محاضرات في مقياس تحليل المضمون السمعي البصري. سنة أولى ماستر سمعي بصري. اعداد الأستاذة: قرش. س.

1/ مفهوم تحليل المحتوى.

المحتوى هو كل ما يقوله أو يكتبه الفرد ليحقق من خلاله أهدافا اتصالية مع الآخرين، قد يكون خطابا مكتوبا أو مسموعا أو مسموعا مرئيا.. ويتجسد في شكل رموز لغوية وغير لغوية يتم تنظيمها على نحو معين مستهدفة جمهورا ما.

تحليل المحتوى لم يحسم تعريفه بدقة إلى حد الاتفاق التام في تحديده، وفيما يلي نورد بعض تعريفاته:

- **كابلان:** تحليل المحتوى هو تصنيف كمي لمضمون معين، على أساس نظام معين للفئات، تم اعداده بطريقة تضمن توفير مادة مرتبطة بفروض معينة ذات علاقة بهذا المضمون.
- **بيزلي:** تحليل المحتوى هو أحد أطوار تجهيز المعلومات، حيث يتحول فيه محتوى الاتصال إلى بيانات يمكن تلخيصها ومقارنتها، وذلك بالتطبيق الموضوعي والنسقي لقواعد التصنيف الفئوي.
- **بيرلسون:** أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح لمادة الاتصال وصفاً موضوعياً ومنتظماً وكمياً.
- **محمد عبد الحميد:** مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية لهذه المعاني من خلال البحث الكمي الموضوعي، والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى.

- **سمير محمد حسين:** أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمها الباحثون في مجالات بحثية متنوعة، وعلى الأخص في علوم الاعلام لوصف المحتوى الظاهر والصريح للمادة المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون، تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسية، طبقا للمقتضيات الموضوعية التي يحددها الباحث، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك، إما في وصف هذه المواد الاعلامية التي تعكس الخلفية الفكرية أو الثقافية أو العقائدية أو السياسية التي تنبع منها الرسالة الاعلامية، أو التعرف على مقاصد القائمين بالاتصال من خلال الكلمات والرموز والصور، وكافة الأساليب التعبيرية شكلا ومضمونا، والتي يعبر بها القائمون بالاتصال عن أفكارهم ومفاهيمهم، وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منتظمة ووفق منهجية ومعايير موضوعية، وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتبويبها وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية.

ازداد الاهتمام بالدراسات الخاصة بتحليل المحتوى في النصف الثاني من القرن الماضي، بازدياد البحوث والدراسات التي تبحث في الجوانب النظرية والمنهجية لتحليل المحتوى، قياسا إلى البحوث التطبيقية التي عرف من خلالها قبل ذلك، ومعها اتسعت النظرة المنهجية لتحليل المحتوى، وتطورت مفاهيمه وتعريفاته التي ارتبطت بتطور علوم الاعلام والاتصال الجماهيري.

ولكن مع الاتفاق الكامل حول اقتران تحليل المحتوى بالصفة الكمية التي تحقق مطلبا أساسيا من مطالب البحث العلمي وهو الموضوعية، نجد أن هناك اختلافا واضحا في

بعض المحددات الخاصة بتعريف تحليل المحتوى، يمكن من خلالها تصنيف اتجاهات التعريف في اتجاهين أساسيين:

- **الاتجاه الوصفي:** وهو الاتجاه الذي عاصر فترة النشأة واستمر بعدها، ولا يزال يستند عليه باحثون في تعريفهم وتطبيقهم لتحليل المحتوى.
- **الاتجاه الاستدلالي:** يتخطى مجرد وصف المحتوى إلى الخروج باستدلالات عن عناصر العملية الإعلامية، والمعاني الضمنية أو الكامنة في المحتوى، والذي ظهر في نهاية الخمسينات وبداية الستينات.

ظهر تحليل المضمون في النصف الأول من القرن العشرين، حيث تعود بداياته إلى **لازويل** وزملائه عام 1930،عندما كانوا في مدرسة الصحافة في كولومبيا بأمريكا. وقدم كل من لازويل وليتس وزملاؤهم دراسات رائدة بعد عام 1940 من خلال المعارف الخاصة بدراسة الدعاية في جامعة شيكاغو، ودراسات الاتصال خلال الحرب العالمية الثانية في مكتبة الكونجرس الامريكي، والتي أحرزوا فيها تقدما في تحديد المفاهيم والمصطلحات والمعارف المرتبطة بتحليل المحتوى.

ويعتبر عام 1945 معلمة رئيسية ميزت تحليل المحتوى وتطوره بعد تطبيقه على الظواهر السياسية، إذ ظهرت تلك التطبيقات في الكتاب الذي أصدره **لازويل** وكان بعنوان "**لغة السياسة**"، لذلك اعتبر الباحث **لازويل** من الباحثين الذين كان لهم الحظ الأوفر في وضع هذه المنهجية وتطبيقاتها، إذ لم تقتصر أبحاثه على استخدام الأسلوب الكمي في التحليل، وإنما تناولت الأسلوب الكيفي أيضا.

