# المحاضرة الثالثة : تحليل المحتوى

## الأهداف التدريسية :

- تعريف الطالب بالخلفية التاريخية لتحليل المحتوى.
- تحسيسه بأهمية تحليل المحتوى في وسائل الإعلام عامة و الصحيفة خصوصا
- تمكينه من الإلمام بالخطوات المنهجية لتصميم و تطبيق أداة تحليل المحتوى.

## المحتويات :

1- تحليل المحتوى: خلفية تاريخية

2- تحليل المحتوى : مقاربة اصطلاحية

3- خصائص تحليل المحتوى

4- استخدامات تحليل المحتوى

5- تحليل المحتوى: مستويات التحليل

6- الخطوات المنهجية لتحليل المحتوى

7- أسئلة للمناقشة

## 1- تحليل المحتوى : خلفية تاريخية :

يعود استخدام تحليل المحتوى إلى بداية القرن العشرين ، حين حاول الباحثون التخلص من النزعة الشخصية القائمة على الحدس الذاتي[5] في تحليل المضامين ، و إضفاء الموضوعية غلى هذا النوع من البحوث و بالتالي التخلص من التحليل الانطباعي القائم على قراءة و تسجيل الانطباعات الذاتية للباحث عن المحتوى محل البحث. وفي مجال الإعلام و الاتصال ، تُنسب أولى المحاولات الجادة لاستخدام تحليل المحتوى في بحث المضمون الإعلامي إلى " الباحث السياسي الأمريكي هارولد لاسويل الذي قام منذ سنة 1915 بتحليل موضوع الدعاية في الدوريات ، وكلل جهده هذا سنة 1927 بنشر كتاب تقنيات الدعاية في الحرب العالمية Propaganda Techniques in the World War " (بن مرسلي،2003م، ص:254) و هو الباحث الذي كرس السنوات الموالية لنشر كتابه لتطوير تحليل المحتوى باعتباره أسلوبا تحليليا موضوعيا قادرا على تعويض النزعة الذاتية في دراسة و بحث و تحليل الموضوعات الإعلامية ، فعمل رفقة طلابه على استحداث طرق للقياس المضامين الإعلامية كميا بهدف الالتزام بالصرامة العلمية اعتمادا على عناصر المساحة و الزمن و الموضوع و العنوان و الصورة و موقع النشر كوحدات للقياس الكمي. و هو ما أثمر " سنة 1949 بنشر لازويل لكتابه الشهير لغة السياسة ، الذي ضمنه تأكيده على أهمية استخدام الأساليب الكمية في تحليل المحتوى ، و دعوته إلى الاهتمام بالتحليل الكيفي" (بن مرسلي،2003م، ص:255) الأمر الذي أسهم بشكل مباشر في تنامي الاهتمام بتحليل المحتوى في تحليل و دراسة المضامين الإعلامية "و بعد الحرب ، استخدم الباحثون تحليل المضمون لدراسة الإعلان في الصحف و الإذاعة . و في عام 1952

[5] تم الاعتماد سابقا ،في تحليل النصوص، على الانطباع الشخصي المؤسس على الحدس الذاتي للباحث في ظل سيطرة نظرية يرغسون Bregson على العلوم الإنسانية ، و هي النظرية القائمة على الحدس (الشعور الذاتي) في تحصيل المعرفة العلمية باعتباره مصدرا للحقيقة الخالصة.

نشر برنارد بيرلسون Bernard Berelson كتاب تحليل المضمون في بحوث الاتصال Content Analysis in Communication Research الذي أشار إلى أن هذه التقنية قد اكتسبت اعترافا كأداة لدى علماء الاتصال"(Wimmer and Dominick, 2011,p 156 )

