

تّكليل المضمون

مفكرومه، مكدداته، استخداملاته

نكسرلن حكسونة



شبكة
الألوكة
www.alukah.net

تحليل المضمون:

مفهومه.. محدداته.. استخداماته

أ. نسرین حسونة

المقدمة:

يعتبر تحليل المضمون أحد الأساليب البحثية شائعة الاستخدام في الدراسات الإعلامية وهو يندرج تحت منهج المسح في الدراسات الوصفية، وهو من أقدم الأدوات البحثية التي استخدمت في المنهج العلمي، والأكثر شيوعاً في البحوث المعنية بالرسالة الإعلامية أياً كانت موضوعاتها وما فيها من أفكار ومعان، فهي المنتج الأساسي في العملية الاتصالية، وهي التي يهدف من خلالها القائم بالاتصال إلى إحداث التأثيرات المرجوة.

وعادة ما يتم تحليل المضمون من خلال الإجابة على أسئلة معينة ومحددة يتم صياغتها مسبقاً، بحيث تساعد الإجابة على هذه الأسئلة في وصف وتصنيف محتوى المادة المدروسة، ويهدف هذا الأسلوب إلى التعرف بطريقة علمية منظمة على اتجاهات المادة التي يتم تحليلها، وكذلك الوقوف على خصائصها بحيث يتم كل ذلك بعيداً عن الانطباعات الذاتية أو المعالجات العشوائية.

وخلال هذا التقرير سيتم تسليط الضوء على عدد من مفاهيم تحليل المضمون والتي ارتبطت بتطور علوم الاتصال الجماهيري بصفة عامة والإعلام بصفة خاصة، وإن كان هناك اختلافاً واضحاً في بعض المحددات الخاصة بتعريف تحليل المضمون، كما سيتم عرض العديد من الاستخدامات لتحليل المضمون في الدراسات الإعلامية.

أولاً: مفهوم تحليل المضمون

مع تطور استخدام تحليل المضمون وتطبيقه في الدراسات الإعلامية المختلفة، ازدادت معه البحوث والدراسات التي تبحث في الجوانب النظرية والمنهجية، سواء من خلال التقديم المستقل لها، أو من خلال الأطر المنهجية للدراسات الإعلامية ومنها تحليل المضمون، وقدمت هذه الدراسات تعريفات عديدة منذ بداية الأربعينات وحتى الثمانينات، ويمكن أن نميز بين اتجاهين رئيسيين للتعريف، ولكن قبل ذلك سنعرض مفهوم التحليل والمضمون كلاً على حدة:

التحليل Analysis: عملية ملازمة للفكر الإنساني، تستهدف إدراك الأشياء والظواهر بوضوح من خلال عزل عناصرها بعضها عن بعض، ومعرفة خصائص أو سمات هذه العناصر وطبيعة العلاقات التي تقوم بينها.. وهذه هي الفكرة العامة لعملية التحليل مهما اختلفت الأساليب والوسائل أو تطورت بتطور المعارف والعلوم.

المحتوى Content: هو كل ما يقوله الفرد أو يكتبه ليحقق من خلاله أهدافاً اتصالية مع آخرين.. وهو عبارة عن رموز لغوية يتم تنظيمها بطريقة معينة ترتبط بشخصية الفرد - مصدر - وسماته الاجتماعية.. فيصبح مظهراً من مظاهر السلوك يميزه عن غيره من الأفراد، ويستهدف جمهوراً محدداً بسماته واحتياجاته واهتماماته ليذكر ما في المحتوى من معاني وأفكار فيتحقق اللقاء والمشاركة بين المصدر والجمهور.

اتجاهات تعريف تحليل المحتوى:

الاتجاه الأول: الاتجاه الوصفي:

وهو الاتجاه الذي عاصر فترة النشأة وما زال يستعيره بعض الخبراء والباحثين في تعريفهم لتحليل المحتوى وتطبيقه.

ويركز أصحاب هذا الاتجاه ابتداء من لازويل الذي يعتبر من رواد استخدام تحليل المحتوى في الكشف عن الرموز الدعائية في الفترة الأولى لاستخدامه، وكذلك كابلان وجانيس وكارتريت وهم من أوائل الباحثين في تحليل المحتوى أيضاً، يركز أصحاب هذا الاتجاه على هدف الوصف للمحتوى فقط، الذي يتم على الظاهر فقط من هذا المحتوى.

ومن أهم التعريفات في هذا المجال تعريف برنارد بيرلسون الذي يعتبر من الثقاة في موضوع تحليل المحتوى وتطبيقاته، ويعرف بيرلسون تحليل المحتوى بأنه: "أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف، الطمي، والموضوعي، والمنهجي، للمحتوى الظاهر للاتصال".

تعريف كابلان، وجولدسن عام(1943م): "القائم بتحليل المضمون يسعى إلى عمل تصنيف كمي لمضمون معين، على أساس نظام معين للفئات تم إعداده بطريقة تضمن توفير مادة مرتبطة بفروض معينة ذات علاقة بهذا المضمون".

تعريف جانيس عام (1943م): "تحليل المضمون هو الأسلوب الذي يستخدم في تصنيف وتبويب المادة الإعلامية، ويعتمد أساساً على تقدير الباحث أو مجموعة من الباحثين، ويتم بمقتضاه تقسيم المضمون إلى فئات بالاستناد إلى قواعد واضحة، بافتراض أن تقدير القائم بالتحليل يتم على أساس أنه باحث علمي، وتحدد نتائج تحليل المضمون تكرارات ظهور أو ورود وحدات التحليل في السياق".

تعريف كارترايث (1959م): التبادل في استخدام مصطلحي "تحليل المضمون" و"الترميز" يعني وصف السلوك الاتصالي الرمزي وصفاً موضوعياً، منهجياً، كميّاً.