وبحلول عام 1952 تم تدعيم هذه المنهجية بصدور كتاب **برنارد بيرلسون** الموسوم ب: "**تحليل المضمون في أبحاث الاتصال**"، الذي اعتبر أهم مرجع في بحوث الإعلام، إذ اشتمل هذا المرجع على أهم الطرق المستخدمة في تحليل المحتوى، والخطوات الإجرائية التي يقوم بها الباحثون، وكيفية تحديد عينات البحث، وتحديد فئات التحليل وحساب الصدق والثبات.

وتم عقد المؤتمر القومي الأمريكي لتحليل المحتوى عام 1967، وهو المؤتمر الذي ناقش العديد من البحوث الخاصة بنظم تحليل المحتوى، ومشكلات الاستدلال من مختلف أنماط الاتصال والنماذج، والفئات والأساليب المختلفة لاستخدام تحليل المحتوى بواسطة الحواسب الآلية. وقدمت فيه بحوث شملت اللغويات والاتصال وعلم السياسة، والرياضة وعلم النفس والاجتماع، وعلم النفس الاجتماعي والاعلان، وعلم المعلومات والحواسب الآلية.

وتوالت التطورات تباعًا في هذا المجال، فقد عرف النصف الثاني من القرن العشرين تطورات كبيرة في المعلوماتية والتقنية، وبخاصة تقنيات الحاسوب، بعد أن أفرزت تطورات هذه التقنية ما سمي بالتقنيات المتخصصة، وكان من بينها تقنيات تحليل المحتوى، وما اتصل بها من أساليب شملت الإحصاء والتكميم، وتطبيق القوانين الإحصائية واستخراج النتائج التي اتسمت بالدقة العالية والوضوح، سيما وأن هذه الوسائل التقنية وفرت للباحثين المزيد من الجهد والعناء والاقتصاد بالوقت.

أما في البلدان العربية فظهر تحليل المحتوى في مجال الدراسات الاجتماعية أولا، ثم تلاه في المجال الإعلامي، حيث بدأت الدراسات والبحوث الإعلامية تطبق أداة تحليل المحتوى.

2/ خصائص تحليل المحتوى:

يتميز تحليل المحتوى بعدة خصائص يمكن إيجازها فيما يلي:

- يسعى تحليل المضمون عن طريق تصنيف البيانات وتبويبها إلى وصف المضمون الظاهر والصريح للمادة قيد التحليل، ولا يقتصر على الجوانب الموضوعية، وإنما الشكلية أيضا.
- يعتمد على تكرارات وردت، أو ظهور جمل أو كلمات أو مصطلحات أو رموز أو أشكال (المعاني المتضمنة في مادة التحليل)، بناءً على ما يقوم به الباحث من تحديد موضوعي لفئات التحليل ووحداته.
- يجب أن يتميز بالموضوعية، ويخضع للمتطلبات المنهجية (كالصدق والثبات)، حتى يمكن الأخذ بأحكام نتائجه، على أنها قابلة للتعميم.
- ينبغي أن يكون التحليل (منتظماً)، وأن يعتمد أساسا الأسلوب الكمي في عمليات التحليل، بهدف القيام بالتحليل الكيفي على أسس موضوعية.
- يجب أن تكون نتائج تحليل المضمون مطابقة في حالة إعادة الدراسة التحليلية لذات الأداة وللمادة (قيد التحليل)، لضمان ثبات النتائج.
- ترتبط نتائج تحليل المحتوى مع ما ورد من نتائج وصفية وتحليلية ونظرية بإطار عام وشامل، ليتم وفقها تفسير الظاهرة أو المشكلة، أي انه في هذه الحالة يعد مكملاً لإجراءات منهجية أخرى تسبقه، أو تلحقه في إطار الدراسة الشاملة.
- يهتم هذا الأسلوب بدراسة المضمون الظاهر للاتصال، وكما هو، بحيث لا يشغل الباحث نفسه بمحاولة التعرف على نوايا ومقاصد المؤلف أو الكاتب.

- يعتمد على الموضوعية التامة لتحليل مادة الاتصال، بحيث يتجرد الباحث من أهوائه ودوافعه الشخصية، وذلك بوضع فئات محددة للتحليل لاستخدامها في الدراسة، ويستطيع أن يطبقها غيره من الباحثين والوصول لنفس الثبات والاتفاق.
- يجب أن يتم تحليل المحتوى مادة الاتصال بطريقة منظمة، وذلك بأن يصنف الباحث جميع المواد المناسبة في العينة، في ضوء جميع الفئات السابق تحديدها، حتى يمكن الوصول إلى تعميمات علمية سليمة.
- يستلزم استخدام أداة تحليل المحتوى أساليب كمية، تزودنا بمقياس لما تعطيه المادة من أهمية، وتسمح بمقارنتها بعينات أخرى من المادة.