## 2- تحليل المحتوى : مقاربة اصطلاحية:

لقد أسهمت التطورات[6] التي عرفها تحليل المحتوى باعتباره أسلوبا منهجيا مُعتمدا في بحث المحتوى الإعلامي عامة و الصحفي خاصة في تعدد التعريفات المقترحة لضبط المفهوم و اختلافها ، و يميز د/ محمد عبد الحميد في هذا الإطار بين اتجاهين رئيسيين في تعريف تحليل المحتوى هما " الاتجاه الوصفي[7]: الذي عاصر فترة النشأة و استمر بعد ذلك ، و عنه استعار العديد من الخبراء و الباحثون تعريفهم لتحليل المحتوى و تطبيقه ... و من أهم التعريفات في هذا المجال تعريف Bernard Berelson ... الذي يُعرف تحليل المحتوى بأنه أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي ، و الموضوعي ، و المنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال.و الاتجاه الاستدلالي : الذي يتجاوز حدود وصف المحتوى الظاهر ، إلى الكشف عن المعاني الكامنة و قراءة ما بين السطور و الاستدلال عن الأبعاد المختلفة لعملية الاتصال" (عبد الحميد، محمد،1992، ص:130) و أبرز التعريفات المقترحة وفقا لهذا الاتجاه تعريف هولستي Holsti الذي يعتبر تحليل المحتوى " أسلوبا بحثيا يرمي للخروج باستدلالات عن طريق تشخيص صفات محددة في الرسائل تشخيصا موضوعيا منظما " (طعيمة،2004، ص:70) و يوافقه في

---

[6] أسهمت الجهود العلمية المبذولة لتطوير الأسس المنهجية لتحليل المحتوى و تنقيحها و كذا تطور المحتويات الإعلامية بفعل التطورات التكنولوجية بشكل مباشر في تنويع المدونة الاصطلاحية للمفهوم .

7يركز أصحاب هذا الاتجاه ، و على رأسهم رواد استخدام تحليل المحتوى و أولهم لاسويل على هدف الوصف الظاهر للمحتوى فقط

ذلك أوسجود Osgood[8] الذي يرى أن تحليل المحتوى يمكن الباحث من الوصول إلى "استنتاجات معينة حول كل من مصدر الرسالة و مستقبلها في ظل دلائل معينة تشتمل عليها هذه الرسالة"(طعيمة،2004، ص:70) ويخلص الدكتور محمد عبد الحميد إلى تعريف تحليل المحتوى من خلال الجمع بين أهداف كل من الاتجاهين باعتباره "مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى ، و العلاقات الارتباطية بهذه المعاني ، من خلال البحث الكمي ،الموضوعي و المنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى"(عبد الحميد، محمد،1992، ص:132)

لقد اهتم الباحثون في علوم الإعلام و الاتصال بالاستخدام المنهجي لتحليل المحتوى في دراسة مختلف المضامين الصحفية و الإعلامية ،شكلا و مضمونا، و عرفوه بناءً على ذلك فتعددت التعريفات المقترحة و تنوعت باختلاف الأهداف البحثية المرجوة ، و من بين أكثر التعريفات تداولا :

- تعريف واليزر و اينر Walizer & Wienir : " تحليل المحتوى إجراء منهجي منظم يستعمل لفحص المعلومات في المضامين المسجلة"( Gunter,2000,p 56 )
- تعريف كيرلينجر Kerlinger : تحليل المضمون منهجية لدراسة و تحليل المواد الاتصالية بطريقة منتظمة موضوعية و كمية بهدف قياس المتغيرات"( Gunter,2000,p 56 )

8 يذكر أحمد بن مرسلي في كتابه مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال أن Osgood قد أسهم في منح انطلاقة منهجية جديدة لتحليل المحتوى ، حيث أكد أن أهمية هذا الأسلوب البحثي لا يتمثل في التعرف على ما تحتويه الرسالة في جانبها الأول أي عناصرها القابلة للعد و القياس و التي أطلق عليه اسم الجانب الأداتي ، بل بل فيما تخفيه هذه العناصر من أفكار و نوايا على المستوى التحليلي الثاني الذي يعبر عنه Osgood بالجانب التمثيلي.