سمات الاتجاه الأول:

- التركيز على الاستخدام الوصفي لتحليل المحتوى فقط، مثل الوقوف عند حدود ماذا قيل.. وكيف قيل..؟
- الاستخدام الوصفي يرتبط فقط بالمحتوى الظاهر للاتصال وليس بالمعاني الكامنة.
- استخدام نتائج التحليل في تفسير المعاني الكامنة يجب أن يكون تحت ظروف معينة ترتبط بتحديد نموذج لوضوح محتوى الاتصال من جانب، والفهم والإدراك لهذا المحتوى من جانب آخر، ولا يفترض تطابق عنصرى هذا النموذج في جميع الظروف.

الاتجاه الثاني: الاتجاه الاستدلالي:

وهو الذي يتخطى مجرد وصف المحتوى إلى الخروج باستدلالات عن عناصر العملية الإعلامية والمعاني الضمنية أو الكامنة في المحتوى.

وبناء على ذلك فإنه يمكن استخدام تحليل المحتوى في تحقيق واختبار الفروض العلمية، وممن تبنى هذا الاتجاه منذ نهاية الستينات هولستي وكارني وستون وباد، حيث يرون أن التحليل يساعد في الإجابة على الأسئلة المتعددة المرتبطة بعملية الاتصال وتأثيراتها، ذلك أن الاتصال ليس مجرد رسالة ثابتة سواء كانت مطبوعة أو مذاعة، ولكنه تفاعل متدفق، ولذلك فإن المحلل لا ينظر

إلى الرسالة في حد ذاتها، ولكن لكل التساؤلات المحيطة بعملية الاتصال مباشرة، فالهدف الأساس من عملية التحليل هو الاستدلال.

تعريف باد عام (1967م): تحليل المضمون هو الأسلوب المنهجي لتحليل محتوى الرسالة الإعلامية وأسلوب تناولها ومعالجتها، وهو أداة تستخدم في ملاحظة السلوك الاتصالي العلني وتحليله".

تعريف كلوز كريندورف (1980 م): تحليل المضمون هو أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الإعلامية بهدف التوصل إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث أو التحليل.

سمات الاتجاه الثاني:

- اسقط من اهتمامه التركيز على المحتوى الظاهر فقط.
- الهدف الأساسي من عملية تحليل المحتوى هو الكشف عن المعاني الكامنة وقراءة ما بين السطور.
- الاستدلال من خلال المحتوى عن الأبعاد المختلفة لعملية الاتصال وتأثيراته.
- الاهتمام بالمقاييس الكمية، وشرط العد، وإن كانت لا تساق في التعريف، إلا أنها تعتبر مطلباً يحقق شرط الموضوعية في تحليل المحتوى.
- استخدام تحليل المحتوى في تحقيق واختبار الفروض العلمية.

وفي تعريف شامل وواضح لتحليل المضمون يجمع بين كل من الاتجاهين الوصفي والاستدلالي ومتطلبات التحليل ومستوى النتائج التي يستهدف القائم بالتحليل تحقيقها، لذلك فإننا نرى أن تحليل المحتوى هو: "مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني، من خلال البحث الكمي، الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى".

ويتوفر في سياق التعريف الجمع بين اتجاهات التعريف سابقة الذكر، بوصفها مراحل للتحليل من جانب، ويتوفر أيضاً رؤيتنا لأهداف التحليل ومستوياتها كالاتي:

- ينظر هذا التعريف إلى الرسالة ومحتواها باعتبارها عنصراً لا ينعزل عن عناصر العملية الإعلامية الأخرى، ويقرر وجود علاقة ارتباطية وتأثيرات متبادلة في إطار السياق الاجتماعي العام كما تشير إليه النماذج المتعددة للاتصال بصفة عامة والإعلام بصفة خاصة.

- يحدد التعريف أهداف عملية التحليل في الكشف عن المعاني الكامنة والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني، وهذه تتفق مع مفهوم الاستدلال والتنبؤ بحركة العملية الإعلامية وعناصرها وتأثيراتها كما تراه النظريات والتعميمات المعاصرة في الإعلام وتأثيراته.
- يفترض أن البحث يتم بداية في المحتوى الظاهر، لأن مطلب الموضوعية لا يمكن تحقيقه بدقة إلا من خلال البحث في المحتوى الظاهر. ثم يأتي بعد ذلك الاستدلال من خلال التفسيرات المرتبطة ببناء العلاقات والنظم السلوكية والإعلامية ونظرياتها.
- لا يقلل التعريف من البحوث الوصفية في تحليل المحتوى التي تحقق هدف وصف المحتوى الظاهر، حيث يرتبط بهدف التحليل الذي يمكن أن يقف عند هذه الحدود لأغراض وصف الواقع الراهن أو التغيير في أنماط النشر والإذاعة ومهارات الممارسة.
- يؤكد التعريف على توظيف إجراءات منهجية واضحة ومحددة تقود الباحث إلى تقرير النتائج بشكل منهجي منتظم، يتفق مع الأسس العلمية للبحث، وتسنقل مجموعة الخطوات المنهجية بخصائص ومميزات تتفق مع متطلبات عملية التحليل.

خصائص تحليل المضمون:

1. يسعى تحليل المضمون عن طريق تصنيف البيانات وتبويبها إلى وصف المضمون الصريح أو المحتوى الظاهر للمادة الإعلامية.
2. يعتمد تحليل المضمون على تكرارات أو ظهور الجمل أو الكلمات أو المصطلحات أو المعاني المتضمنة في قوائم التحليل في المادة الإعلامية بناء على ما يقوم به الباحث من تحديد موضوعي لفئات التحليل ووحداته.
3. لا يقتصر تحليل المضمون على الجوانب الموضوعية فقط، وإنما يشمل الجوانب الشكلية أيضاً.
4. ترتبط عملية تحليل المضمون من النواحي الفنية والمنهجية والإجرائية بالمشكلة العلمية للبحث وفروضة، وتساؤلاته، وبالأهداف البحثية، والأغراض التحليلية الشاملة.
5. تحليل المضمون أداة أو أسلوب للتحليل إلى جانب أساليب وأدوات أخرى.
6. يجب أن يتميز تحليل المضمون بالموضوعية، ويخضع للمتطلبات المنهجية.
7. ينبغي أن يكون تحليل المضمون منتظماً.
8. يعتمد تحليل المضمون أساساً على الأسلوب الكمي في عمليات التحليل، بهدف القيام بالتحليل الكيفي على أسس موضوعية.
9. يجب أن تكون نتائج تحليل المضمون مطابقة في حالة إعادة الدراسة التحليلية.

