

المحاضرة الخامسة: تحليل المضمون (المنهج والأداة)

يعتبر لازويل وفريقه ومجموعة من زملائه من بين أبرز الباحثين الذين اهتموا بتحليل المضمون وخاصة مضمون الجرائد حيث ابتكر لازويل نوعاً من تحليل المضمون أطلق عليه اسم التحليل الرمزي والذي يقوم بدراسة موضوع الجرائد على أساس تسجيل عدد مرات ورود رموز معينة يتم اختيارها لنقلها المعياري في النص وتحليل دلالات الرمز المختار هل ورد بطريقة ودية أو معادية أو بطريقة معادية .

- تعريف تحليل المحتوى

- يعتبر تحليل محتوى الإعلام هو المنهج الملائم لوصف وتحليل نظام المعلومات في وسائل الإعلام بكافة عناصره ابتداء من وصف المحتوى ودلالاته وارتباطاته المتعددة بالاتجاهات المختلفة للنشر والإذاعة والاستدلال عن الأهداف المختلفة لهذا النظام في علاقته بالنظم الفرعية الأخرى في وسائل الإعلام ثم علاقة النظام الإعلامي بالنظم الاجتماعية الأخرى، لذلك يعتبر تحليل المحتوى أداة رئيسية للبحث والتقصي للإجابة على الأسئلة الخاصة بأسباب اختيار المحتوى ونشره وقياس تأثيرات محتوى معين على المتلقين.

- هو أسلوب للبحث يهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوى الظاهر للاتصال، والاتصال يعني كل المعاني التي يعبر عنها بالرموز المختلفة كالكلمة أو الصوت أو الصورة ويهدف الاتصال إلى الإجابة عن أسئلة مثل ماذا ولمن وكيف وماهي الآثار المترتبة على ذلك .

- هو إجراء منتظم (منهجي) يستخدم لفحص مضمون معلومات مسجلة، وهو منهاج لدراسة الاتصال وتحليله بطريقة منتظمة وموضوعية وكمية بهدف قياس المتغيرات.

- تقنية بحث للوصف الموضوعي منظم وكمي لمضمون واضح للاتصال هدفه التفسير .

- خصائص تحليل المحتوى: من أهم خصائص تحليل المحتوى ما يلي:

- أسلوب للوصف: يهدف إلى الوصف الموضوعي لمادة الاتصال والذي يعني تفسير الظاهرة كما تقع وفي ضوء القوانين التي تمكننا من التنبؤ بها حيث أن دور الباحث هو تصنيف المادة التي يحللها إلى فئات مسجلاً لكل فئة خصائصها والسمات العامة التي تتسم بها وتفسير موضوعي دقيق لمضمونها.

- أسلوب موضوعي: الموضوعية صفة أساسية من صفات العمل العلمي وتعني النظر إلى الموضوع نفسه دون تأثر بالذات المدركة وعندما نصف أداة من أدوات تحليل المحتوى بالموضوعية نعني بذلك أن هذه الأداة تقيس بكفاءة ما وضعت لقياسه (الصدق) وأن هذه الأداة يستطيع باحثون آخرون استخدامها ويستطيع الباحث نفسه استخدامها لتحليل المادة نفسها ويتم التوصل إلى درجة عالية من الاتفاق (الثبات).

- أسلوب منظم: يتم التحليل في ضوء خطة علمية تتضح فيها الفروض وتتحدد على أساسها الفئات والخطوات التي مر بها التحليل حتى انتهى الباحث إلى ما انتهى إليه من نتائج.

- أسلوب كمي: التقدير الكمي هو أساس للدراسة ومنطلق للحكم على انتشار الظواهر ومؤشر للدقة في البحث فالباحث يترجم ملاحظاته إلى أرقام أو تقديرات كمية وأن يرصد مدى تكرار كل ظاهرة.

- أسلوب علمي: هو أسلوب من أساليب البحث العلمي يستهدف دراسة ظواهر المضمون ووضع قوانين لتفسيرها والكشف عن العلاقات التي تربط بينها، ويضع التعريفات المحددة لفئات التحليل ووصف وتنسيق النقاط التي تحتويها مادة الاتصال .

- يتناول الشكل والمضمون: يقصد بالمضمون ما تنقله أداة من أدوات الاتصال من أفكار ومعارف وحقائق إلى متلق معين بغية تغيير رأيه أو تزويده بمعلومات أو بث قيم واتجاهات بالإضافة إلى الشكل الذي يلعب دور كبير في نقل هذه الأفكار.