تعريف سمير محمد حسين : "تحليل المحتوى أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يُشخصها الباحثون في مجالات بحثية متنوعة و على الأخص في علم الإعلام ، لو صف المحتوى الظاهر و المضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها – من حيث الشكل و المضمون – تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسية ،طبقا للمقتضيات الموضوعية التي يحددها الباحث، و ذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك إما في وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تنبع منها الرسالة الإعلامية ، أو التعرف على مقاصد القائمين بالاتصال من خلال الكلمات و الجمل و الرموز و الصور و كافة الأساليب التعبيرية – شكلا و مضمونا - و التي يُعبر بها القائمون بالاتصال عن أفكارهم و مفاهيمهم ، و ذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منتظمة ، و وفق منهجية و معايير موضوعية و أن يستند الباحث في عملية جمع البيانات و تبويبها و تحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية" (حسين،1983، ص:22)

## 3- خصائص تحليل المحتوى:

من خلال التعريفات السابقة يمكن استخلاص عدد من الخصائص التي يتسم بها تحليل محتوى الإعلام و هي :

- التنظيم : تحليل المحتوى يتسم بالانتظام ، هذا الأخير الذي يتجلى في دراسة المضمون الإعلامي من خلال اعتماد معايير موحدة في اختيار المادة موضع التحليل و تقييمها و تحليلها .

- **<u>الموضوعية</u> : تحليل المحتوى موضوعي ، ويشير ذلك غلى استبعاد ذاتية الباحث و تحيزه من خلال السعي لتحقيق متطلبات الموضوعية في تحديد فئات التحليل و ضبطها إجرائيا من جهة وتطبيقها في عد المضمون الإعلامي و قياسه من جهة ثانية**[9]
- **<u>*الكمية*</u> : تحليل المحتوى كمي، بحيث يتم التعبير عن مختلف عناصر الرسالة الإعلامية كميا لتحقيق سمة الدقة بما يسهم في تمكين الباحث من الاستفادة من الأدوات الإحصائية في تحليل النتائج و تفسيرها.**

## 4- <u>استخدامات تحليل المحتوى:</u>

**يُوضح كل من** Joseph R. Dominick &Roger Wimmer **في مؤلفهما** Mass Media Research: An Introduction **أهم تطبيقات تحليل المحتوى في الدراسات الإعلامية موزعة على خمس أغراض رئيسية هي :**

- **وصف مضمون الاتصال : وهو النوع القاعدي لدراسات تحليل المحتوى ،هذا الأخير الذي يُستخدم لغرض الوصف الخالص للمضمون محل البحث.**
- **اختبار فرضيات خصائص الرسائل الإعلامية : حيث يتم دراسة العلاقة بين خصائص مصدر المضمون الإعلامي من جهة وخصائص المضمون المُنتج من جهة ثانية** [10]

---

* [9] يعتبر الالتزام بالموضوعية في تحليل المحتوى خاصية يمكن الإسهام في تحقيقها عن طريق إخضاع الفئات المصممة لاختبارات الثبات ( أنظر عنصر: إختبارات الصدق و الثبات نفس المحاضرة )

10 أشار هولستي Holsti لهذا النوع من دراسات تحليل المحتوى عندما أشار إلى انتشار البحوث التي تختبر فرضيات الصيغة : إذا كان للمصدر الخصائص (A) فإن الرسائل التي يتم انتاجها تحتوي على العناصر (X) و (Y) ، و إذا كان للمصدر الخصائص (B) فإن الرسائل التي يتم انتاجها تحتوي على العناصر (Z) و (W) .

- مقارنة مضمون وسائل الإعلام بالواقع : ويتم في هذا النوع من الدراسات المقارنة بين الواقع الحقيقي و الصورة الرمزية التي تنتجها وسائل الإعلام (المضمون الإعلامي) حول هذا الواقع .
- تقييم صورة جماعات معينة في المجتمع : و تضم بحوث المحتوى التي تُعنى بدراسة الصور التي تسوقها وسائل الإعلام حول الأقليات أو الجماعات البارزة في المجتمع .
- التأسيس لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام: حيث يستخدم تحليل المحتوى للتعرف على المضمون الإعلامي كمرحلة أولى للتعرف لاحقا على دراسة طبيعة تأثيره على أراد الجمهور المتلقين للمضامين الإعلامية المدروسة.

