دقيقا جدا ، وإن اقتضى الأمر إبراز مؤشرات قياس كل فئة في المحتوى، لأن ذلك من شأنه أن يحقق الاستقلالية في التصنيف .

3- الوضوح : يجب أن تكتسي عملية التقيئة وضوحا ودقة تامين حتى يتسنى ضبط عملية التحليل ، لذلك يلجأ لتحقيق أعلى مستوى من الوضوح والدقة زيادة على تعريف الفئات ، إجراء اختبارات الثبات، بحيث لو كان هناك عدة مرمرزين لنفس المحتوى لحصلنا على نفس النتائج .<sup>28</sup>

4- الملائمة : لا بد على الفئات التي تم تعيينها أن تكون على علاقة بأهداف الدراسة ، وخاصة في الإجابة على تساؤلاتها، وفي هذا السياق كثيرا ما ننصح الطلبة بجعل التساؤلات الأساسية الفرعية من الدراسة نفسها الفئات الرئيسية والفرعية للتحليل، وهذا حتى يتسنى تحقيق الانسجام التام بين التساؤلات والتحليل المطلوب .

د- تعيين فئات التحليل يجب التأكيد بداية أن الطالب أو الباحث ليس ملزما باعتبار كل أنواع الفئات في دراسته على ضوء ما هو مقرر في أدبيات المنهجية من تصنيف، وإنما عليه أن يختار ما يتوافق وإشكالية دراسته وتساؤلاتها وفرضياتها، وكذا طبيعة المجتمع أو العينة المدروسة .

كما نؤكد أن ليست ثمة تصنيفات ملزمة أو عدد محدد من الفئات يتعين على الباحث أو الطالب الوقوف عنده لا يتجاوز إلى غيره، بل في كثير من الأحيان يمكن للطالب في ضوء خصوصية دراسته أن ينتقي ويوظف فئات تلائم طبيعة المحتوى والوسيلة التي يختارها، وربما قد ينشئ فئات لم يسبقه إليها غيره . أما تعيين الفئات وأنواعها فيظل نموذج بيرلسون ( Berlsion ) إلى حد الساعة، هو السائد في تعيين الفئات إذ يقرر " مازالت دراسات معينة منتجة إلى الحد الذي تكون فيه الشرائح ( الفئات ) صيغت بوضوح وتم تكييفها مع المشكلة والمضمون " ، إن تعيين الفئات هي عملية تصنيف محتوى الاتصال ، أي الوصول إلى تلك العناوين الجامعة التي تؤدي إلى عملية تقليص النص إلى أجزائه الأساسية ، وعادة ما يتم تعيين الفئات على أساس النموذج الذي وضعه برلسون ( 1912- 1979 ) ، والذي تنقسم على أساسه الفئات إلى فئتين أساسيتين وهما :

## 2- الفئات الخاصة بالمضمون(ماذا قيل؟)

فئة الموضوع : وهي أكثر الفئات استخداما وتصدر عن سؤال على ماذا يدور المحتوى ؟ أو ما هي المواضيع التي عالجه المحتوى ؟ ويعتمد تصنيفها وتقيئتها وفق إشكالية الدراسة وتساؤلاتها. ويمكن أن يضمها الباحث فئات فرعية خاصة . شريطة أن يلتزم بتعريفها وضبط مؤشرات لتستكمل شروط التقيئة وهي الاستقلالية والشمول والدقة والوضوح .

فئة الفاعل : وتقصد هذه الفئة رصد الأشخاص ، الهيئات، المؤسسات ، التي تحرك الموضوع المثار في الرسالة. سياسيون، مجاهدون ، أحزاب، علماء، .... إلخ .

**فئة الأهداف :** وتعنى برصد الاهداف التي يرغب صاحب المحتوى أو الرسالة في توجيهها من خلال معالجته للموضوع .

**فئة السمات :** وهي الفئة التي تهتم برصد خصائص الشخصيات الفاعلة في المحتوى مثل : لسن، الجنس، مستوى الذكاء، الوضع لاجتماعي، القدرة على الفهم، المبادرة، الإبداع، حب العمل ... بالنسبة للأفراد. ويمكن البحث عن التقارب، التنافر .. بالنسبة للجماعات.

