

المحاضرة الرابعة : دراسات بناء مضمون الرسالة الإعلاميةالأهداف التدريسية :

- مساعدة الطالب في التعرف على مكانة الرسالة بين عناصر العملية الاتصالية .
- تحسيسه بأهمية الدراسات اللغوية في وسائل الإعلام .
- تمكينه من تكوين رؤية واضحة حول مناهج بحث الرسالة ضمن إطار المدخل اللغوي.

المحتويات:

- تعريف الرسالة
- المرجعية النظرية لدراسة الرسالة
- تحليل محتوى الرسالة في بحوث الاعلام

- تعريف الرسالة :

تمثل الرسالة مضمون السلوك الاتصالي ، وهي المحتوى الذي ينقله المرسل إلى المستقبل و تكتسي الرسالة بوصفها عنصرا من عناصر العملية الصحفية أهمية بالغة باعتبارها نقطة اللقاء بين عناصر العملية من جهة، و كونها "وعاء اللغة التي لا يقف دورها عند حدود الوساطة بين العملية ... في نقل المعلومات و لكنها تعمل كثير لتحقيق استجابات معينة" (عبد الحميد، محمد، 2000م، ص:46)

- المرجعية النظرية لدراسة الرسالة :

يتم مقارنة الرموز اللغوية التي يحتويها المضمون الصحفي من خلال دراسة المعاني الضمنية التي تحملها ، و بحث درجة التوافق في المعنى بين كل من المرسل و المستقبل . و هو ما ظهر في دراسات العديد من الباحثين في علم الاجتماع و علم النفس اللغوي و علم الدلالة حيث "يتفق علماء الاجتماع و علماء علم النفس الاجتماعي على أن الاتصال لم يكن ممكنا بين البشر دون الاتفاق على معان موحدة للرموز" (بن روان، 2007، ص:30) و هو ما تؤكدته نظرية التفاعلية الرمزية التي يركز روادها (George Mead & Herbert Bloumer) على طبيعة اللغة و الرموز في شرح عملية الاتصال في إطارها الاجتماعي " حيث تتحدد الاستجابات من خلال نظام الرموز و المعاني الذي يبنيه الفرد للأشياء و الأشخاص و المواقف ، و بالتالي كلما اتسع إطار المعاني المشتركة كلما تشابهت الاستجابات في عمليات التفاعل الاجتماعي المختلفة" (بن روان، 2007، ص:30)

و تبرز في هذا السياق نظريات المعرفة الإدراكية التي تعتقد أن الأفراد يستخدمون الرموز اللغوية و يفسرونها و يطورون سلوكيات استجابة تجاهها اعتمادا على المخزون الإدراكي الذي يكونونه من العالم المحيط بهم .

كما تم الاهتمام بالدلالة من خلال دراسة العلاقة بين الرمز و المعنى في إطار النظريات الخاصة بالسيمولوجيا و علم الدلالة ، حيث تُدرس الدلائل و الرموز اللفظية و غير اللفظية التي يستخدمها الأفراد بغرض التواصل.

"و تقدم نظرية معالجة المعلومات تفسيراً إضافياً لبناء المعنى و الدلالة للرموز التي يتعرض لها الفرد في حياته اليومية، و ذلك في إطار الآليات الوظيفية للطريقة التي يقوم بها الفرد بوضع المعاني و التفسيرات الخاصة بالتدفق المعرفي الذي يستقبله كل يوم" (عبد الحميد، محمد، 2000م، ص:35)

إضافة إلى هذه النظريات التي تربط بين الرمز والمعنى، يتأسس المدخل اللغوي على عدد من النظريات التي تهتم ببحث آليات بناء الرسالة الإعلامية اعتمادا على رموز ذات دلالات هادفة في إطار ما يُعرف ببناء الرسالة الاقتناعية ، ولعل أبرزها نظرية ترتيب جدول الأعمال " و الفكرة الأساسية في هذه النظرية هي أن هناك علاقة وثيقة بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام ... الموضوعات ... و بين ترتيب أهمية هذه الموضوعات كما يراها هؤلاء اللذين يتابعون الأخبار. و هذه النظرية عن تركيب المعنى ... تتعلق بالواقع كما تصوره وسائل الإعلام و تطور المعاني الذاتية و تأثيرها على السلوك" (ديفيلير و روكيتش، 1993، ص 366)