## 5- تحليل المحتوى: مستويات التحليل:

يشتمل تحليل المحتوى على مستويين اثنين للتحليل هما :

- مستوى التحليل الكمي : و الذي يعتبر مستوى قاعدي[11] حيث يتميز "تحليل المحتوى باعتماده على التقدير الكمي كأساس للدراسة و كمنطلق للحكم على انتشار الظواهر و كمؤشر للدقة في البحث "(طعيمة،2004، ص:101)
- مستوى التحليل الكيفي: و هو المستوى الذي "يقوم على قراءة و تسجيل الانطباعات الشخصية للباحث ثم تقرير النتائج بناء على هذا التسجيل ... بالإضافة إلى أن التحليل الكيفي يساعد الباحث على تحديد أطر التفسير و

11سبقت الإشارة إلى أنه ، و استنتاجا من تعريفات تحليل المحتوى، سمة الكمية تعتبر خاصية أساسية في تحليل المحتوى

الاستدلال التي يتم صياغتها من خلال الرموز اللفظية في مرحلة لاحقة للنتائج الكمية"(عبد الحميد،1992، ص:134)

6- الخطوات المنهجية لتحليل المحتوى :

يتم إجراء تحليل المحتوى في الدراسات الإعلامية وفقا لعدد من الخطوات التي يمكن تحديدها على النحو التالي :

- الإحساس بمشكلة البحث و تحديدها : ويتم في هذه المرحلة التعرف على الظاهرة محل البحث و تقييم إمكانية دراستها و إخضاعها للبحث العلمي .
- التحليل التمهيدي : و هي المرحلة التي يقوم في إطارها الباحث باستكشاف الظاهرة محل البحث (الدراسة الاستكشافية ، التمهيدية أو الصياغية) حتى يتمكن من إيجاد مرتكز وقدر من المعرفة التي تؤهله للتعرف على الجوانب المختلفة لموضوع البحث الأساسي، و هو ما يمكن تحقيقه من خلال توجيه الجهد البحثي – في هذه المرحلة- في اتجاهين رئيسيين ، يتمثل أولهما في الاطلاع على جهود الباحثين السابقين، والوقوف على الجوانب النظرية والمنهجية والمفاهيم والفروض المتضمنة في الدراسات السابقة .و يتمحور الاتجاه الثاني حول ضرورة ملاحظة المحتوى الإعلامي موضع التحليل و متابعته قصد تكوين صورة مبدئية واضحة حول :

. تحديد زاوية البحث

. تحديد وحدات التحليل الملائمة

. تكوين صورة أولية لفئات التحليل

.التفكير في الأساليب الإحصائية الملائمة لطبيعة المحتوى موضع التحليل.

- **تحديد إشكالية البحث و طرح التساؤلات أو صياغة الفرضيات: تُمَكن مرحلة التحليل التمهيدي الباحث من التعرف على الظاهرة محل البحث و عناصرها و كذا العلاقات التي تربط هذه العناصر، و بالتالي يصبح قادرا على تحديد جانب محدد من جوانبها ليخصه بالبحث و الدراسة ، و تجدر الإشارة في هذا الإطار إلى أهمية التعبير عن الهدف من البحث ضمن الإشكالية لتجنب الوقوع في خطأ "العد من أجل العد"**
- ***تحديد مجتمع البحث و اختيار العينة:*** **يُمثل مجتمع البحث الإطار الوثائقي الذي يمكن دراسة مفرداته بشكل شامل أو دراسة جزء منه باعتبار احتوائه على مجال العينة و يُعرف مجتمع البحث في بحوث تحليل المحتوى بأنه "مجموعة الرسائل المتماثلة و المعبرة في حوامل يُطلق عليها وسائل الاتصال" (تمار،2007، ص:20) و يُقصد بتحديد مجتمع البحث في دراسات تحليل المحتوى تبيان حدود المادة الإعلامية التي ستؤخذ بعين الاعتبار ، و التي ترتبط بمعيارين اثنين هما طبيعة موضوع البحث و المدة الزمنية حيث يجب أن يستجيب مجتمع البحث لأهداف الدراسة عامة و للإشكالية خاصة ، كما يجب أن تكون الفترة الزمنية المحددة طويلة بما يكفي لاستيعاب الظاهرة محل البحث .**