10. ينبغي أن تكون نتائج تحليل المضمون قابلة للتعميم.
11. تدمج نتائج تحليل المضمون مع بقية النتائج الأخرى للبحث لدراساتها في إطار أعم وأشمل، وتحليل المادة الإعلامية تحليلاً متكاملًا في سياقها العام وظروفها الموضوعية المحيطة بها.

ثانياً: محددات تحليل المضمون

يتمتع تحليل المضمون بصفة عامة بالعديد من المحددات، وتكمن فيما يلي:

1. الموضوعية والحياد :

وهذا يعني التجرد من الذاتية والدوافع الشخصية عند بحث المشكلة العلمية باستبعاد كافة التصورات والمعتقدات الذهنية التي قد تجعل الباحث يوظف عملية التحليل لإثباتها، وتقيد المنهجية في توفير مطلب الموضوعية، وهو ما يقتضي من الباحث أن يجيب بدقة على مجموعة من التساؤلات من أهمها:

- ما هي الفئات أو التصنيفات أو الفصائل التي ستستخدم في التحليل؟
- كيف يمكن التفرقة والتمييز بوضوح بين كل فئة؟
- ما هو المعيار الذي سيستخدم في اختيار وحدات معينة (الكلمة-العبارة-الموضوع-الشخصية..الخ) في التصنيف دون غيرها من الوحدات؟
- ما هي المسببات التي تقود إلى استدلالات وتفسيرات معينة دون غيرها بعد ظهور نتائج التحليل؟

ويتم قياس مدى توافر الموضوعية أو المنهجية باستخدام عدة مقاييس من أهمها قدرة باحثين آخرين على التوصل إلى نفس النتائج التي توصل إليها الباحث باستخدام نفس الأساليب والإجراءات البحثية لنفس المادة.

2. الانتظام أو النظامية:

يعني الانتظام أن يتم التحليل في ضوء خطة علمية تتضح فيها الفروض، وتتحدد على أساسها الفئات، وتبين من خلالها الخطوات التي مر بها التحليل حتى انتهى الباحث إلى ما انتهى إليه من نتائج، وأن يراعي الاهتمام بالإجراءات المنهجية التي تساعد على تحقيق الثبات والصدق في الإجراءات والنتائج، ويتجنب النظرات الجزئية والعوامل التي تؤدي إلى التحيز أو الابتعاد عن الموضوعية.

ويشير "ويمر ودومنيك" إلى أن النظامية في تحليل المضمون تعني أن عملية التقييم-أي تقييم المضمون موضع التحليل- يجب أن تكون منتظمة بمعنى أن جميع عناصر المضمون يجب أن تعامل تماماً بنفس الطريقة وأن يكون هناك دليل واحد للتقييم وتغيير الإجراءات التحليلية في البحث الواحد يؤدي إلى فساد النتائج.

3. العمومية:

يعني شرط العمومية ضرورة ارتباط نتائج تحليل المضمون بالإطار النظري للدراسة، حتى تمثل قيمة كبيرة في تقدم العلم والمعرفة التي لا يحققها الاكتفاء بوصف المحتوى فقط دون تفسيرها من خلال علاقة المحتوى بمتغيرات أخرى في العملية الإعلامية مثل سمات المصدر أو الجمهور أو الظروف الإعلامية بصفة عامة. وهذا يتطلب صياغة الفروض واستخدام العينات من خلال التراث النظري أو التجريبي حتى نصل إلى نتائج يمكن أن تصبح استشهادات صحيحة وعامة بدراسة الظاهرة محل التحليل.

4. أسلوب علمي:

سبق الإشارة إلى أن أسلوب تحليل المحتوى يتصف بالموضوعية، أي أنه يتصف بالصدق والثبات، وهما من صفات الأسلوب العلمي، بالإضافة إلى ما سبق فإن أسلوب تحليل المحتوى يتصف بكثير من صفات الأسلوب العلمي نذكر منها:

- يهدف أسلوب تحليل المحتوى من خلال دراسة ظواهر المحتوى إلى وضع قوانين لتفسيرها، والكشف عن العلاقات التي بين بعضها وبعض.
- يتم وضع تعريفات إجرائية محددة لفئات التحليل التي يتم استخدامها.
- يهتم أسلوب تحليل المحتوى بوصف وتنسيق النقاط التي تحتويها مادة لاتصال، وهذا يسهل فهمها والحكم عليها.

5. التحليل الكمي مقابل التحليل الكيفي:

على الرغم من وضوح أهمية التحليل الكمي والكيفي، إلا أن بعض الباحثين أثاروا جدلاً حول نقطة خلافية متعلقة بأولوية كلا النوعين من التحليل، وما نوع الأسلوب التحليلي الذي يجب أن يستند إليه الباحث بصفة أساسية في تحليل المضمون، هل هو الأسلوب الكمي أم الأسلوب الكيفي، والواقع أن التطور العلمي قد وضع حدا لهذا الجدل، في الوقت الذي أوضحت فيه نتائج البحوث التحليلية مجموعة من المؤشرات الآتية:

1. يرتبط تحليل المضمون أساساً بالاتجاه الكمي، لدرجة أن بعض الباحثين يذهبون إلى أن الحاجة إلى تحليل المضمون -كأسلوب وأدلة- تنتفي في حالة عدم الإجابة على التساؤل البحثي المطروح إجابة كمية، كما أكد بعض الباحثين-في تعريفهم لتحليل المضمون-على أنه عملية تصنيف لفئات المضمون بطريقة عددية كمية.
2. يعتمد التحليل الكمي على العد والقياس باستخدام الأرقام مما يؤدي إلى توفير كم من المعلومات يمكن التحكم فيه باستخدام الأساليب الرياضية والإحصائية، والخروج باستنتاجات كمية تساعد القائم بالتحليل في التوصل إلى النتائج، أما التحليل الكيفي فيعتمد على انطباعات الباحث- بعد قراءة المادة موضع التحليل- ثم قيامه بالعمليات الاستنتاجية بناء على هذه الانطباعات دون استخدام أسلوب العد أو القياس بالمعنى الرياضي الإحصائي، وهو ما يحتمل معه حدوث خطأ في الاستنتاج نظراً لعدم الاعتماد أساساً على بيانات كمية تلخص اتجاهات المضمون، وهو ما يشكل خطورة بحثية في عملية التحليل.
3. لا يعتبر التحليل الكمي أو استخدام الأساليب الرياضية والإحصائية هدفاً في حد ذاته، وإنما هو وسيلة تستخدم لزيادة كفاءة التحليل ودقته وشموله وتعبيره تعبيراً صحيحاً عن المضمون، وابتعاده عن التخمينات والانطباعات والتقديرية الذاتية للباحث.
4. صعوبة الاعتماد على الأسلوب الكمي فقط في تحليل المضمون، لأن "الكم وحدة مجرد مظهرية إحصائية لا تعتبر ميزة في حد ذاتها، كما أن التحليل الكيفي دون الاستعانة بالضبط الرياضي لا يؤدي إلى تحليل منهجي دقيق، والكم يؤدي إلى التنبؤ الكيفي، كما أن الكيف هو الذي يبين السبيل لمعرفة مغزى الكم، وهذا ما يؤدي إلى التكامل في استخدام كلا الأسلوبين".

بعض الباحثين عقد مقارنة بين التحليل الكمي والتحليل الكيفي، خلصوا منها إلى مجموعة من النتائج التالية:

الرقم	التحليل الكيفي	التحليل الكمي
1.	التحليل الكيفي يعتبر تحليلاً كمياً إلى درجة كبيرة، والاختلاف فقط في طريقة عرض المعلومات ووصفها، فالتحليل الكيفي يصف الأرقام بطريقة كيفية، كما أنه يستخدم المصطلحات التي تشير إلى التناقض أو التزايد أو الاهتمام الواضح أو الكبير وغيرها من المصطلحات التي تعبر كيفياً عن بيانات كمية تم استخلاصها من المضمون	

2.	يركز على ظهور مضمون معين أو اختفائه	يركز على معرفة التكرار النسبي لهذا المفهوم
3.	يسعى إلى النظر إلى المضمون باعتباره انعكاساً لظواهر أعمق	يركز على المضمون ذاته دون الربط بالمتغيرات أو الظواهر الخارجية
4.	يتم إعداد فئات التحليل الكمي من حيث نوعيتها وعددها بطريقة أكثر إحكاماً ودقة من التحليل الكيفي	
5.	يستخدم التحليل الكيفي في الموضوعات المتداخلة والمتشابكة أكثر من التحليل الكمي	
6.	يساعد التحليل الكمي على تقديم المعلومات في شكل جداول، مما يؤدي إلى سهولة الاطلاع عليها، وإدراك النتائج الأساسية بشكل مبسط وواضح.	
7.	يساعد في مرحلة القراءة التمهيديّة للمضمون المراد تحليله بهدف تكوين الفروض واكتشاف العلاقات	يعتبر تحليلاً منتظماً للمضمون يسعى إلى اختبار فروض بحثية موضوعية، أو للإجابة على التساؤلات البحثية المطروحة.
8.	أسلوباً انطباعياً أو ذاتياً يستهدف التوصل إلى ملاحظات عامة عن خصائص المضمون	أسلوباً علمياً موضوعياً يستهدف التوصل إلى مادة موضوعية وثابتة واستبعاد التحيز
9.	يعطي نتائج ومؤشرات عامة	يعطي بيانات دقيقة محددة

يعتبر المطلب الكمي أساساً في عملية التحليل في الأحوال الآتية:

1. عندما تتطلب النتائج درجة عالية من الدقة والوضوح.
2. عندما تتطلب النتائج درجة عالية من الموضوعية.
3. عندما تكون مواد التحليل نموذجية بدرجة كافية.
4. عند اتساع إطار البيانات، وكثرة المواد المراد تحليلها.

ويمكن أن نخلص مما سبق إلى:

- ضرورة وأهمية توافر كلا النوعين من التحليل، وأن البحث الذي يعتمد على أسلوب واحد فقط منهما يعتبر بحثاً منقوصاً.
- كما أن على الباحث أن يدرك فروق استخدامات كل أسلوب منهما حتى يمكنه أن يقوم بتوظيف كلا الأسلوبين في بحثه توظيفاً كفوفاً.

- ضرورة معرفة الباحث ودرايته بالجوانب الفنية والإجرائية والمنهجية لكل أسلوب وتمكنه منها إلى الدرجة التي تسمح له بالإفادة القصوى من كلا الأسلوبين في انجاز تحليل المضمون بمستوى عال، ويقدر كبير من الشمول والإحاطة والارتباط بالمتغيرات الخاصة بالبحث وبالمشكلة البحثية في إطارها الموضوعي العام.

6. تحليل المضمون الظاهر مقابل كشف النوايا الخفية للمضمون:

القائم بتحليل المضمون لا يسعى فقط إلى مجرد القيام بعملية التحليل والوصف طبقاً لفئات أو وحدات ويكتفي بهذه الخطوة، وإنما يسعى من خلال ما توصل إليه من معلومات تحليلية إلى ربط هذه المعلومات بمجموعة أخرى من البيانات والمعلومات المرتبطة بالقضية أو المشكلة البحثية التي يقوم بدراستها، بهدف الوصول إلى استنتاجات واستدلالات تتعدى النطاق الضيق المحدود لتحليل المضمون الصريح، إلى النطاق الواسع الشامل الذي يكشف عن الأهداف الذي يسعى المضمون موضع التحليل إلى تحقيقها، مثل:

- أهداف القائم بالاتصال.
- الخلفيات العامة التي تتبع منها الرسالة الإعلامية أو الدعائية.
- المقارنة بين ما تم نشره أو عرضه أو إذاعته في مجموعة من الوسائل لاستخلاص مدى التركيز الذي تم بالنسبة لموضوعات معينة في وسائل معينة في مناطق أو دول معينة، وأسباب ذلك.
- الاستجابات التي يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقها من خلال المضمون.
- التكرار والاستمرار في تقديم موضوعات معينة ومغزى ذلك.
- العلاقة بين خصائص المضمون-من حيث الشكل وأسلوب العرض والاستمالات المستخدمة- وخصائص القائم بالاتصال.
- المقارنة بين خصائص المضمون وخصائص جمهور المتلقين لهذا المضمون من القراء أو المستمعين أو المشاهدين.
- التنبؤ بالسلوك الإعلامي المتوقع للقائم بالاتصال من خلال الدراسة الدقيقة الفاحصة المتأنية لسلسلة من المواد المنشورة أو المعروضة أو المذاعة.