**فئة الاتجاه :** تتعدد تعريفات المشتغلين بالدراسات الإنسانية بشكل عام لمفهوم الاتجاه، ذلك انه عملية نفسية وعقلية معقدة، يصعب تدقيق ملامحها ، مما يجعل من عملية تحديد الوجهة التي تأخذها الرسالة الإعلامية من موقف أو قضية معينة ، تحديدا دقيقا واحدة من أصعب المعضلات الإعلامية التي تواجه الباحثين .

و مع ذلك تتطلق هذه التعريفات في أغلبها من مرتكزات أساس تتقارب في اللفظ كما تتقارب في المعنى والدلالة. مبينة أنه" حالة من التهيؤ للإدراك والتفكير و الشعور والسلوك نحو شيء أو شخص أو مسألة بطريقة معينة" <sup>29</sup> و القصد أنه الجانب الذي تأخذه الرسالة أو الانحياز من القضية أو الموقف المدروس، فالإتجاه على هذا النحو بمثابة نسق أو منظومة تشمل «ردود أفعال Réactions « الفرد الوجدانية والمعرفية والسلوكية نحو موضوع الإتجاه.

وكما اختلف الباحثون في وصف الإتجاه، تباينت كذلك طروحاتهم في معرفة و وصف مستوياته، أقلها المستويات الثلاثة المعروفة "مؤيد"، "معارض"، "محايد" مع أن الباحث بإمكانه أن يصل إلى استخدام مستويات أكثر تبعا لخصوصيات الدراسة..<sup>30</sup>

**فئة القيم :** تشكل القيم في جوهرها تنظيمات معقدة لأحكام عقلية انفعالية معممة نحو الأشخاص أو الأشياء أو المعاني سواء أكان التفضيل الناشئ عن هذه التقديرات متفاوتة صريحا أو ضمنيا، وان من الممكن التصور أن هذه التقديرات على أساس أنها امتداد يبدأ بالتقبل ويمر بالتوقف وينتهي بالرفض.<sup>31</sup> و تتبع غالبا من التجربة الاجتماعية وتتوحد بها الشخصية ، وهي عنصر مشترك في تكوين البناء الاجتماعي والشخصية الفردية، تكون أحيانا واضحة تحدد السلوك تحديدا قاطعا، و أحيانا أخرى غامضة متشابهة تجعل الموقف ملتبسا مختلطا، والمهم في السياق أن مثل هذه الفئة مهمة جدا في تصنيف المعتقدات، و الأعراف التي يمكن أن تؤثر في سلوكهم وفي أفكارهم تجاه القضايا المطروحة.<sup>32</sup>

وعلى الباحث أو الطالب وهو يرصد القيم المتضمنة، من الأهمية بمكان العمل على تصنيفها وفق ما يخدم إشكالية الدراسة وأهدافها، مع الإشارة إلى أنه لا يوجد نموذج أو معيار خالص لتصنيف القيم وإنما اقترابات يجتهد فيها الباحث وفق ما يخدم موضوعه ، لذلك نجد ثمة من يصنفها حسب اتجاهها إلى القيم الايجابية و القيم السلبية . أو حسب توافقها ، القيم المؤيدة والقيم المعارضة ، أو حسب أصلاتها القيم الأصلية والقيم الدخيلة، أو حسب موضوعها القيم الاجتماعية والقيم السياسية والاقتصادية والثقافية والفنية والجمالية والدينية .

الرفض - التمييز - التعصب- الغضب- التحيز- التحامل.

**فئة المصدر :** و تفيد هذه الفئة في معرفة الشخص أو الجهة مصدر المعلومة، بمعنى تجيب على السؤال إلى ما هو مرجع أو مصدر المعلومة المتداولة في المحتوى الإعلامي... و تتمثل غالبا في مصادر العمل الدعوي أو الاتصالي كمصادر الوحي (القرآن والسنة ) ، أو مصادر علمية أكاديمية، مصادر رسمية ،



مصادر إعلامية ، مصادر عامة ، سير وأعلام، مصادر ذاتية، الجمهور .... إلخ. وتكتسب أهمية هذه الفئة لما ينطوي عليه مصدر المعلومة من تأثير في هويتها، و مصداقيتها، والغايات الواضحة والكامنة من ورائها.<sup>33</sup>