3/ خطوات تحليل المحتوى:

تسعى مرحلة تحضير تحليل المحتوى إلى بلوغ أهداف ثلاثة:

- تحديد واضح للأهداف والإشكالية والفروض.
- تحضير وسائل التحليل.
- اختيار المستندات التي سوف يتم تحليلها.

كما يحتوي هذا الإجراء على خمسة خطوات مترابطة تفسر إحداها الأخرى وتستمد منها الفهم اللازم للخطوات الأخرى. وتتعلق بما يلي:

- **تحديد مجتمع البحث.**
- **تحديد العينة.**
- **فئات التحليل.**

- **وحدات التحليل والقياس.**
- **صدق وثبات التحليل.**

مع ضرورة تبرير استخدام أداة تحليل المحتوى في الموضوع المدروس كأداة من أدوات التحليل، أو كأداة مستقلة، مع التأكيد أن هذه الخطوات لا يمكن التقديم والتأخير فيها، وهي ليست خاصة بالتحليل بل بالاستعداد للتحليل، وبافتقاد البحث لخطوة من هذه الخطوات لا يتعلق الأمر بتحليل المحتوى.

إن ما يميز أبحاث تحليل المحتوى أن مجتمع البحث فيها يشتمل على مضامين مقروءة أو مسموعة أو مرئية، فمجتمع البحث يتكون من مادة الاتصال، التي تشتمل عليها الصحف أو المجلات أو الكتب أو الوثائق أو خطب الساسة والزعماء أو البرامج المذاعة أو المتلفزة... وقد سبق التطرق لتحديد مجتمع البحث واختيار العينة في مواضيع سابقة.

1/3- فئات التحليل:

تستخدم أداة تحليل المحتوى في مختلف مجالات البحث الإعلامي المعنية برصد وتوصيف النصوص الإعلامية المختلفة، ويتضمن تحليل المحتوى عدة عمليات فرعية، لعل من أهمها العملية الخاصة بتحديد فئات تحليل المحتوى، وهي عملية تعد من أهم عمليات التحليل.

تسعى عملية وضع الفئات إلى تقسيم المحتوى إلى منظومة من الأفكار التي لها علاقة مباشرة بإشكالية وأهداف الدراسة، ولا توجد فئات نمطية صالحة لكل أنواع البحوث، بل يتوقف اختيارها على طبيعة المحتوى المراد تحليله، وطبيعة الدراسة، ويمكن أن يلجأ

الباحث إلى استحداث فئات تتماشى مع دراسته واشكاليته البحثية. وفيما يلي عرض لأكثر أنواع الفئات شيوعا واستخداما في بحوث الاعلام والاتصال:

أ/ فئات الشكل:

فئات الشكل غالبا ما تحاول الاجابة عن: **كيف قيل المضمون؟** في شكل مرسوم، منطوق، مرئي،.. يتدخل هنا التحليل السيميولوجي. وهي الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون محل الدراسة، فالشكل الذي يقدم به المضمون إلى جمهور القراء أو المتفرجين أو المستمعين من خلال مختلف قنوات الاتصال، يعد بالأهمية التي تجعل هؤلاء يميلون إلى الاطلاع على المضمون أو لا، لأن الشكل الذي تقدم به المادة الإعلامية ليس دائما بريئًا، فالوقت والبنط واللون والمساحة الخاصة بالمواضيع والحركات والإيماءات.. لا تستعمل من باب الصدفة بل لزيادة تأثير المضمون وتوجيهه.

يتوقف تحليل شكل المادة على إشكالية وأهداف الدراسة، ومن أبرز الفئات الخاصة بشكل المادة الفئات التالية:

- **المساحة:** يعبر عنصر الحجم أو الوقت عن مدى الاهتمام بعرض الموضوع وتقديمه بحيث كلما زادت المساحة أو الوقت كان ذلك دليلاً على ازدياد الاهتمام.
- **الزمن:** تتداخل هذه الفئة مع سابقتها وتختص بالمضامين التي يتعذر قياس المساحة فيها، والمقصود هنا المضامين السمعية أو السمعية البصرية، ويقاس الزمن بالثواني او الدقائق او اي مقياس آخر يدخل في اطار تحديد الزمن او المدة التي يستغرقها المحتوى.