وفي نفس السياق يمكن الإشارة إلى نظرية تركيب المعنى التي قدمها ولتر ليبمان في مؤلفه "الرأي العام" الذي نشره لأول مرة سنة 1922 ، و التي تُركز على تأثير الحقيقة كما تقدمها وسائل الإعلام ، و تستمد هذه النظرية أهميتها من كونها أولى النظريات التي أطّرت دور وسائل الإعلام في تركيب المعاني التي تُعتبر أساسا لتصرف الأفراد، حيث يعتقد ليبمان أن "التفسيرات التي تقدمها الصحف عن الأحداث تستطيع أن تُغير بشكل كبير تفسيرات الناس عن الواقع، و بالتالي تُغير أيضا نماذج تصرفاتهم حيال هذا الواقع ... واستنتج ليبمان من ذلك أن الناس يتصرفون ، ليس على أساس ما وقع فعلا ، و لكن على أساس ما يعتقدون أنه الموقف الحقيقي ، و هذا الموقف حصلوا عليه من الصور التي تقدمها الصحافة" ديفلير و روكيتش، 1993، ص 360) في إشارة منه إلى اختلاف الصورة الرمزية التي تقدمها الصحف و وسائل الإعلام حول الواقع عن حقيقة الواقع .

### - تحليل محتوى الرسالة في بحوث الإعلام :

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

- . 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 )
- . 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)

## - 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 .

. الموضوعية : تحليل المحتوى موضوعي ، ويشير ذلك على 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<sup>1</sup>

. الكمية : تحليل المحتوى كمي، بحيث يتم التعبير عن مختلف عناصر الرسالة الإعلامية كميًا لتحقيق سمة الدقة بما يساهم في تمكين الباحث من الاستفادة من الأدوات الإحصائية في تحليل النتائج و تفسيرها.

## - استخدامات تحليل المحتوى:

يوضح 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<sup>2</sup>

. 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 .

\*1 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 )

<sup>2</sup> 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 إنتاجها تحتوي على العناصر (X) و (Y) ، و إذا كان للمصدر الخصائص (B) فإن الرسائل التي يتم إنتاجها تحتوي على العناصر (Z) و (W) .

. 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 أراء الجمهور المتلقين للمضامين الإعلامية المدروسة.

- تحليل المحتوى: مستويات التحليل:

يشتمل تحليل المحتوى على مستويين اثنين للتحليل هما :

. مستوى التحليل الكمي : و الذي يعتبر مستوى قاعدي<sup>3</sup> 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 الاستدلال التي يتم صياغتها من خلال الرموز اللفظية في مرحلة لاحقة للنتائج الكمية"(عبد الحميد،1992، ص:134)

- 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 و قدر 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

<sup>3</sup> سبق الإشارة إلى أنه ، و استنتاجا من تعريفات تحليل المحتوى، سمة الكمية تعتبر خاصية أساسية في تحليل المحتوى

و يتمحور الاتجاه الثاني حول ضرورة ملاحظة المحتوى الإعلامي موضع التحليل و متابعتها 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: تُمكن 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 بمعياريين 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<sup>4</sup> 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 و طبيعة المادة الإعلامية موضع التحليل.

. 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

<sup>4</sup> يتم 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.

في المضمون المعالج" (بن مرسل، 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 إجرائيا 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 ملائمة 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 استثمارة تحليل المحتوى :تُحضّر استثمارة تحليل المحتوى لاستخدامها في تسجيل البيانات و المعلومات أثناء إخضاع المادة الإعلامية موضع التحليل للعد و القياس على أن تحتوي هذه الاستثمارة 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<sup>5</sup> المعتمدة و التي تعكسها الفئات المصممة

. 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 أجلها ، و لذلك يجري الباحث عددا من الاختبارات التي يتأكد من خلالها بأن المقاييس المعتمدة قد تجاوزت إلى حدود معينة الأخطاء المتعلقة بتصميم المقياس أو تطبيقه

. جمع البيانات و تحليلها : حيث تستخدم استثمارة تحليل المحتوى لهذا الغرض، حيث يتم تسجيل المعلومات و البيانات الخاصة بكل وحدة في استثمارتها الخاصة ، لينتقل الباحث إلى مرحلة تقيع البيانات في الجداول التفريغية ، تحضيراً لتحليلها كمياً عن طريق الجداول الإحصائية و ماهو متاح من أساليب إحصائية و كيفياً من خلال استنتاج البيانات الكمية و التعبير عما تشير إليه

. اسخراج النتائج و عرضها إحصائياً

. التفسير و الاستدلال و هي المرحلة التي يتم من خلالها الإجابة على التساؤلات المطروحة في بداية البحث.

<sup>5</sup> 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