### 3- الفئات الخاصة بالشكل (كيف قيل؟)

فئة الشكل وتهتم برصد شكل عرض المادة الإعلامية، وعادة ما تحاول الإجابة عن السؤال ( كيف قيل؟ ) ، وتصدر أهمية هذه الفئة من قوة تأثير شكل التقديم و العرض أو الكتابة في قناعات المستقبلين، إذا كثيرا ما يميل المستقبلون إلى الرسالة الإعلامية من مجرد شكلها، بل ربما هو النافذة الأولى التي يتعرفون من خلالها على الرسالة، ومعروف أن الشكل يحمل في ذاته دلالات معينة يقصدها القائم بالاتصال، فأسلوب الكلام ، المؤثرات الصوتية، الألوان ، الإيماءات .... لا تستخدم عبثا ولا صدفة بل بقصد وعناية كبيرين غالبا. وهو ما يسعى أسلوب تحليل المحتوى لرصده واستكشافه. ومن أهم الفئات التي يعينها الدارسون في الشكل نجد :

أ/ فئة أساليب الإقناع : و هي الوسائل التي يوظفها المرسل من أجل تأكيد أقواله، أو تحقيق أهدافه قيمة<sup>34</sup>، وتلخص بالإجمال في الأساليب العقلية والأساليب العاطفية، لكن هناك من يحاول تفصيلها وليس في الأمر إشكال فقط يتوجب على لطالب أو الباحث تقديم المبررات الكافية ( مؤشرات ) هذا التفصيل .

ب/ فئة موقع النشر : وتوضح مدى الاهتمام بعرض وإبراز الموضوع على الكتاب أو الصفحات أو الموقع أو في التلفزيون، فدون شك ما يخير له الواجهة سوف لن يكون كالذي يكون في الأخير، وفي هذا السياق أشارت الدراسات على مستوى الصحف مثلا أن الصفحة الأولى أكثر مقروئية من الأخيرة، والأخيرة أكثر مقروئية من الصفحة الثانية، ثم التي تليها فالتى تليها...<sup>35</sup>

ج/ فئة المساحة : هي الفئة التي تقيس الحجم المتاح من الزمن و المكان أو الحجم ... إذ معروف في الرسالة الإعلامية أن ثمة تلازم طردي بين الاهتمام والحجم ، فكلما زاد الحجم زاد الاهتمام و العكس بالعكس . جدير بالذكر أن في المساحة ينصح الطالب برصدها مقارنة بالمساحة الإجمالية للرسالة .

د/ القوالب الفنية : وهذه الفئة تعني خاصة بفنون الكتابة الصحفية وقد تتعدى الى بعض أشكال الاتصال الأخرى كالمواقع الالكترونية و صفحات شبكات التواصل والمدونات ... وهي تسعى إلى معرفة القالب الفني الذي قيلت فيه الرسالة، خبر ، حديث، مقال ، عمود، صورة، كتابة، مقطع مسموع، مقطع مشاهد، تعليق... إلخ

هـ/ شكل العبارات : أي بناء العبارات والجمل المحتواة في الرسالة من حيث التركيب النحوي أو الأسلوبية ، وقد يصنفها آخر حسب قوتها أو موضوعيتها .

و/ اللغة : ويقصد بها اللغة التي قدمت فيها الرسالة ، وهنا يقدم الباحثون العديد من التصنيفات مثلا : لغة فصحي / لغة دراجة أو عامية/ لغة مختلطة أو لغة عربية / لغة أجنبية أو لغة علمية / لغة عامية .. إلخ .

ز/ العناصر التبوغرافية : ويقصد بها الكيفية التي يتم بها إخراج المادة الإعلامية، ويمكن ان تضم هذه الفئة العديد من الفئات الفرعية على غرار: فئة العناوين ( بنط العنوان - مكانه - نوعه - صياغته - لونه - عدد كلماته )، فئة اللقطات ( زاويتها - تحريكها - تكرارها )، فئة المقاطع المذاعة أو المسموعة.<sup>36</sup>

ح/ الإخراج الفني : وتشمل الأصوات ، الموسيقى ، زوايا الرؤيا، اللقطات، ... إلخ<sup>37</sup>

ط/ الألوان : ألوان داكنة، ألوان خفيفة، ألوان جذابة ..<sup>38</sup>

## 3- ضبط وحدات التحليل

إن نص الاتصال بكامله لا يحتوي بالضرورة على عناصر تحليل لها علاقة كلها بإشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وبالتالي الباحث مضطر إلى القيام بنوع من الانتقاء للبيانات التي لها علاقة، أي وكأنه يقوم بعملية تقطيع النص ليترك منه فقط ماله علاقة، تلكم هي بالضبط عملية استخراج وحدات التحليل، فالباحث حين قام بالتفتيش السابقة يمكن القول أنه بوب نص الاتصال وفق خانات جامعة حسب مقتضيات المضمون والشكل، وهنا على الباحث أن يطرح السؤال الآتي : ماذا سأضع في هذه الخانات الجامعة أو ما يسمى بالفئات ؟ .