**بعد تحديد مجتمع البحث ينتقل الباحث إلى اختيار مفردات العينة[12] و التي تتم عبر مراحل يختار خلالها الباحث المصدر(الوسيلة الإعلامية ) فالتواريخ في مرحلة ثانية لينتقل في المرحلة الثالثة لاختيار المادة الإعلامية. و تخضع هذه المراحل بطبيعة الحال للهدف من البحث من جهة وطبيعة المادة الإعلامية موضع التحليل.**

---

12يتم اختيار مفردات العينة في بحوث تحليل المحتوى وفقا لنفس الإجراءات المتعارف عليها في البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، حيث يمكن اختيار نوع العينة الملائم لطبيعة البحث و المادة المبحوثة.

- اختيار وحدة التحليل: يتأسس تحليل المحتوى على وصف عناصر المضمون وصفا كميا من خلال حساب تكرار المضمون بعد تصنيفه في فئات و عليه تُمثل وحدات التحليل المعايير التي يتم على أساسها التقدير الكمي للمادة الإعلامية موضع التحليل" كونها تستخدم في الحساب التكراري لمدى ظهور البيانات في المضمون المعالج" (بن مرسلي،2003م، ص:261) و يتفق الباحثون في مجل الإعلام و الاتصال و المهتمون بتحليل المحتوى على تصنيف وحدات التحليل إلى الأنواع التالية :

. وحدة الكلمة

. وحدة الموضوع

.وحدة الشخصية

.وحدة المفردة

. وحدة مقاييس المساحة و الزمن

- تصميم فئات التحليل: يعتبر هذا الإجراء المنهجي أهم إجراء في تحليل المحتوى ، حيث يتم من خلاله تقسيم مكونات المضمون محل البحث إلى أجزاء تشترك في عدد من الخصائص و السمات اعتمادا على معايير للتصنيف يتم إعدادها مسبقا و تسمى فئات التحليل ، ويجب التأكيد في هذا الإطار على ضرورة الاختيار السليم لعنوان الفئة و الالتزام بتعريفها تعريفا اجرائيا دقيقا. و تتطلب "عملية التصنيف و تحديد الفئات توافر عدة شروط حتى يتحقق لهذه الفئات الصدق المنهجي ، و هذه الشروط هي :

. تحقيق استقلال الفئات : و هذا يعني أن لا تقبل المادة التي يتم تصنيفها في إطار فئة معينة ، التصنيف في إطار فئة أخرى.

.أن يكون نظام الفئات شاملا : و يعني تحديد الفئات بحيث نجد لكل مادة في المحتوى محل التحليل، فئة تصنف في إطارها.

. كفاية و ملاءمة نظام الفئات لأهداف الدراسة: بحيث يمكن أن تجيب على تساؤلات الدراسة أو تسمح باختبار الفروض." (عبد الحميد، محمد،1992، ص ص.146 147)

و يتم التمييز بين نوعين من فئات تحليل المحتوى هي

.فئات المضمون و هي الفئات التي تجيب على السؤال ماذا قيل؟

.فئات الشكل و التي تجيب على سؤال كيف قيل؟

- تصميم استمارة تحليل المحتوى :تُحضّر استمارة تحليل المحتوى لاستخدامها في تسجيل البيانات و المعلومات أثناء إخضاع المادة الإعلامية موضع التحليل للعد و القياس على أن تحتوي هذه الاستمارة على ما يلي :

.المعلومات الأولية الخاصة بالمضمون المبحوث كاسم الصحيفة و العدد و تاريخ الصدور و الركن و رقم الصفحة ... إلخ