- يتعلق بظاهر النص: يهتم بدراسة المضمون الظاهر لمادة الاتصال وتحليل المعاني الواضحة التي تنقلها الرموز المستخدمة حيث ليس على الباحث التعمق في دراسة نوايا المؤلف أو تتبع مقاصده أو أن يقرأ ما بين السطور وهناك الكثير من الباحثين يرون أن لا يقتصر جهد الباحث على تعريف الخصائص ورصد الظواهر أو عدها وإنما يجب أن يتعدى إلى الغوص في أعماق النص واستكشاف العلاقات الفكرية الكامنة بين عناصره لذلك يركزون في تعريفهم لتحليل المحتوى على المضمون الظاهر والخفي للرسالة، والواقع أن هذه التعريفات تعكس إدراك هؤلاء الباحثين لأوجه القصور في تعريف بيرلسون واتجاهه إلى جعل المضمون الظاهر هو المادة الرئيسية للتحليل.

مما سبق يتضح أن تحليل المحتوى هو أداة للبحث العلمي يستخدم على الأخص في علوم الإعلام والاتصال لوصف المحتوى الظاهر والكامن للمادة الإعلامية المراد تحليلها من ناحية الشكل والمضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث وفروضه، بالإضافة إلى ذلك فإن تحليل محتوى المادة الإعلامية يعكس السلوكيات الاتصالية للقائمين بالاتصال ويكشف عن الخلفيات الفكرية والثقافية التي تنبع منها الرسالة الإعلامية وذلك من خلال كافة أساليب التعبير شكلا ومضمونا، ويقوم أسلوب تحليل المضمون على تصنيف وتبويب المادة الإعلامية ويقسم المحتوى على أساسه إلى فئات واضحة، وتحدد نتائج تحليل تكرارات ظهور وحدات التحليل في السياق، وعليه فإن تحليل المضمون يقوم أساسا على نظام للفئات الخاصة بالشكل والخاصة بالمضمون بالإضافة إلى نظام للوحدات الذي يحدد مدى تكرار هذه الفئات.

- فئات تحليل المحتوى: إن تحديد فئات تحليل المحتوى يحتاج إلى الدقة والمهارة البالغة، إذ يتوقف عليها نجاح التحليل بما أنها الأسلوب الوحيد الذي يمكن أن يجيب على التساؤلات المطروحة، وفئات التحليل عبارة عن أجزاء أصغر تجتمع فيها وحدة الصفات أو الخصائص أو الأوزان، وتعتبر جيوبا أو أماكن يضع فيها الباحث كل ما يقابله من وحدات تجتمع فيها هذه الصفات أو الخصائص أو الأوزان. وتعرف أيضا بأنها مجموعة من الكلمات ذات معنى متشابه أو تضمينات مشتركة وهي العناصر الرئيسية أو الثانوية والتي يتم وضع وحدات التحليل فيها. تعتبر الفئات عناصر دالة في الوثيقة أو الوثائق قيد التحليل، شأنها شأن الأسئلة في دليل المقابلة، يتم تحديدها بناء على ما تهدف إليه الدراسة، وتمثل مشكلة البحث والمعبر عنها بالمفاهيم والأبعاد والمؤشرات القاعدة الأساسية لإعداد الفئات حيث تتطابق كل فئة مع مؤشر. ومن أهم الشروط الواجب توافرها في تصنيف فئات التحليل أن تكون مستقلة وشاملة وأن تفي باحتياجات الدراسة وأهدافها، ذلك أن صياغة الفروض أو طرح التساؤل سوف تقود الباحث إلى تحديد الفئات الملائمة لاختبار هذه الفروض أو الإجابة على التساؤلات المطروحة.

- صنف بيرلسون الفئات إلى نوعين رئيسيين، يندرج تحت كل منهما عدد من الفئات التفصيلية، ويدور النوع الأول من الفئات الرئيسية حول مضمون مادة الاتصال أو المعاني التي تنقلها، ويدور النوع الثاني من الفئات الرئيسية حول الشكل الذي قدم فيه هذا المضمون وانتقلت من خلال معانيه:

- فئات المضمون:** تستخدم للإجابة عن السؤال ماذا قيل؟ بمعنى ماذا قيل؟، ماذا سمع؟، ماذا شوهد؟ في الوثيقة أو الوثائق قيد التحليل، والوثيقة هنا لا تخص المجال المكتوب فقط بل تمتد إلى المجال السمعي البصري، والهدف من هذه الفئة هو تحديد مادة المحتوى والأفكار والمعاني التي يحتويها، ومن أهمها:
- فئة الموضوع: وهي من أهم الفئات استخداما تستهدف الإجابة على سؤال حول ماذا يدور المحتوى؟ وما هي المواضيع الأكثر بروزا في المحتوى؟ تكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى.
 - فئة الاتجاه: تستخدم رغم صعوبتها، يحدد على أساسها اتجاه وموقف القائم بالاتصال، وعادة يتم تقسيمها إلى الاتجاه المؤيد والاتجاه المعارض والاتجاه المحايد.
 - فئة القيم: تمكن الباحث من تصنيف المعتقدات والسلوكيات التي يمكن أن تؤثر في الجمهور والتي يتم التعبير عنها بصفة واضحة أو ضمنية.
 - فئة الأهداف: ترتبط بفئة القيم وتجيب عن السؤال إلى ماذا يسعى صاحب الرسالة وما الهدف منها.
 - فئة وظيفة الإعلام: أي غايات المحتوى كالإخبار والشرح والتفسير والتوعية.
 - فئة الفاعل: تهدف إلى تحديد الشخصيات التي تظهر في المحتوى من خلال الأدوار التي قامت بها والتعرف على خصائصهم.
 - فئة الجمهور المستهدف: تساعد هذه الفئة الباحث على معرفة الجمهور الذي يريد القائم بالاتصال الوصول إليه، وتحديد خصائصه إن أمكن.
 - فئة منشأ الحدث: أو المعلومة أو مصدرها الجغرافي تساعد في الكشف عن اهتمام وسائل الإعلام بالأحداث التي تنشأ أو تقع في مناطق جغرافية معينة.
 - فئة الوسائل: وهي الأساليب وطرق العمل المقترحة من أجل تحقيق هدف أو حل مشكلة.
 - فئة المصدر: تهتم بتحديد مصادر المحتوى ما إذا كانت داخلية أو خارجية رسمية أو غير رسمية.
- فئات الشكل:** تستخدم للإجابة عن السؤال كيف قيل؟ وذلك بغية تحديد قالب أو النمط الذي تعرض به المادة المكتوبة، المسموعة أو السمعية البصرية، أو بشكل عام القالب الذي تظهر فيه المادة محل التحليل، وهي الفئات التي تصنف المحتوى الشكلي وتهتم بتحليل الشكل الذي قدم به المضمون لان المحتوى المقدم لبس دائما بريء، فالبنط والوقت واللون الذي تكتب به المادة الإعلامية لا يستعمل من باب الصدفة بل لزيادة التأثير والتوجيه ومن أهم هذه الفئات:
- فئة المساحة والزمن: من خلالها يمكن معرفة الحجم المتاح للمادة محل التحليل مقارنة بغيرها من المواد في نفس الوسيلة الإعلامية بالإضافة إلى مساحة مختلف العناصر المكونة للمادة محل التحليل للمقارنة بينها وتفيد فئة المساحة في معرفة حجم الاهتمام بموضوع التحليل من جهة والموضوعات الفرعية من جهة أخرى.
 - فئة الأنواع الصحفية أو شكل المادة الإعلامية: ونقصد بها الشكل والطريقة والأسلوب الظاهري الذي يوضع في إطاره المضمون ويختلف باختلاف مادة التحليل ما إذا كانت مكتوبة أو مسموعة أو سمعية بصرية حيث لكل مادة إعلامية قوالبها الخاصة ولكل قالب مميزات معينة.
 - فئة شكل العبارات المحتوى: وهذه الفئة تكشف عن الشكل الذي تتخذه عبارات المحتوى من حيث تعبيرها عن الماضي أو الحاضر أو التوقع بالمستقبل، أو التعبير عن حقائق أو آماني أو عبارات تتناول التعريف أو التفضيل.
 - فئة الانفعالية أو الشدة أو الكثافة في الاتجاه: تقيد في استخلاص النتائج المرتبطة بتحديد الاتجاه، وشدته من خلال الأشكال التي يصاغ فيها المحتوى مثل أفعال التفضيل ومعاني التوكيد.