6. التحليل المباشر مقابل التحليل غير المباشر للمضمون:

يجب التفرقة بين التحليل المباشر والتحليل غير المباشر للمضمون، فالتحليل المباشر هو الذي يستهدف تحليل نص المادة المنشورة أو المعروضة أو المذاعة، أما التحليل غير المباشر فيستهدف التعرف على الخصائص الشكلية التي استخدمت في تقديم المضمون والتي تساعد في كشف جانب

من النوايا الخفية للمضمون، مثل مقاطع الكلمات، وتعبيرات الوجه، والصمت، والحركات التمثيلية، والتركيز على كلمات معينة، والعناوين والصور، والألوان من حيث مساحتها وشكلها وكميتها، واستخدام العناصر التيبوغرافية الأخرى في عرض المادة الإعلامية وتقديمتها، وكذلك استخدام المؤثرات الصوتية والمنظرية وغيرها من العوامل التي تضيف إلى النص الجامد أبعاداً جديدة تثرى عملية التحليل، وتسهم في توفير المعلومات التي تساعد في تحقيق الكشف عن النوايا الخفية للمضمون.

ومن أبرز الأمثلة التي تؤكد على هذا الجانب ما تنبأ به جورج هرتزوج-من خلال تحليل المضمون- من قرب نهاية هتلر السياسية، فقد اعتمد في تحليله "على دراسة طبقات الصوت والوقفات ونغم الأداء الخطابي لهتلر مع مقارنته بعدة مواقف سابقة، مما يؤكد أن تحليل المضمون لا يعتمد على الألفاظ وعدها عدأً ألياً فحسب، وإنما ينبغي دراسة الموقف بشكل متكامل.

ثالثاً: استخدامات تحليل المضمون:

هناك العديد من الاستخدامات لتحليل المضمون، وعدد واتجاه ونوع الدراسات التي تستمد منه لا حصر له، وقيل أن نبيين أهم تلك الاستخدامات، يجب أن نشير إلى أن هناك ثلاث مسلمات يستند عليها استخدام تحليل المضمون، وهي:

1. نلجأ إلى أداة تحليل المضمون عندما تكون البيانات التي يجمعها الباحث مقصورة على الدليل الوثائقي، لأن القائم بالتحليل الذي يستطيع الاتصال بالمصادر والأشخاص المعنيين سيجد أساليب البحث الأخرى أفضل، إذ أنها مباشرة وتتم بتكاليف أقل.. ولكن عندما تكون هناك صعوبات زمانية ومكانية لا تتيح له الاتصال المباشر بالأشخاص فإنه يصبح من اللازم دراسة هؤلاء "على البعد" على اعتبار أن أدوات البحث الأخرى (كالاستبيان والمقابلة والملاحظة وغيرها من الأدوات المشابهة) غير ممكنة.
2. نلجأ إلى أداة تحليل المضمون عندما يكون التعرف على لغة المفحوص أمراً حاسماً بالنسبة للبحث.
3. نلجأ إلى أداة تحليل المضمون عندما يزيد حجم المواد المفحوصة عن مقدرة الباحث على القيام بالبحث بنفسه.

وقد أسهم كلاً من هولستي وبرلسون أسهماً علمياً كبيراً في إيضاح الاستخدامات المتنوعة لتحليل المضمون من زاوية الدراسات الإعلامية، وفي هذا الإطار يذهب هولستي إلى أن عملية الاتصال تتكون من ستة عناصر أساسية هي المصدر أو القائم بالاتصال وعملية الترميز، والوسائل الاتصالية، والرسالة وعملية استقبال الرموز وتفسيرها، وجمهور المتلقين للرسالة، ويستخدم تحليل المضمون للوصول إلى استدلالات بشأن هذه العناصر التي تتطوي عليها عملية الاتصال بالإضافة إلى إمكانية استخدامه أيضاً في محاولة التعرف على مسببات الاتصال وتأثيراته.

وقد حصر "برلسون" استخدامات تحليل المضمون في ثلاث فئات عريضة يخرج من كل منها مجموعة من الاستخدامات الفرعية، وهذه الفئات:

1. تحديد ووصف خصائص الاتصال، ويتفرع منها:

- المقارنة بين أدوات الاتصال ومستوياتها.
- الربط بين خصائص القائم بالاتصال وما يقدمه من رسائل.
- الربط بين أهداف الاتصال ومحتواه.
- تحليل أساليب الدعاية وأساليب الإقناع والتأثير.
- الكشف عن خصائص الأسلوب الذي تقدم به المادة الإعلامية.
- قياس مقروئية المواد الإعلامية المطبوعة.

2. تحديد أهداف الاتصال والطرق التي اتبعت في عرض مادته، ويتفرع منها:

- تحديد أهداف القائم بالاتصال.
- التعرف على الحالة السيكولوجية لجمهور وسائل الإعلام.
- الكشف عن وجود دعاية في دولة ما.
- الحصول على معلومات سياسية أو عسكرية لأغراض أمنية.

3. دراسة جمهور الوسائل الإعلامية، ويتفرع منها:

- الكشف عن الاتجاهات الخاصة بالجماعات واهتماماتها وقيمتها.
- وصف تأثير المادة الإعلامية على اتجاهات وسلوك الجمهور.
- تحديد محور الاهتمام في محتوى الاتصال بالنسبة للجمهور.