- **الموقع:** ويتعلق الأمر بموقع المادة الإعلامية لما له من تأثير على المتلقي، فموقع المادة له دلالة مقصودة لوضعها في موقع دون دون آخر. ويلعب الموقع أهمية عبر صفحات الصحيفة، أو في المحتويات السمعية البصرية، حيث توجد أوقات تكتسي أهمية كبيرة في استقطاب جمهور المستمعين أو المتفرجين.
- **شكل العبارات:** وهي الكيفية التي تُبنى بها العبارات أو الجمل المحتواة. ومثل هذه الفئات تكشف عن اتجاهات المرسل أو المصدر.
- **طبيعة المادة المستعملة:** هذه الفئة تهتم بفنون الكتابة الصحفية (خبر، تعليق عمود)، كما يدخل في هذه الفئة تصنيف المادة حسب النوع من مثل: أفلام، أغاني، أحاديث، مسلسلات.
- **اللغة المستخدمة:** يعد تحليل اللغة في مضمون وسائل الإعلام من الأهمية التي تجعل كل الرسالة مرتبطة بطبيعتها، ولذا فإن فئة اللغة المستعملة هي مجموعة من التصنيفات ترتبط في طبيعتها بإشكالية الدراسة والهدف منها، وأكثر التقسيمات رواجًا هي: الفصحى، الفصحى البسيطة، العامية، مزيج.. والهدف من هذه الفئة هو معرفة إمكانية فهم مضمون اللغة من طرف العامة.
- **العناصر التيبوغرافية:** يقصد بها الكيفية التي يتم بها إخراج المادة الإعلامية، ويلعب دورا مهما في التأثير على نفسية القراء أو المستمعين أو المتفرجين، وتنقسم هذه الفئات إلى فئات فرعية أهمها:
- **العناوين:** إذ تتضح أهمية الخبر حسب شكل ومضمون العناوين عن طريق دلالة الأنماط المستعملة فيه وكذلك الصياغة اللغوية، وذلك نظرا لما يقوم به العنوان من دور في تحديد أهمية الأخبار، أما إذا كنا بصدد تحليل محتوى حصة تلفزيونية أو إذاعية أو برنامج تلفزيوني أو إذاعي، فإن فئة العناصر التيبوغرافية تكمن في تكرار

لقطة أو تحريكها بشكل بطيء لإظهار أهميتها، وفي الإذاعة يمكن أن تكون على شكل تكرار المعلومة.

- **الاخراج الفني:** تهدف هذه الفئة إلى لفت نظر القارئ أو المتفرج أو المستمع لبعض الأفكار أو المواضيع، تتم هذه العملية عن طريق أساليب فنية مثل الأصوات، الموسيقى، اللقطات الخاصة المرتبطة ببعض المقاطع لزيادة الانتباه إليها.

ويضاف إلى الفئات السابق ذكرها عدة فئات فرعية أخرى منها: الألوان ودلالاتها، والرسوم والصور..

ب/ فئات المضمون: تجيب عن **ماذا قيل في المحتوى؟**

يعتمد تحليل المحتوى على فئات المضمون، وأشهر هذه الفئات هي:

- **فئة الموضوع:** هي من أكثر الفئات استخدامًا في بحوث الإعلام والاتصال، تستهدف الاجابة على السؤال علام يدور المحتوى؟ وتفيد في الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى. حيث يقوم الباحث بتصنيف المواضيع التي يريد دراستها والتي تجيب عن اشكاليته البحثية.
- **فئة الاتجاه:** ويقصد بها رصد اتجاهات النصوص الإعلامية نحو قضية أو حدث معين وذلك وفقًا لأهداف الدراسة، وهذا الاتجاه قد يأخذ ثلاثة أشكال: مؤيد أو معارض أو محايد أو غير محدد، في حين أن البعض قد يزيدها إلى خمسة توجهات مثل مؤيد جدًا ومؤيد إلى حد ما ومحايد أو غير محدد الاتجاه ومعارض إلى حد ما ومعارض جدًا.

- **فئة الأهداف:** تستعمل هذه الفئة للبحث عن مختلف الأهداف التي يريد المضمون محل الدراسة ابلاغها أو الوصول إليها، فالقائم بالاتصال يبني خطابه تبعا لأهداف على الباحث استكشافها وتحليلها.
- **فئة الموقف:** يستعين الباحث بهذه الفئة لمعرفة ردود أفعال مضمون ما حيال قضية معينة، فالموقف قد يكون انشغال إدراكي نفسي أو اجتماعي سياسي يظهره فرد أو مجموعة أفراد للتعبير عن قضايا يتعرض لها، هذا التعبير قد يكون بالسلب أو بالإيجاب حسب طبيعة القضية والأبعاد النفسية والاجتماعية والسياسية، أما مضامين وسائل الإعلام فهي تعبر عن موقفها من القضايا عن طريق الحروف والعبارات في الصحافة المكتوبة، واللقطات والكلمات المنطوقة في حال وسائل الاعلام السمعية البصرية، أو بالتصرفات التي قد يبديها الفاعلون في المحتوى.
- **فئة المصدر:** تبحث فئة المصدر عن مختلف المنابع التي تغذي المضمون محل الدراسة، وتتمثل أهم هذه المصادر في الأشخاص والصحف والمحطات الإذاعية أو التلفزيونية، أو الكتب والأفلام والمصادر غير الشخصية والوثائق وغيرها.
- **فئة الجمهور المستهدف:** تساعد هذه الفئة الباحث في معرفة الجمهور الذي يريد القائم بالاتصال الوصول إليه، طبيعة خصائصه هل هو جمهور عام أم خاص.
- **فئة الفاعل:** تبحث عن المحركين الأساسيين في المضمون، وهي فئة مهمة في معرفة الشخصيات الفاعلة في أي مضمون وطريقة تفكيرهم وأسلوبهم على اختلافهم واختلاف ميادينهم. يمكن استخدامها في الكشف عن المراكز القيادية أو الصفوة أو القائمين بدور في توجيه السياسات، وصانعي القرار أو العناصر المؤثرة في اتخاذه، كما يمكن استخدامها بنجاح في تحليل النصوص الاشهارية..