لذلك تعتبر الوحدات أصغر عناصر عملية التحليل ، وهي التي يمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة، و يعطي وجودها، أو غيابها و تكرارها، أو إبرازها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية، وهي الأخرى تتطلب تعريفا إجرائيا واضحا ودقيقا من السهل تمييزه، ويمكن في السياق الإشارة إلى أن ثمة ثلاثة أنواع من الوحدات تستعمل غالبا في من قبل الباحثين في تحليل المحتوى وهي :  
 - وحدات التسجيل : و هي أصغر جزء في المحتوى يختاره الباحث و يخضعه للعد والقياس، و يعبر ظهوره أو غيابه، و تكراره عن دلالة معينة في رسم نتائج التحليل ، وفي إطار هذه الوحدة يمكن أن نجد :  
 - الوحدة الطبيعية للمادة الإخبارية : وهي الفئة التي يقع عليها العد ابتداء للتبويب، والتحليل بالنسبة لفئة القوالب الصحفية، وذلك للكشف عما يمكن أن يكون من توافق أو تباين بين أفراد العينة على أكثر من مستوى.

- الكلمة و الفقرة : كوحدة لغوية ، و تتأكد هاتين الأخيرتين كوحدة للتسجيل، لما لهما من أهمية في ضبط، و حصر المصطلحات و الكلمات والعبارات الوصفية، و السمات المعبرة بحق عن اتجاه الصحيفة- خاصة في موضوعنا هذا- و بالأخص وحدات التحليل الخاصة بالمضمون.  
 - الفكرة : وهي عبارة عن جملة أو عبارة تتضمن الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل، وتكون عادة جملة مختصرة محددة تتضمن مجموعة من الأفكار التي يحتوي عليها موضوع التحليل .<sup>39</sup>  
 - الموضوع : وهو من أهم وحدات التحليل، و أبرزها في الدلالة على مؤشر الاتجاه، حيث تظهر نتائج الإحصاء الكمي، وترتيبها، قيمته في الإشارة إلى حقيقة مستوى الاهتمام، و اتجاهه . أما إذا كانت مادة الاتصال مرتبة فيمكن أن تكون وحدة التسجيل هي الصورة أو اللقطة أو المقطع الإذاعي .

ب- وحدات السياق : و هي وحدات لغوية داخل المحتوى (قد تكون إما جملة أو فقرة أو موضوعا) تفيد في التحديد الدقيق لمعاني وحدات التسجيل التي يتم عليها العد والقياس، فهي الوحدات الأكبر لوحدة التسجيل التي يتم عليها العد والقياس، فمثلا : إذا كانت الكلمة وحدة التسجيل فإن الجملة تصبح وحدة سياق، والجملة يصعب ترميزها وحدها دون الفقرة.<sup>40</sup>

يمثل هذا المستوى من التحليل دعامة أساسا في تحليل المواد الإعلامية، و الدعائية، و الاتجاهات، والقيم، والمعتقدات .... فضلا عن كونها تعطي تحليلا أعمق و تضيف أبعادا هامة، و جديدة أثناء عملية التحليل رغم ما يكتنفها في هذا المستوى من صعوبات- عملية التحليل- عدها البعض أصعب وحدات تحليل المضمون".<sup>41</sup>

**ج-وحدات العد :** نتحدث في هذه الحالة عن ما يحسبه الباحث حين يشرع في عملية التحليل، إذ هي في النهاية ما قام الباحث حقيقة باحتسابه، وهي المطلب النهائي في عملية الترميز، و تمهد للعرض الإحصائي، وعقد المقارنات و دراسة الارتباطات و تفسير النتائج الكمية المعبرة عن السمات الخاصة بمحتوى الاتصال، وهي على نوعين حسابية أو هندسية.