وبالإضافة إلى تصنيف برلسون للاستخدامات المختلفة لتحليل المضمون، فقد قدم -هولستي- تصنيفاً لا يختلف كثيراً عن تصنيف -برلسون- ويتداخل معه في كثير من الاستخدامات الفرعية، ويشمل تصنيف هولستي ثلاث فئات رئيسية أيضاً يندرج تحتها فئات فرعية عديدة، وهي:

1. وصف خصائص الاتصال، ويتضمن:

- ماذا قيل...؟؟
- وصف الاتجاهات في مضمون الاتصال.
- الربط بين الخصائص المعروفة الظاهرة للقائم بالاتصال والرسائل الاتصالية التي يقوم بتقديمها.
- المقارنة بين مضمون الاتصال والمعايير الاتصالية.
- كيف قيل...؟؟
- تحليل أساليب الإقناع والتأثير.
- تحليل أنماط الاتصال.
- لمن...؟؟
- الربط بين الخصائص المعروفة لجمهور المتلقين والرسائل الموجهة اليهم.
- وصف أنماط العملية الاتصالية.

2. الاستدلال على مسببات الاتصال:

- لماذا...؟؟
- الحصول على معلومات سياسية وعسكرية.
- تحليل الخصائص السيكولوجية للأفراد.
- دراسة الاتجاهات الثقافية والتغيير الثقافي.
- من...؟؟
- تحديد المؤلف أو الكاتب أو المصدر.

3. الاستدلال على تأثيرات الاتصال:

- قياس المقروئية.
- تحليل انسياب المعلومات.
- قياس الاستجابات نحو الاتصال.

ويمكن تحديد أطر استخدامات تحليل المحتوى من خلال اتجاهات التعريف السابق الإشارة إليها، وقد قدمنا أن اتجاهات التعريف لا تعني انفصلاً تاماً بينها، بل إنها تقرر بوجود مستويين للتحليل، الأول وهو الذي يحقق هدف الوصف للمحتوى الظاهر، والثاني الذي يحقق هدف الاستدلال عن المعاني الكامنة والعلاقات الإرتباطية بالمحتوى، ومن خلال هذين المستويين يمكن أن نحدد إطار الاستخدامات الذي يتفق مع طبيعة كل مستوى وأهدافه:

أولاً: التحليل الوصفي للمحتوى:

ويتوقف التحليل في هذا الإطار عند حدود وصف المحتوى ذاته، دون تجاوز ذلك إلى الكشف أو الاستدلال عن متغيرات أخرى خارج بناء هذا المحتوى، وذلك مثل الحالات الآتية:

1. الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى سواء في الموضوعات أو الشخصيات أو المصادر أو الأقاليم والدول والتجمعات..إلى آخره. وذلك من خلال رصد تكرار النشر أو الإذاعة والمقارنة خلال فترة معينة أو العدد من البرامج والإذاعات والمحطات والصحف وإجراء المقارنات بين تكرار النشر والإذاعة لاتخاذها دليلاً على وصف مستويات اهتمام الوسائل أو وسائل الإعلام والمقارنة بينها عبر الزمن أو بين هذه الوسائل.
2. الكشف عن وظائف الإعلام التي تتبناها هذه الوسائل في محتواها الإعلامي، وترتيب هذه الوظائف في علاقاتها ببعضها بما يعكس مستوى اهتمام الوسائل بهذه الوظائف.
3. الكشف عن تدفق المعلومات، ومصادرها. ومن جانب آخر يمكن الكشف أيضاً عن اتجاهات التبادل الإخباري أو المعلوماتي بين الوسائل الإعلامية في الدولة أو بين الدول المختلفة.
4. دراسة فنون الإقناع في المحتوى، وتحديد الاستمالات المختلفة، والإجابة على الأسئلة الخاصة بالاستمالات التي تميل الوسائل إلى استخدامها أكثر من غيرها.
5. بحوث ضبط المعلومات من خلال المقارنة بين ما هو منشور أو مذاع فعلاً (مخرجات) وما تم الحصول عليه للنشر والإذاعة من مصادر مختلفة (مدخلات) متى توفرت المعلومات والبيانات الخاصة بمصادر الحصول على الأخبار والمعلومات.
6. الدراسات اللغوية المختلفة التي تعتمد على الصحف باعتبارها وثائق لغوية، مثل دراسة الأسلوب، ودلالة المعاني، ويسر القراءة.. وغيرها من البحوث والدراسات التي تعتمد بداية على وصف المحتوى الظاهر كأساس لبناء الدراسات اللغوية بعد ذلك.
7. الكشف عن أساليب الممارسة، ووصف مهارات العرض والتقديم وبناء الشكل والتصميم واختيار القوالب الفنية للنشر أو الإذاعة.

ومثل هذه البحوث والدراسات، بجانب أنها تحقق أهدافها من خلال وصف المحتوى ذاته، إلا أن نتائج الوصف أيضاً يمكن أن تشكل قاعدة معرفية للاستدلال مثل التعرف على السياسات التحريرية للصحف والقائمين عليها واتجاهاتها أو تقييم الأداء والممارسة.. وغيرها من الأهداف التي تعتمد في تقريرها على مثل النتائج الوصفية لعدد من البحوث والدراسات.