.وحدة أو وحدات التحليل

.فئات التحليل

- تحديد نظام القياس الكمي (أسلوب العد و القياس): تعتمد إجراءات العد و القياس على التصنيفات التي قام الباحث ببنائها على مستوى فئات التحليل من جهة و وحدات التحليل من جهة ثانية ، و يتم في هذه المرحلة اتخاذ قرارات نهائية بشأن مستويات القياس[13] المعتمدة و التي تعكسها الفئات المصممة

13 الإسمي ، الترتيبي ، الفئوي و النسبي، حيث يمكن أن يشتمل القياس الكمي لتحليل المضمون على جميع مستويات القياس الأربعة ، على الرغم من انتشار استخدام المستوى الأول

- *اختبارات الصدق و الثبات* : من بين الخطوات المنهجية الأساسية في دراسات تحليل المحتوى، التأكد من ثقة المقاييس المصممة و مدى صلاحيتها لتحقيق الأهداف البحثية التي أعدت من اجلها ، ،و لدلك يجري الباحث عددا من الاختبارات التي يتأكد من خلالها بأن ألمقاييس المعتمدة قد تجاوزت،إلى حدود معينة،الأخطاء المتعلقة بتصميم المقياس أو تطبيقه ، هده الأخطاء التي قد تصادف الباحث في شكلين مختلفين هما :

"الأخطاء العشوائية : و هي ما يمكن أن يتكرر من أخطاء مع تكرار عمليات القياس تبعا لعوامل متنوعة تحدث صدفة أو نتيجة عوامل عارضة غير ثابتة التكرار.

الأخطاء المنتظمة : وهي الأخطاء التي تتعلق أساسا بالمقياس ذاته،بحيث يتكرر الخطأ في كل مرة يتم فيها القياس" (عبد الحميد، محمد،2000م، ص:417 418) ولكي يستطيع الباحث أن يتخطى هدا النوع من المشكلات ، فانه يقوم بعدد من الاختبارات للتأكد من ثبات وصدق المقاييس التي صممها.

. *الثبات في تحليل المحتوى:* يشير مفهوم الثبات إلى قياس مدى استقلالية المعلومات التي تم جمعها عن أدوات و طرق القياس، و يعني دلك أن ثبات التحليل هو الحصول على نسبة اتفاق عالية في النتائج لعدد من الباحثين يستخدمون نفس الأسس والأساليب في تحليل نفس المادة .

و للتأكد من ثبات المقياس المصممة في تحليل المحتوى ، بإشراك عدد من المرمزين اللذين يعملون على ترميز نفس العينة التجريبية من المضمون في استمارة تحليل المحتوى ، أي يقومون

بوضع كل وحدة من وحدات التحليل في الفئة التي تنتمي إليها.و تيمثل الثبات درجة عالية من الاتفاق [14] بين هؤلاء المرمزين الذين قامو بترميز المضمون نفسه باستخدام أدوات الترميز ذاتها

ويتم تقدير مدى ثبات الفئات المصممة من خلال حساب درجة الاتفاق بين المرمزين المشاركين في عملية الترميز بطرق مختلفة من بينها:

- طريقة هولستي Holsti:

$$\text{م} = \frac{2M}{N1 + N2}$$

حيث:

M:عدد الحالات المتفق عليها

N1:عدد الحالات التي رمزها المحكم الأول

N2: عدد الحالات التي رمزها المحكم الثاني

أما في حالة تعدد المحكمين يقترح هولستي الطريقة التالية:

$$= \frac{N \times \text{متوسط الاتفاق بين المحكمين}}{N + (N - 1) \times \text{متوسط الاتفاق بين المحكمين}}$$

حيث:

N :عدد المحكمين

في حين يتم حساب متوسط الاتفاق بين المحكمين بحساب معامل الثبات لكل محكمين اثنين بإتباع الطريقة الأولى و من ثم حساب المتوسط .