**حسابية :** تسمح بحساب أو عد عدد المرات التي تظهر فيها كلمة أو صورة أو دقائق..في نص الاتصال.  
**هندسية :** المساحة التي يشغلها فئة ما من الفئات في نص الاتصال .  
**رابعا: أسلوب العد والقياس**

و هو التسجيل الكمي لوحدات المضمون وفئاته و متغيراته الخارجية، بطريقة منظمة تعيد بناء المضمون في شكل أرقام و أعداد، يمكن من خلال المعالجة الإحصائية لها، الوصول إلى النتائج الكمية التي تسهم في التفسير والاستدلال و تحقيق أهداف الدراسة<sup>42</sup>

و هناك في الغالب أربعة طرق أساسية للعد في تحليل المحتوى و هي :

الأولى : اكتشاف ما إذا كانت الفئات أو الوحدات موجودة أو غير موجودة.

الثانية: التكرار الذي تظهر به الفئات أو الوحدات.

الثالثة: قياس درجة الشدة التي تظهر بها الفئات أو الوحدات في المحتوى.

الرابعة: كمية أو مساحة الفئات.<sup>43</sup>

وعادة ما ينتج عن عملية العد و القياس تباينا ما في النتائج يتخذ كأساس للمقارنة، ويستخدم في ذلك عدد من الأساليب يطلق عليها في التراث المنهجي مستويات، أو مجالات القياس<sup>44</sup>، ويلجا عادة إلى مستويين هما من الأهمية :

أ- **القياس الاسمي « The Nominal » :** و يقصد به الملاحظة الكيفية لظهور هذه الوحدات أو غيابها، كثرتها أو قلتها....كلها سمات يعبر عنها بالألفاظ أو الرموز التي تحمل في مفهومها التباين القائم بين الفئات و الوحدات.

ب- **القياس الترتيبي « The Ordinal » :** و يقتضي هذا المستوى وضع ترتيب لنتائج الرصد يوضح التباين في الظهور من خلال هذا الترتيب، حتى يمكن التعبير عنها بصفات لفظية تتفق مع مستويات هذا الترتيب.مثل الحالة (أ) أكبر من الحالة (ب) أو الحالة (أ) تختلف عن الحالة (ب).<sup>45</sup>

**رابعا: إجراءات العد والقياس**

بعد استكمال المراحل الأساسية في بناء أداة التحليل، يتعين على الباحث إخضاعها للصدق والثبات من أجل إضفاء الطبيعة الموضوعية والعلمية عليها، والصدق يشير في الأساس إلى درجة استقلالية الإجابات عن الظروف العرضية للبحث ، وبالتالي إلى مدى دقة وصلاحيته أداة جمع البيانات لقياس ما وضعت لقياسه، أما الثبات فيشير أساسا إلى قابلية تكرار النتائج ،<sup>46</sup>

1- **الصدق :** ويقصد بصدق التحليل في الدراسات التحليلية الكمية لمواد الإعلام والاتصال المتنوعة، هو التأكد العلمي من إن استمارة التحليل تقيس فعلا ما يراد قياسه ، وعليه ينصح الطلبة والباحثون في هذا السياق بضرورة الحرص على صدق الأداة انطلاقا من :

- تحديد الفئات طبقا للقواعد المنهجية المعروفة المشار إليها آنفا .
- القيام بتعريف الفئات وعناصرها الأساسية (تعريفا إجرائيا ) دقيقا .

- عرض استمارة التحليل على محكمين يتراوح عددهم ما بين الثلاثة والخمسة من ذوي الخبرة والاختصاص ليتسنى التدقيق المنهجي والمعرفي للأداة .
- التزام تعديلات المحكمين .

وتذكر الأدبيات المتخصصة في هذا المجال أن الصدق يتضمن العديد من الأنواع : الصدق الظاهري Face Validity، صدق المحتوى : Content Validity ، صدق المفهوم : Construct Validity، الصدق العملي Factorial Validity، الصدق التجريبي Empirical Validity الصدق التنبؤي Predictive Validity الصدق التلازمي Concuvent Validity الصدق التطابقي Congruent Validity... ويشير الصدق الظاهري إلى ما إذا كانت الأداة المستخدمة حقا تقيس نفس السلوك المراد قياسه، أما صدق المحتوى فيشير إلى مدى تطابق المحتوى مع فقرات القياس والتحليل،<sup>47</sup> وصدق المفهوم يقصد به أساسا إجرائية المفاهيم، والسبل المؤدية إلى حسن قياسها أو قياس مؤشرات الواقعية،<sup>48</sup> فيما يشير الصدق العملي بالبحث لإيجاد الصدق عن عوامل مشتركة تقيسها عدة اختبارات صادقة لتحديد اشتراك هذه الاختبارات في قياس تلك العوامل، ويفيد الصدق التجريبي في قياس مدى الصدق على الاتفاق أو الارتباط بين نتائج الاختبار الذي ننوي الكشف عن صدقه ونتائج اختبار آخر.. إلى غير ذلك .<sup>49</sup>