ثانياً: التحليل الاستدلالي للمحتوى:

يدخل في هذا الإطار الاستخدامات التي تستهدف التعرف على عناصر العملية الصحفية الأخرى، بوصفها متغيرات في علاقات ارتباطيه مع المحتوى. أو وصف الظواهر الأخرى، التي تعمل مع الظاهرة الصحفية، في إطار السياق العام للمجتمع، والصحافة بوصفها عملية اجتماعية تتكون من عناصر: السياسات والأهداف العامة، والخاصة بالصحيفة، الكتاب والمحررون والمندوبون، الصحف بوصفها وسائل اتصالية، وكذلك الفنون المختلفة للنشر والعرض على الصفحات، ثم قراءة الصحف وأخيراً الأثر الذي يمكن أن تحققه الصحيفة أو تستهدفه، وذلك بالإضافة إلى الرسائل الصحفية والتي يعبر عنها المحتوى بما يضم من رموز لغوية أو مصورة، وعلى هذا يمكن تحديد العديد من نماذج الاستخدامات، التي يمكن تحقيق أهدافها من خلال تحليل المحتوى، كالاتي:

1. علاقة الظاهرة الإعلامية بالمجتمع والظواهر الاجتماعية الأخرى، مثل:

- الكشف عن السياسات والأهداف العامة المستترة، والتي لا يتم توثيقها في الممارسات الإعلامية.. مثل: ضبط المعلومات، واتجاهات الرقابة على النشر، والممارسات الدعائية، أو ترويج الأفكار والشخصيات، وغيرها من الأمثلة التي يمكن الاستدلال عنها من خلال تحليل محتوى الإعلام والكشف عن الحقائق والرموز التي يعكسها هذا المحتوى.
- دراسة محتوى الإعلام باعتباره أحد مداخل تحليل النظم سواء في دراسة البناء المؤسسي لوسائل الإعلام، أو النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي يعكس محتوى الإعلام معالمها، باعتباره أحد المعالم الثقافية لهذه المجتمعات، ولذلك فإنه في هذا الإطار يمكن الكشف عن اتجاهات التغيير الثقافي، أو محاكاة النماذج الثقافية الأخرى وتأثير ذلك على البناء الثقافي والاجتماعي في المجتمع، ويمكن في هذه الحالة استخدام تحليل المحتوى في إطار تحليل الغرس، أو الكشف عن نماذج أو بناء الحقائق الاجتماعية، أو التبعية الإعلامية.

- تحليل الأدوار التي تقوم بها القوى السياسية والاقتصادية والاجتماعية في حركة الظاهرات الاجتماعية، والكشف عن اتجاهات الهيمنة على النشر والإذاعة وعلاقتها وأهدافها.
- تحليل الأدوار التاريخية للمجتمعات، أو النظم، أو القوى من خلال الأقوال والأحداث التي تناولتها الصحف بالذات في محتواها باعتبارها من وثائق المراحل التاريخية التي يمكن الاعتماد عليها في حالة غياب المصادر التاريخية الأولية.

2. الاستدلال عن الخصائص والسمات المميزة للكتاب والمحررين والمندوبين بوصفهم يمثلون

القائم بالاتصال أو المرسل أو المصدر، ويدخل في هذا الإطار النماذج والأسئلة الآتية:

- البحوث الخاصة بالكشف عن الاتجاهات والأفكار السائدة في كتاباتهم أو أعمالهم، والتي تعكس اتجاهاً، أو ميلاً ما نحو قضية أو موضوع أو تؤكد موقفاً أو تنفيه، ومدى التركيز في المحتوى المنشور في دعم هذه الاتجاهات، وهو ما يسمى بشدة الاتجاه أو الميل أو كثافته، ويعبر عنه بدرجات معينة يمكن تحديدها من خلال تكرار الرموز التي تشير إلى الاتجاه أو تنفيه.
- بحوث الكشف عن المراجع أو المصادر التي يرجع إليها الكاتب أو المحرر في تأكيد أقواله أو أفكاره، والتي تفيد من جانب آخر في الكشف عن النمط الثقافي السائد في كتابات الكاتب أو المحرر.
- بحوث الكشف عن القيم والمعتقدات والتقاليد السائدة في أفكار الكاتب أو المحرر وعباراته، والتي تشير إلى معالم التأكيد أو الاستشهاد لما يكتبه والتي توضح أيضاً الإطار الثقافي السائد الذي يتأثر به الكاتب أو المحرر.
- يضاف إلى ما سبق دراسة التغير في الأنماط الثقافية والفكرية والعقائدية عند هؤلاء الكتاب والمحررين، خاصة خلال الإطار الزمني الممتد في دراسات تحليل محتوى الصحف الكشف عن الممارسات الفردية في الكتابة والتحرير، والتي تميز كاتب عن الآخر، وبصفة خاصة في اتجاهات الكتاب نحو أساليب الاستمالة والإقناع.

وهذه الأمثلة أو بعضها بجانب أنها تفيد في وصف المحددات الخاصة بشخصية الكاتب أو المحرر، فإنه تفيد أيضاً من خلال الاتفاق أو الاختلاف بين مجموعة الكتاب أو المحررين في فترة ما، تفيد في تحديد خصائص هذه الفترة أو المرحلة الزمنية، ومن جانب آخر تفيد في تحديد السمات الخاصة بما نسميه المدارس الصحفية التي يجتمع لها عدد من المحددات التي تميزها عن غيرها مثل الاتجاهات العامة والأسلوب والمهارات الخاصة بفنون الكتابة والتحرير.. الخ.

3. يعكس الاستدلال عن خصائص المتلقين، خصائص المجتمع والأنماط الثقافية السائدة في المجتمع الكلي أو بين فئات جمهور المتلقين، ويمكن الاستدلال عنها من المحتوى الموجه إلى هذه الفئات، أو ما تكتبه هذه الفئات في الأبواب والزوايا المتخصصة مثل بريد القراء أو رسائل إلى المحرر، أو اتجاهات الحوار مع المستمعين أو المشاهدين في البرامج الحوارية أو برامج المسابقات أو اللقاءات الإذاعية والتلفزيونية.