- فئة أساليب الإقناع: مختلف الأساليب التي تستخدم للتأثير على الجمهور وتحقيق الهدف مثل مختلف الاستمالات العاطفية والعقلية ومختلف أشكال الدعم في النص.
- فئة اللغة المستخدمة: نوع ومستوى اللغة المستخدمة في الرسالة والتي تختلف باختلاف طبيعة مادة التحليل والتي قد تكون لغة عربية أو أجنبية من حيث النوع و أدبية أو لغة صحافة من حيث المستوى .
- فئة العناصر التيبوغرافية: الكيفية التي يتم من خلالها إخراج المادة الإعلامية، والتي تلعب دورا مهما في التأثير على الجمهور ومنها كيفية وضع أو صياغة العناوين والإخراج الفني وطبيعة الرسوم والصور والأصوات والموسيقى والألوان وزوايا التصوير.
- **وحدات التحليل (الدالة):** هي الوحدات التي يتم عليها العد والقياس مباشرة وهذه الوحدات تتبلور في نموذج بناء رموز المحتوى الذي يبدأ بالفكرة ثم يتم اختيار الوحدات اللغوية للتعبير عن هذه الفكرة وصياغتها وبعد ذلك يأخذ المحتوى البناء الذي ينشر فيه على الصفحة أو الراديو أو التلفزيون. وتكون الوحدات بشكل عام كلمات ورموزا وعناصر وجملا وصفات وموضوعات..تدل على وجود إحدى الفئات وينبغي أن يختار الباحث السياق الذي تقع فيه وحدة التحليل الذي قد يكون جملة أو فقرة أو فصلا، ويعتمد نوع وحدة التحليل على نوع المحتوى الذي تهدف الدراسة إلى تحليله سواء كان المحتوى الظاهر أو الكامن. ومن أهم وحدات التحليل :
- وحدة الفكرة: وهي من أكثر الوحدات شيوعا في بحوث الإعلام وتحليل المحتوى، والفكرة كوحدة للتحليل يفيد في تحديد الاتجاهات والأحكام التي تقع على محتوى الإعلام.
- وحدة الشخصية: وتستخدم الشخصية كوحدة للتحليل عند دراسة القصص والروايات والكتب، و تستخدم في تحليل الفكر السياسي أو التاريخي أو القصصي للشخصيات الواردة
- وحدة المفردة: وهي الأشكال التي تستخدمها وسائل الإعلام في نقل المحتوى كالمقال والتحقيق والبرنامج والصور والرسوم ..
- وحدات اللغة: تتمثل في وحدة الكلمة، أو وحدة الجملة، أو وحدة الفقرة وتستخدم في مضامين معينة.
- **وحدات العد والقياس:** ترتبط وحدات العد والقياس بتحليل المضمون الكمي حيث تحدد بدقة وتضبط طرق حساب وحدات التحليل المستخرجة من المادة محل التحليل ويتعلق الأمر بالتكرار والكم:
- التكرار: هو تسجيل عدد مرات ظهور الوحدة للوصول إلى وحدات قابلة للمقارنة
- الكم: يشير إلى المكانة التي تحتلها كل وحدة حيث يتم حساب المساحة أو الحيز الذي يحتله موضوع معين(عدد الأسطر، عدد الأعمدة، المساحة بالسنتيمتر المربع) أو المدة الزمنية إذا كان المحتوى سمعي بصري(الدقائق، الثواني) .
- **خطوات تحليل المحتوى:**
- صياغة مشكلة البحث مما يستدعي وجود فكرة واضحة عما نبحث عنه يتحدد من خلالها هدف البحث والإطار النظري ومجال الدراسة بالإضافة إلى الفروض والتساؤلات التي سوف توجه البحث .
- اختيار المجتمع و العينات التي سيجري عليها التحليل ويتعلق الأمر بعينة المصدر كالجرائد والقنوات والبرامج إضافة إلى العينة الزمنية أي الفترة الزمنية التي سيجري عليها التحليل وما يرتبط بها من مبررات علمية ومنهجية .
- تحديد الفئات بدقة من حيث طبيعتها، عددها و تعريفها وتقسيماتها أي بناء استمارة تحليل المحتوى وذلك حسب المضمون و إشكالية البحث و أهدافه و التساؤلات المطروحة و التي يجب أن تمتاز بالوضوح و الدقة و التجانس.

- تحديد وحدة التحليل أو التسجيل والتي من الممكن أن تكون فكرة أو كلمة أو شخصية وذلك حسب طبيعة المضمون .
- تحديد وحدات العد والقياس ويتعلق الأمر بالتكرار أو عدد الظهور بالإضافة إلى المساحة والوقت الخاص بظهور الوحدات.
- القيام باختبارات الصدق و الثبات على استمارة تحليل المحتوى وغالبا ما يكون الصدق من خلال عرض الاستمارة على عدد من المحكمين في نفس الاختصاص ويكون الثبات من خلال استخدام نفس الاستمارة ونفس المحتوى من طرف أكثر من باحث وملاحظة مدى التقارب في النتائج.
- قراءة المحتوى و ترميزه و استخراج البيانات المطلوبة حسب فئات التحليل ووحداته في استمارات خاصة بالبيانات مع حساب التكرارات أو تقدير مدى شدتها.
- جدولة الفئات و عرض البيانات بالطريقة التي تلائم طبيعة البيانات ما إذا كانت كمية أو كيفية.
- تفسير النتائج في ضوء الإطار النظري المناسب والإجابة على التساؤلات المطروحة .