والمعول عليه لدى طلبتنا وباحثينا كأضعف إيمان أن لا يتخلوا عن الإجراءات المشار إليها أعلاه في التأكيد على صدق أدواتهم البحثية المتعلقة بتحليل المحتوى

2- **الثبات** : إن مفهوم الثبات حاسم في تحليل المحتوى، فإذا أردنا أن يكون التحليل موضوعيا ، عندئذ يجب أن تكون إجراءاته ومقاييسه ثابتة، فلو أعدنا قياس نفس المادة فسنحصل على نفس القرارات أو الاستنتاجات .<sup>50</sup>

وتبين الأدبيات في هذا السياق عن وجود العديد من الاختبارات الإحصائية المهمة لقياس الثبات : خاصة الثبات الكلي ( إعادة الاختبار)، الاتساق الداخلي ( لمفردات الأدوات) ، ثبات المحكمين ( تقاطع ملاحظاتهم)، الخطأ المعياري، ومن المعاملات الإحصائية **النوع الأول الثبات الكلي ( إعادة الاختبار Test-retest )** : ويتمثل في تكرار الاختبار في فترتين زمنيتين مختلفتين وتحت الظروف نفسها قدر الإمكان ، ويتحقق الثبات إذا ارتفع معامل الارتباط بين قيمتي الاختبارين ، والذي تعبر عنه المعادلتان الآتيتان :

- قيمة الاختبار على قيمة إعادة الاختبار تساوي واحد

- قيمة الاختبار ناقص قيمة إعادة الاختبار تساوي صفر

**النوع الثاني قياس الاتساق الداخلي ( لمفردات الأدوات) :** ويستخدم لقياسه العديد من المعاملات اشهرها في تحليل المحتوى اختبار ( هولستي Holsti ) للاتفاق بين المحللين .

#### خامسا: تحليل المحتوى بين الكم والكيف

عرف تحليل المضمون تطورا منذ ( سنة 1952 م ) فكان الاقتراح بإنشاء منهج يسمح بالقيام باستنتاجات تبين بانتظام الخصائص المميزة للرسالة . وبذلك تنتقل من الخصائص الظاهرة والكمية لعناصر النص إلى مفاهيم الشكل والبناء . على الرغم من الدقة في تعريفه وفي استعماله، بقي تحليل المحتوى كليا بالأساس. نقيس عدد المرات التي يظهر فيها المؤشر أو الوحدة في النص.<sup>51</sup> ... غير أن الرسالة نفسها تستطيع أ

تعطي دلالات مختلفة تبعا لظروف نشأتها وسياق تأثيرها وتأثيرها كان لزاما على الباحثين الارتقاء بهذا الأسلوب من الكم إلى بعد آخر يمكن من إعطاء القراءة السليمة والموضوعية للنص، ذلك وإن كانت الرسالة تركيبا كميا لمفردات وأفكار وصور وو.. إلخ، فإن ظروف إنتاجها ( النفسية، العلمية، الاجتماعية، السياسية، الثقافية، البيئية.... الخ ) تضفي عليها معنى آخر هو من صميم جوهر وحقيقة الرسالة، وهو ما لا ينبغي إغفاله بأي حال من الأحوال..

من هنا كما أشرنا في ( تطور تحليل المحتوى سلفا ) لقي البعد الكيفي في تحليل المحتوى عناية كبيرة من قبل المدارس المعاصرة ، فالتحليل الكمي جد بسيط ، لا يتعدى ترجمة ترددات وحدات التحليل في الكثير من الدراسات، وهو شيء سلبي لأن الاعتماد على مؤشرات الظواهر، يتطلب وسائل تحليلية أكثر دقة وقوة<sup>52</sup> وأكثر شمولاً في تناول الرسالة .