تجدر الاشارة أنه في معظم الحالات يتم تقسيم فئات التحليل إلى مؤشرات تخص كل فئة على حدة، وإذا اقتضت الضرورة قد يتم اللجوء إلى تقسيم المؤشرات إلى مؤشرات إضافية أيضا، كأن نقسم مثلا فئة الموضوع إلى مؤشرات: سياسي، اقتصادي، اجتماعي.. وهذه بدروها تقسم مثلا: سياسي داخلي، سياسي خارجي.. وهكذا.

ج/ وحدات التحليل وسياقها:

ج/1- وحدات التحليل أو التسجيل:

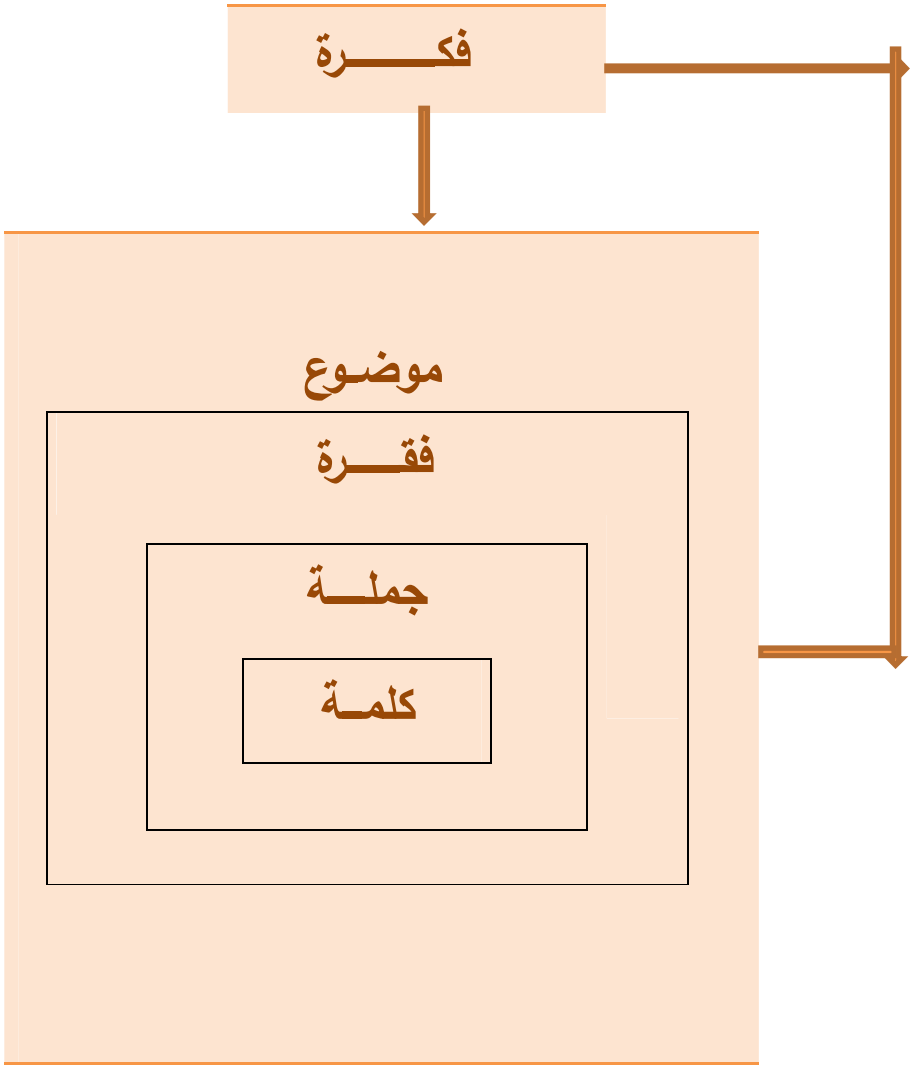
إن تحليل المحتوى إلى فئات فقط لا يلبي البعد الكمي له، ذلك أن الفئات كوحدات كبيرة لا يمكن قياسها إلا بعد إضافة نوع آخر من التقسيم، وهو تقسيم المضمون إلى وحدات تحليلية.