14 إذا لم تتحقق الدرجة الكافية من الثبات و المقدرة بنسبة 80 % فهذا يعني أن هناك نقص على مستوى الفئات أو التعريفات الإجرائية أو وحدة التحليل أو كل هذه الأخطاء مجتمعة

طريقة دانلسون :

تستوجب طريقة دانلسون مشاركة محكمين اثنين حيث يتم حساب معامل الثبات كما يلي :

- حساب مجموع الوحدات المرمزة من قبل المحكمين وهدا من خلال:

- حساب مجموع الوحدات التي لم يتفق المحكمان في ترميزها.

- إضافة مجموعهما إلى عدد الوحدات المتفق عليها

- استخراج معامل الثبات

. الصدق في تحليل المحتوى: يجب أن تتسم أداة تحليل المحتوى ، إضافة إلى الثبات، بالصدق ، و يعني صدق التحليل أن المقياس يقيس بالفعل الظاهرة التي يفترض أن يقيسها ، بمعنى أن تكون إجراءات القياس المعتمدة صادقة بالطريقة التي تمكنها من القياس الفعلي للمفاهيم و القيم التي صممت من اجل قياسها و عليه يمكن القول بان صدق أدوات و إجراءات القياس معناه أنها تقيس إجرائيا و عمليا المفاهيم التي صممت بهدف قياسها دلك أن المقياس يكون صادقا في ضوء مدى تحقيقه لأهداف البحث .

هناك عدة أشكال لصدق المقياس أهمها :

. صدق المحتوى : و يسمى أيضا الصدق الحقيقي و هو ابسط أشكال الصدق ، و يعتبر المقياس صادقا في محتواه و مضمونه ادا كان يقيس - من خلال مجموع جزئياته و مكوناته – المفاهيم التي صمم من اجل قياسها

. الصدق البنائي : يتوضح الصدق البنائي (الهيكلي) من خلال منطقية العلاقة بين المقاييس من جهة و الأطر النظرية و المرجعية العامة للبحث من جهة ثانية ، حيث تؤكد هده العلاقة أن المقياس يرتبط فعلا بالمفاهيم التي يقيسها .

. الصدق الامبريقي : يتعلق الصدق الامبريقي بالعلاقة بين أداة القياس و نتائج القياس ، حيث يفترض انه ادا توافرت لأداة القياس الصحة ، فانه يجب أن توجد علاقات قوية بين النتائج التي تحققت من خلال القياس و المتغيرات الأخرى .

- *جمع البيانات و تحليلها* : حيث تستخدم استمارة تحليل المحتوى لهذا الغرض، حيث يتم تسجيل المعلومات و البيانات الخاصة بكل وحدة في استمارتها الخاصة ، لينتقل الباحث إلى مرحلة تفريغ البيانات في الجداول التفريغية ، تحضيرا لتحليلها كميا عن طريق الجداول الإحصائية و ماهو متاح من أساليب إحصائية و كيفيا من خلال استنطاق البيانات الكمية و التعبير عما تشير إليه
- اسخراج النتائج و عرضها إحصائيا
- التفسير و الاستدلال و هي المرحلة التي يتم من خلالها الإجابة على التساؤلات المطروحة في بداية البحث.

- أسئلة للمناقشة:

. ماذا يعني أن تحليل المحتوى كمي .

. لماذا يتسم تحليل المحتوى بالموضوعية.

. حدد مستويات تحليل المحتوى مع الشرح.

. وضح استخدامات تحليل المحتوى بأمثلة.

. اشرح أهمية مرحلة التحليل المبدئي في دراسات تحليل المحتوى.

. ما هو الفرق بين وحدة التحليل و فئة التحليل؟

. ما هي الخطوات التي يجب اتباعها في تصميم فئات التحليل؟

. ما هي الشروط التي يجب الالتزام بها في تصميم فئات التحليل؟

. متى نستخدم فئات الشكل و متى نستخدم فئات المضمون؟

. ما هو الفرق بين وحدة التحليل و وحدة السياق؟

. ما هو الفرق بين الصدق و الثبات ؟

. ما هي الأخطاء التي تؤثر في صدق و ثبات تحليل المحتوى ؟ و كيف يمكن تجاوزها؟