يمكن أن نحدد عدداً من الأمثلة والنماذج لاستخدامات تحليل المحتوى في الاستدلال عن قراء الصحف وخصائصهم واتجاهاتهم، منها:

- بحوث الكشف عن الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع والذي يمثله هؤلاء القراء، أو الأنماط الثقافية بين جماعات القراء، مثل الشباب والإناث والعمال والطلاب والمهنيين.. إلى آخره بوصفهم يكونون جماعات خاصة من جمهور القراء، ويدخل في إطار هذه الأنماط الاتجاهات والقيم والعادات والتقاليد والأعراف وغيرها من الأنماط التي يعكسها محتوى الصحف المنشور.
- الكشف عن التغيير في هذه الأنماط، واختبار العلاقة بين هذا التغيير واتجاهاته، باعتباره متغيراً تابعاً لمتغيرات أخرى مستغلة تؤثر فيها.
- يدخل في إطار هذه البحوث، الأهداف التي يسعى إليها المجتمع ككل، ووسائل تحقيقها، حيث تمثل سمة من سماته أو التي يسعى إليها الأفراد وطرق تحقيقها خلال الفترات والمراحل الزمنية المختلفة، والتي تعتبر محددات ثقافية أيضاً يميز هذه الفترات أو المراحل وعلى سبيل المثال تباين ملامح الستينات والسبعينات من حيث تأثيرها في أهداف المجتمع وأفراده.
- الكشف عن بعض السمات العامة أو الخصائص الأولية والسكانية لقراء الصحف، والعلاقة بين اتجاهاتهم أو أنماطهم الثقافية وهذه السمات، وهذه العلاقة يمكن دراستها بوضوح من خلال التوقعات المذيلة بالسن أو المستوى التعليمي أو المهنة التي يقرنها بعض قراء الصحف بمراسلاتهم أو آرائهم أو أفكارهم التي يرسلونها إلى هذه الصحف.

4. في مراحل سابقة كان يسود الاعتقاد بصعوبة الاستدلال عن تأثيرات وسائل الإعلام، وعدم القدرة على فصل تأثيراتها عن التأثيرات الاجتماعية الأخرى، إلا أن النظريات الحديثة قدمت العديد من الأدلة على قوة وسائل الإعلام وتأثيراتها في المجتمع وقدمت الدليل على ذلك من خلال نظريات التفاعل الرمزي والغرس، وترتيب الأولويات ونظريات التسويق الاجتماعي وغيرها التي استندت بداية على وجود هذا التأثير، بل إن اتجاهات المدرسة النقدية دعمت تحليل محتوى الإعلام لتأكيد

التفسيرات الخاصة بالهيمنة أو السيطرة أو النفوذ التي تمارسه القوى السياسية والاجتماعية على وسائل الإعلام وتوجيه محتواها لتحقيق مصالحها.

ويمكن أن تقدم نتائج تحليل المحتوى دليلاً إلى ذلك في الاستخدامات التي تمثلها النماذج أو الأمثلة الآتية:

- تقدم رسائل القراء أو بريد المحرر، دليلاً على التفاعل والمشاركة، والتأييد أو المعارضة لبعض القضايا أو الموضوعات أو المواقف التي تتناولها الصحف، وهذا يشير إلى حد ما إلى مستوى الأثر الذي أحدثه هذا التناول مع الرأي العام، ولذلك يفيد هذا الاستخدام كثيراً في بحوث الرأي العام، خصوصاً عندما يتوفر المناخ المؤيد لحرية الرأي والصحافة، بحيث تصبح الصحف بما تقدمه في محتوى أداة صادقة للتعبير عن الرأي العام واتجاهاته.
- ويدخل في هذا الإطار أيضاً دراسة الاستجابات اللفظية وأنماطها، نحو بعض الموضوعات أو القضايا أو المواقف، والتي يمكن من خلالها تصنيف الاستجابات اللفظية في فئات أو أنماط تغيير في وصف الخصائص الثقافية السائدة للمجتمع و أفراده خلال فترة أو مرحلة زمنية معينة.
- دراسة مراكز الاهتمام لجمهور القراء بالموضوعات والقضايا والمواقف والشخصيات المختلفة، وبصفة خاصة تلك التي تتناولها الصحف، والكشف عن العلاقة بين مراكز اهتمام الصحف والقراء، لتقرير مدى قيام هذه الصحيفة بوظائفها، ومدى إدراكها لاتجاهات وأفكار وميول قرائها.
- ويدخل في هذا الإطار أيضاً، بحوث تقويم السياسات والأهداف، وبصفة خاصة الحملات الصحفية المختلفة، واستجابة جمهور القراء نحوها، باعتبارها أحد المؤشرات الدالة على نجاح الحملات الصحفية وإخفاقها.

المراجع:

1. إسماعيل، محمود حسن (1996): **مناهج البحث في إعلام الطفل**، الطبعة الأولى، بدون: دار النشر للجامعات.
2. بدر، أحمد (1998): **مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي**، القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع.
3. حسين، سمير محمد (1983): **تحليل المضمون**، الطبعة الأولى، القاهرة: عالم الكتب.
4. حسين، سمير محمد (2006): **دراسات في مناهج البحث العلمي..بحوث الإعلام**، الطبعة الثانية، القاهرة: عالم الكتب.
5. طعيمة، رشدي (1987): **تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية: مفهومه..أسسه..استخداماته**، بدون طبعة، القاهرة: دار الفكر العربي.
6. زغيب، شيماء ذو الفقار (2009): **مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية**، الطبعة الأولى، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
7. عبد العزيز، بركات (2011): **مناهج البحث الإعلامي..الأصول النظرية ومهارات التطبيق**، الطبعة الأولى، القاهرة: دار الكتاب للحديث.
8. عبد الحميد، محمد (2010): **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**، الطبعة الأولى، القاهرة: عالم الكتب.
9. عبد الحميد، محمد (2004): **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، الطبعة الثانية، القاهرة: عالم الكتب.
10. عليان، رحي، غنيم، عثمان (2004): **أساليب البحث العلمي الأسس النظرية والتطبيق العملي**، الطبعة الأولى، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
11. عبد الرحمن، عواطف (2000): **بحوث في الصحافة المعاصرة**، الطبعة الأولى، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
12. عبيدات، ذوقان ; عدس، عبد الرحمن ; عبد الحق، كايد (1996): **البحث العلمي: مفهومه..وأدواته..وأساليبه**، الطبعة الخامسة، عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.
13. عبد الحميد محمد (1992): **بحوث الصحافة**، الطبعة الأولى، القاهرة: عالم الكتب.
14. عبد الرحمن، عواطف ; سالم، نادية ; عبد المجيد ليلي (1982): **تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية**، بدون.