تعرف وحدة التحليل بأنها عبارة مقطع محدد من رسالة أو مجموعة من الرسائل ممثلة لنفس خصائص وطبيعة الفئة، واختيار إحداها أو مجموعة منها لا يكون اعتباطيًا بل تتحكم فيه طبيعة الإشكالية والفرضيات التي ينطلق منها الباحث، وكذا طبيعة المضمون المراد تحليله، مكتوب، مسموع، مسموع مرئي.. ومن أهم الوحدات المستعملة في تحليل المحتوى نجد:

- **وحدة الكلمة:** وهي أصغر الوحدات، قد يقوم الباحث بحساب وتصنيف كل كلمات المحتوى، وذلك حسب طبيعتها أو وظيفتها في النص، كما يمكن أن يخص التحليل بعض الكلمات الدالة فقط والتي تحملها الإشكالية.

- **وحدة العبارة:** تهدف وحدة العبارة إلى البحث عن اتجاه القائم بالاتصال إزاء قضية من القضايا، كما يمكن استعمالها في البحث عن موقف المحتوى من قضية أو سياسة أو إستراتيجية معينة.
- **وحدة الفكرة:** تعد الفكرة من أكثر وحدات التحليل استعمالاً في بحوث الإعلام التي تعتمد على أداة تحليل المحتوى، لأنها تعطي أكثر دلالة لاتجاه المضمون، وعن طريقها يمكن فهم المعاني المتضمنة فيه. والفكرة قد تكون في كلمة أو فقرة أو عبارة أو جملة أو موضوع.
- **وحدة الفقرة:** يقوم الباحث بتحليل وتكميم كل الفقرات بغض النظر عن الفكرة التي تحملها والتي قد تساعده في حل اشكاليته.
- **وحدة الموضوع:** الموضوع هو الوحيد الذي قد يكون فئة ووحدة في نفس الوقت، إذ يمكن استعماله كوحدة عن طريق حساب المواضيع التي قد يحملها المحتوى مثل عدد المواضيع السياسية، المواضيع الاقتصادية.. كما يمكن استعماله كوحدة تحليل لحساب المواضيع المتضمنة في المضمون محل التحليل.
- **وحدة اللقطة:** تستعمل هذه الوحدة في المضامين البصرية، حيث يقوم الباحث بتقسيم المحتوى إلى لقطات يتم حسابها وتصنيفها وفق ما يريده من اشكاليته والهدف من دراسته.
- **وحدة المقطع:** تستخدم هذه الوحدة في عدة مضامين فقد يكون المقطع في فيلم، مسرحية..، كما يمكنه أن يكون في محتوى مكتوب مثل الجرائد أو الكتب، أو الخطابات..، المهم أن الباحث قد يتصرف في المحتوى ويقوم بتقسيمه إلى مقاطع يمكنه حسابها وتصنيفها وتحليلها تحليلاً كميًّا فيما بعد.

- **وحدة الزمن:** المدة الزمنية توحي لنا بأهمية الموضوع المعروض، حيث يقوم الباحث بحساب المدة الزمنية التي استغرقها المحتوى في طريقة عرضه، كأن تكون ثواني أو دقائق، أو ساعات..
- **وحدة السنتيمتر المربع:** يعد السنتمتر المربع من أكثر أصناف المقاييس استعمالاً في بحوث الصحافة، واستعماله يكون بحساب مساحة الموضوع المدروس مقارنة بالحجم الكلي للحامل.



شكل رقم (01).

من خلال الشكل السابق رقم (01) يمكن تحديد وحدات التحليل بأنها وحدات المحتوى التي يمكن اخضاعها للعد والقياس بسهولة، ويعطي وجودها أو غيابها وتكرارها أو ابرازها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج النهائية.

وتبعا لأغراض البحث وفروضه، فإن الباحث يبدأ في تقسيم المحتوى إلى الوحدات القابلة للعد والقياس، أصغرها الكلمة وأكبرها الفكرة ثم الموضوع ومفردات النشر والإذاعة.

ج/2- سياق التحليل:

معنى الوحدة يتحدد من خلال سياقها، وسياق التحليل عبارة عن مقطع من المضمون يبرز لنا المعنى الذي تؤديه الوحدة، فعلى سبيل المثال إذا اختار الباحث وحدة الكلمة فالجملة قد تشكل سياق الكلمة، وإذا اختار الجملة فالفقرة يمكن أن تكون سياقها، فمثلاً كلمة " الديمقراطية " لا يمكن أن فهمها إلا في سياقها، وينبغي التنويه أن وحدة السياق ليست خاضعة لإجراء التحليل، بمعنى لا نقوم بجرد السياقات التي تتضمن وحدة التحليل، فهي لا تُحسب بل تستعمل فقط لفهم وضبط وحدة التحليل. وتتم العودة إليها في التحليل الكيفي. فعلى سبيل المثال عند استعمال وحدة الفكرة لا داعي من حساب السياقات التي جاءت فيها تلك الأفكار، وهذا لا يمنع من الإشارة إلى السياقات التي اختارها الباحث في الإطار المنهجي من دراسته.