لكن ما ينبغي الإشارة إليه أن التحليل الكيفي هو ذاته لا يسلم من الانتقاد، خاصة وأن الباحث ينطلق فيه من قراءته الذاتية وخبرته الشخصية في تفسير وتأويل النص أو المحتوى الاتصالي، مما قد يضفي على الدراسة بعدا ذاتيا وهو أمر مرفوض حتما، إذن هي جدلية قائمة بين التزام حدود ما جادت به البيانات الكمية، وبين تحيز الكيف ، تتطلب بلا شك وجود مقارنة وسيطة تراعي الخصوصية الكمية للبيانات، يتعامل الباحث معها في إطارها الطبيعي بمعنى يمكنه من خلال تحليله لرمز الرسائل الوصول إلى وصفها على أنها متشابهة، متوافقة، مركبة ومتنوعة .. إلخ، ومن هنا فهو يستعمل فئات ذهنية - كيفية - لفهم الرسائل وتصنيفها، ويستصحب معها القراءة الكيفية المسندة إلى استنتاجاته وفهمه وقراءاته، استنادا منضبطا ودقيقا وموضوعيا قدر الإمكان ، يراعي فيه الباحث كل سبل الاستدلال إما من دراسات أكاديمية<sup>53</sup> سابقة أو نظريات ومقاربات مفسرة للظاهرة محل الدراسة ، خبرات أو مراسيم وقوانين رسمية أو شهادات ، أو وقائع مؤكدة أو من خلال مضمون العينة ذاتها أو من المجتمع المدروس ....بما يمكن فعلا من المعاني إبراز المعاني الكامنة في السياقات المحددة للمضمون.

### الهوامش

<sup>1</sup> روجر ويمر و جوزيف دومينيك (2013): مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي ، (تر) صالح أبو صبح وفاروق منصور ، ط 1، المنظمة العربية للترجمة ، بيروت ، لبنان ، ص 178 .

<sup>2</sup> علي غربي(2010) : أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، ط 1 ، دار الطباعة والنشر والتوزيع الفائز ، قسنطينة، الجزائر ، ص 89

<sup>3</sup> ينظر روجر ويمر وجوزيف دومينيك : مرجع سبق ذكره ، ص 278

<sup>4</sup> المرجع نفسه.

<sup>5</sup> ينظر على غربي .مرجع سبق ذكره، ص 93 .

<sup>6</sup> محمد عبد الحميد(1980) : تحليل المحتوى في بحوث الإعلام . دار الشروق ، القاهرة ،ص 82

<sup>7</sup> رشدي طعيمة (1987): تحليل المحتوى في العلوم الانسانية . ط1، دار الفكر العربي، القاهرة.ص 26

<sup>8</sup> فضيل دليو(2015): عناصر منهجية في العلوم الاجتماعية . مخير علم اجتماع الاتصال، جامعة قسنطينة

ص3،67

<sup>9</sup> محمد تمار : مرجع سبق ذكره.

<sup>10</sup> ينظر روجر ويمر وجوزيف دومينيك : مرجع سبق ذكره ، ص 279 .

<sup>11</sup> هذه القراءة من تقدير الباحث .

<sup>12</sup> ينظر أحمد بن مرسل(2010):مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال.ط4،ديوان المطبوعات

الجامعية، الجزائر، ص ص 251-252.

<sup>13</sup> ينظر المرجع نفسه ، ص 254.