د/ صدق وثبات التحليل:

يعد صدق وثبات التحليل بمثابة العمود الفقري للتحليل، وعليه فإن وجوده من عدمه يحد بين الموضوعية والذاتية، بمعنى أن مجرد قصر الظواهر ورصد معدلات تكرارها ودقة تحليلها، قد لا يكفي لإعطاء مصداقية للنتائج التي يمكن الوصول إليها إذا لم يخضعها الباحث إلى مقاييس الصدق والثبات :

د/ 1- صدق التحليل: ويقصد به مدى صلاحية استمارة التحليل ودليلها لدراسة المضمون المراد تحليله، ويتم انجاز صدق وثبات التحليل من خلال إتباع الخطوات التالية:

- **تقديم الاستمارة:** هي عبارة عن بطاقة فنية يدون فيها الباحث بصفة مختصرة عنوان البحث والسؤال الجوهري له، وتوضيح استعمال تحليل المحتوى، كما تضم هذه الورقة ما يريده الباحث من الأساتذة المثبتين، وفي أسفل هذه الورقة يُكتب اسم ولقب الباحث على اليمين، واسم ولقب المشرف على البحث على اليسار.
- **بناء استمارة تحليل المحتوى:** استمارة تحليل المحتوى عبارة عن أشكال هندسية، ينجزها الباحث ليصب فيها نتائج الحسابات التي قام بها، ثم يجمعها ليتم تفريغ محتواها في جداول التحليل الكمي، وهذا ما يجعل لكل باحث استمارة خاصة به.

ويضم الهيكل العام لاستمارة التحليل الاقسام التالية:

- **البيانات الأولية.**
- **فئات التحليل.**
- **وحدات التحليل.**
- **ملاحظات.**

- **دليل الاستمارة:** هو عبارة عن وصف كتابي لمعنى كل شكل ورقم تحتويه الاستمارة ما يمكن المطلع عليها من التعرف على المحتوى الذي تم تصنيفه. ففي البيانات الأولية يحدد الباحث كل البيانات الخاصة بوثيقة التحليل: نوعها، اسمها، تاريخها، ساعة ارسالها.. وذلك كله في حقول خاصة بكل بيان، بحيث يتم التأشير على الحقل الخاص بعلامة متفق عليها، تشير في مجموعها إلى البيانات الأولية عن الوثيقة. ونفس الشيء بالنسبة لفئات التحليل ووحدة التحليل، تصمم في أشكال معينة تضم الفئات الرئيسية ومؤشراتها ووحدة التحليل وتكرارها.

بعد قيام الباحث بكل هذه الإجراءات يقوم الباحث بتسليم الاستمارة إلى المثبتين الذين يطلعون عليها ويقدمون الملاحظات حولها. وينبغي أن يكون المثبتون على دراية بالمضمون محل التحليل، أو متمكنين من أداة تحليل المحتوى.

تعد استمارة تحليل المحتوى بمثابة بطاقة تعريف لكل وحدة من وحدات العينة التي اختارها الباحث، معنى ذلك أن الباحث الذي لديه 12 عدد من برنامج معين عليه اعداد 12 استمارة، فلكل عدد استمارته الخاصة به.

بعد قراءة وتفحص المحتوى من قبل الباحث، يقوم بملء كل استمارة بالنتائج التي توصل إليها من خلال تكميمه لمحتوى كل وحدة على حدة وإفراغها في أشكال معينة يعتمدها في الاستمارة، وعند انتهائه من التحليل الكمي لكل الوحدات التي لديه، يقوم بجمع ما توصل إليه من تكرارات في كل الاستمارات، ويفرغها في جداول التحليل الكيفي.

تسلم استمارة تحليل المحتوى للمرمزين رفقة عدد البرنامج ودليل التعريفات الاجرائية الذي ينجزه الباحث، والذي يعرف فيه بكل فئات التحليل ومؤشراتها، ووحدة التحليل التي اعتمدها في المحتوى محل التحليل. ويتكون دليل التعريفات الاجرائية من ثلاث صفحات فأكثر، تضم التقديم والتعريف بالباحث والموضوع، ثم القسم الخاص بالفئات والمؤشرات والتي تكون مطابقة للاستمارة في ترتيبها مع تعريف كل عنصر فيها تعريفا اجرائيا مبسطا وفق ما يتوافق والمحتوى محل التحليل، والقسم الثالث يخصص لملاحظات المرمزين الذين يجب أن لا يقل عددهم عن ثلاثة مرمزين، حيث يقارنون بين تعريفات الباحث الواردة في الاستمارة وما هو وارد في المضمون ووضع علامات معينة حسب ترميز الاستمارة المعتمد.

- الجداول التفريغية: تعتبر جزءاً مكملا لاستمارة التحليل، يهتم الباحث بتصميم هذه الجداول ويفرغ فيها مجموعة البيانات الخاصة بالمحتوى وفق المعايير المحددة في تنفيذ البيانات بما يتوافق وأهداف الدراسة.