- <sup>14</sup> آلان لارمي وبرنارد فالي(2007): البحث في الاتصال عناصر منهجية . (تر) ميلود سفاري وآخرون ، مخبر علم الاجتماع للاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة ، ص 92.
- <sup>15</sup> المرجع نفسه
- <sup>16</sup> محمد عبد الحميد : مرجع سبق ذكره ، ص 16.
- <sup>17</sup> المرجع نفسه، ص 16.
- <sup>18</sup> محمد عبد الباسط (1980): أصول البحث الاجتماعي . دار الشروق ، القاهرة ، ص 10.
- <sup>19</sup> سمير محمد حسين (1983): تحليل المضمون تعريفاته ومفاهيمه ومحدداته . عالم الكتب ، القاهرة ، ص 19.
- <sup>20</sup> صالح محمد العساف(1989) : المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية ، مكتبة العبيكان ، الرياض ، ص 235.
- <sup>21</sup> روجر ويمر ، جوزيف دومنيك : مرجع سبق ذكره ، ص 297.
- <sup>22</sup> يمكن للاستزادة والتفصيل مراجعة دراسة الباحثة سوزان ريتشارد ( Suzanne Richard ).  
Suzanne Richard (2006): L'analyse de contenu pour la recherche en didactique de la littérature. Le traitement de données quantitatives pour une analyse qualitative : parcours d'une approche mixte.. RECHERCHES QUALITATIVES .Université  
http://www.recherche-] On-Line [de Sherbrooke, VOL. 26(1), , pp. 181-207.  
qualitative.qc.ca/Revue.html
- \* إسقاط المراحل الأربعة الأولى لا يعني عدم أهميتها ، بل العكس تماما فهي تستوجب كل واحدة منها تفصيلا دقيقا ومفصلا ، غير أن المقام لا يتسع لذلك ، ويعمل الباحث على إعداد مطبوعة بيداغوجية تتناول هذه الخطوات الأساسية للبحث لفائدة طلبة الليسانس بقسم الدعوة والإعلام والاتصال .
- <sup>23</sup> ينظر روجر ويمر ، جوزيف دومنيك : مرجع سبق ذكره ، ص 294.
- <sup>24</sup> ينظر روجر ويمر ، جوزيف دومنيك : مرجع سبق ذكره ، ص 294.
- <sup>25</sup> Grawitz Madeline : Méthodes d'épistémologie Armand Colin, Collection « U ». paris . 1972.
- <sup>26</sup> ينظر سعيد سبعون ، مرجع سبق ذكره ، ص 234.
- <sup>27</sup> شريطة أن لا تتجاوز نسبة هذه الفئة المضافة 10%، لأنه في مثل هذه الحالات يصبح ثمة خلل في نظام التقينة عادة، يستوجب ضرورة إعادة النظر ، ينظر روجر ويمر ، جوزيف دومنيك : مرجع سبق ذكره ، ص 296.
- <sup>28</sup> ينظر سعيد سبعون ، حفصة جرادي : مرجع سبق ذكره ، ص 234.
- <sup>29</sup> كمال الدين جعفر عباس(2004) : الاتصال السياسي . ط1، المكتب الإسلامي، دمشق، ص 141.
- <sup>30</sup> محمد عبد الحميد : تحليل المحتوى في بحوث الإعلام . مرجع سابق، ص 124-125.
- <sup>31</sup> عطية محمود هناء(1959) : التوجيه التربوي والمهني . مكتبة النهضة المصرية. ص 26
- <sup>32</sup> المرجع نفسه : ص 126.
- <sup>33</sup> سمير محمد حسين: مرجع سبق ذكره ، ص 95.
- <sup>34</sup> ينظر محمد عبد الحميد : تحليل المحتوى في بحوث الإعلام . مرجع سبق ذكره ، ص 132.
- <sup>35</sup> ريتشارد بن لويس و آخرون(1992): تحليل مضمون الإعلام – (تر) محمد ناجي الجوهر، مديرية المكتبات والوثائق الوطنية، ص 41.
- <sup>36</sup> ينظر محمد تمار : مرجع سبق ذكره ، ص 57.
- <sup>37</sup> المرجع نفسه . ص 57.
- <sup>38</sup> المرجع نفسه ، ص 58 .
- <sup>39</sup> سمير محمد حسين : مرجع سبق ذكره ، ص 79-83.
- <sup>40</sup> ينظر : رشدي طعيمة : مرجع سبق ذكره ، ص 137.
- <sup>41</sup> ينظر كمال الدين جعفر عباس : مرجع سبق ذكره ، ص 249.
- <sup>42</sup> المرجع نفسه، ص 181.
- <sup>43</sup> ينظر محمد عبد الحميد : تحليل المحتوى في بحوث الإعلام . مرجع سبق ذكره ، ص 183.
- <sup>44</sup> ينظر المرجع نفسه، ص 187.
- <sup>45</sup> ينظر مصطفى خلف عبد الجواد(2009): الإحصاء الاجتماعي المبادئ والتطبيقات. ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، ص 25

- 46 آلان لارامي و برنارد فاللي : مرجع سبق ذكره ، ص 256.
- 47 عامر عبد الله الهماي(1994): أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته ، ط 2، منشورات جامعة قاربيونس، بن غازي ، لبيبا، ص ص 107-108.
- 48 فوضيل دليو : مرجع سبق ذكره ، ص 258
- 49 ينظر عامر عبد الله الهماي : مرجع سبق ذكره ص ص 105-110.
- 50 روجر ويمر و جوزيف دومينيك : مرجع سبق ذكره ، ص 303.
- 51 آلان لارامي و برنارد فاللي : مرجع سبق ذكره ، ص 242.
- 52 محمد تمار : مرجع سبق ذكره ، ص 125.
- 53 وهذا هو المجال الخصب لتوظيف نتائج وقرارات الدراسات السابقة المنطلق فيها في الإطار النظري عادة.