وبصفة عامة يجب أن يتوفر في تصميم استمارة التحليل والجداول التفريغية الشروط التالية:

- الشمول: يجب أن تشمل استمارة التحليل كافة البيانات التحليلية التي تحقق اهداف الدراسة، وتفيد في استخلاص النتائج وعقد المقارنات، بما في ذلك البيانات الكمية والملاحظات الكيفية للباحث، بحيث تكفي الباحث الرجوع إلى الوثائق الأصلية مرة أخرى في حالة الحاجة إلى ذلك، أو في مرحلة اختبارات الصدق والثبات والاستدلال من خلال النتائج.
- الدقة: اهتمام الباحث بتصميم استمارة التحليل يفرض عليه أن يتحرى الدقة في تمثيل بيانات الوثيقة في استمارة التحليل والجداول التفريغية، لأن عدم الدقة سوف يؤثر في صحة النتائج التي تعتمد على ما يتم تسجيله ورصده في هذه الاستمارات.

- الوضوح: طبيعة الدراسة قد تفرض اختيار عدد من المعاونين أو مساعدي الباحث الذين يجب أن تكون أدوات البحث واضحة ومفهومة لهم، حتى يتسنى سهولة وسرعة رصد البيانات فيها، ولذلك فإنه يجب أن يتصدرها أيضا التعريفات الاجرائية، وأن يرفق بها دليل يوضح استخدام الحقول أو المربعات وأرقامها، مع توخي البساطة الكافية في التصميم والاستخدام.

د/2- ثبات التحليل: ونعني بالثبات تحقيق درجة عالية من الاتفاق والدقة في مجال تحليل المضمون، من خلال عملية استخراج مادة المحتوى ووضعها تحت فئات القضايا الرئيسية والفرعية الموجودة في استمارة تحليل المحتوى، ويتم إجراء الثبات عبر عدد من المعادلات التي تقيس ثبات استمارة التحليل، ولعل أبسط هذه المعادلات ما يسمى **معادلة هولستي.**

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{ن} \left(\text{متوسط الاتفاق بين المحكمين} \right)}{1 + (\text{ن} - 1)(\text{متوسط الاتفاق بين المحكمين})}$$

ن: عدد المرمزين أو المحكمين + الباحث.

متوسط الحساب بين المرمزين يتم حسابه عن طريق جمع ما اتفق عليه المرمزون وتقسيمه على الفئات التي تم تحليلها، ثم جمع كل تلك النسب وتقسيمها على عدد الأزواج التي يشكلها المرمزون ثم تطبق المعادلة السابقة.

يجب أن تكون النتيجة محصورة بين **0.65** و **0.95**، وإن حدث وكانت النتيجة أقل من 0.65 أو أكثر من 0.95، فالباحث لم يوفق في تحليل محتوى المضمون المدروس.

بعد الانتهاء من المراحل الخمس السابقة يكون الباحث قد انتهى من عملية تحضير التحليل، وبما أن تحليل المحتوى يهتم بالعد والقياس فإنه يوصف بالتحليل الكمي، وهو الوصف الذي يبقى محل نقاش بين الباحثين فيما تعلق بالتحليل الكمي والتحليل الكيفي، وإن كان لكل منهما أهميته في بحوث الاعلام والاتصال، ثم إن الدراسات التي تعتمد على تحليل المحتوى لا تعتمد التحليل الكمي فحسب، بل هي في حاجة ماسة إلى التحليل الكيفي.

إن التحليل الكمي له من الأهمية ما قد يزيد التحليل دقة وموضوعية، لأن لغة الأرقام مجردة، ورغم ذلك فإن استعمالها منفردة لا يساعد الباحث كثيرا في مجال تحليل مضامين وسائل الاعلام، ما لم تدعمه تفسيرات كيفية تعلن عن معانيها في السياقات المحددة للمضمون.

بعد التحليل الكمي يضع الباحث كل الإحصاءات الخاصة بالوحدات والاتجاهات التي تترجم الفئات المطروحة، ثم يجعل الباحث فصلا مستقلا عن التحليل الكمي يطرح فيه التفسيرات الكيفية، ومحاولة التفسير هذه تأخذ أصولها من:

- الإطار النظري الذي طرحه الباحث في بداية دراسته، والذي يمكن أن يشكل قاعدة تفسيرية مهمة للتدليل على التفسيرات الكيفية.
- مضمون العينة التي قد تحتوي الكثير من التفاصيل الخاصة بتبرير الأرقام واستنطاقها، والتدليل على الأفكار المطروحة والاتجاهات التفسيرية.

مراجع معتمدة:

- أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
- يوسف تمار، **تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين**، طاكسيج – كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الجزائر، 2007.
- موريس أنجرس، **منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية**، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة للنشر، الجزائر،2006.
- محمد عبد الحميد، **تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، من التحليل الكمي إلى التحليل في الدراسات الكيفية وتحليل المواقع الاعلامية**، عالم الكتب، الطبعة الاولى، القاهرة، 2010.
- فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، **أسس ومبادئ البحث العلمي**، الطبعة الأولى، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، القاهرة، 2002.
- رشدي أحمد طعيمة، **تحليل المحتوى في العلوم الانسانية**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004.