

## جامعة المسيلة

### كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

#### قسم علوم الإعلام والاتصال

النقد الإذاعي والتلفزيوني - السنة الثانية ماستر سمعي بصري - الأستاذ يوسف عبد العالي

### المحاضرة رقم 08: أهمية تحليل المضمون واستخدامه في النقد الإعلامي

العلاقة بين تحليل المحتوى والنقد الإعلامي:

بعد أن يقوم الباحث بتصنيف المحتوى الإعلامي كميًا فإنه يلجأ إلى الوصف الكيفي الذي يعني قراءة الأرقام والإحصائيات ومحاولة تفسيرها وربطها بطبيعة الوسيلة الإعلامية ليلور صورة عن المعالجة الإعلامية للقضية محل الدراسة والجوانب التي أغفلتها وتلك التي ركزت عليها وهو ما يعني نقدا للممارسة الإعلامية وتقييمها.

تنقسم عادة الدراسات المتعلقة بموضوعها بوسائل الإعلام إلى ثلاثة أقسام:

منها ما يهتم بدراسة المضمون أو المحتوى الذي تبثه أو تنشره، و منها ما يهتم بدراسة الجمهور الذي يتلقى تلك المضامين، و القسم الآخر يتركز على دراسة أثار تلك المسائل على الجمهور المتلقي<sup>1</sup>. من تلك الدراسات تحاول تحليل مضمون مجموعة من الرسائل المكتوبة أو في الإذاعة والتلفزيون و وصف ما جاء فيها.

**أولاً: المنهج:** تتطلب كل دراسة علمية إتباع منهج واضح يتوافق و الموضوع الذي اختاره الباحث، و المنهج حسب " مادلين غرافيتز-madline gravits" هو مجموعة العمليات الذهنية التي يحاول الباحث من خلالها بلوغ الحقائق المتوخاة في علم من العلوم... و التأكد من صحتها، فالمنهج قبل كل شيء أسلوب منطقي ملازم لكل عملية تحليل ترتدي الطابع العلمي لكونه يجمع أكثر من عملية تتلاقى جميعها لبلوغ هدف واحد فالعمليات الجزئية تصبح مركبة في إطار المنهج، و يتسم كل منها بدور جزئي يخدم بلوغ الهدف الشامل للبحث<sup>2</sup>، و حسب محمد عبد الحميد المنهج المسحي هو "من انسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، ذلك انه يستهدف تسجيل و تحليل و تفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة و الكافية عنها و عن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات و مصدرها و طرق الحصول عليها"<sup>3</sup>. فالمنهج سيمكننا من جمع أكبر كمية من المعلومات و اكتشاف العلاقات

<sup>1</sup> عبد الفتاح محمد دويدار، سيكولوجيا الاتصال و الإعلام، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، 1999. ص118.

<sup>2</sup> مادلين غرافيتز نقلا عن فريريك معتوق، منهجية العلوم الاجتماعية عند العرب وفي الغرب، (بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 1985)، ص05.

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، (ط1، بيروت، عالم الكتب، 1993)، ص122.

القائمة بين مختلف أجزاء الموضوع بغرض الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع الذي نريد دراسته و التعرف على الجوانب التي هي في حاجة إلى تفسير<sup>1</sup>.

و يتكون مصطلح تحليل المضمون من كلمتين "تحليل"، و "مضمون"، الأولى تعني تفكيك الكل إلى عناصره و أقسامه المكونة له، أما كلمة مضمون فيقصد بها ما يحتويه الوعاء اللغوي أو التصويري من معاني مختلفة يقوم الفرد بالتعبير عنها في رموز وفق تنظيم معين لتحقيق غايات اتصالية مع الآخرين<sup>2</sup>.

و تقنية تحليل المضمون الذي أشارت إليه "غرافيتز": "المواد التي تعرضها العلوم الاجتماعية لتفكيرنا هي في جزء كبير منها تتكون من الإتصالات التي تشمل الاتصالات الشفهية، نصوص، أحاديث، تقارير الحوارات، محادثات أو اتصالات مكتوبة، نصوص رسمية، مقالات صحف، رسائل... و غيرها، و مهما كان المستوى الذي نتوقعه و المادة التي نحري عنها البحث فالمعطيات تجتمع من اجل فهم و شرح آراء، تصرفات، أفعال، سلوكيات... و تحليل المضمون يتركز على الأساليب تقنين الهادفة أحيانا إلى التحديد الكمي للاهتداء إلى المواد الخام و إمكانية معالجتها علميا، لهذا فالنص يدرس حسب وظيفة الأفكار و الكلمات التي يحتوي عليها و يتم اختيارها و تعدادها"<sup>3</sup>.

و يعتبر "بيرلسون" المؤسس الرئيسي لتقنية تحليل المضمون في مقال نشر أولا سنة 1952، و أصبح كمرجع قاعدي<sup>4</sup>. و يعرف "بيرلسون" تحليل المضمون بأنه الأداة البحثية التي تهدف إلى تفسير الاتصال من خلال التوظيف الموضوعي و المنظم الكمي للمضمون المعلن، و ينطلق بهذا التعريف من نقطة أن جميع الرسائل الاتصالية كالصحافة، الكتب، الخطب، السينما، برامج و مضامين التلفزيون والإذاعة، المقابلات، قابلة للقياس الرقمي<sup>5</sup>. و حسب "بيرلسون" فان تحليل المضمون تكمن قيمته في قيمة فغاته و التي يحددها في ماذا قيل؟ و كيف قيل؟<sup>6</sup>، كما أنه يمثل مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتساب المعاني الكاملة في محتوى العلاقات الارتباطية بهذه المعاني من خلال البحث الكمي، الموضوعي و المنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى<sup>7</sup>.

رابعا: فئات التحليل: بعد جمع المعلومات أو المادة التي تتناول موضوع الدراسة من خلال العينة المختارة تأتي في هذه المرحلة إلى تحليل مضامين الصحف من خلال تقسيم المحتوى إلى أجزاء ذات خصائص أو سمات أو أوزان مشتركة، بناء

<sup>1</sup> محمد مزيان عمر، البحث العلمي مناهجه و تقنياته، (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1983)، ص117.  
<sup>2</sup> احمد بن مرسل، استخدامات تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، التطور التاريخي و بعض الجوانب التطبيقية، المجلة الجزائرية للاتصال، (جامعة الجزائر، العدد14، 1996)، ص20.  
<sup>3</sup> Mostefaoui Belkacem, op.cit, p145.  
<sup>4</sup> Ibid, p146.  
<sup>5</sup> د. عواطف عبد الرحمن و آخرون، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، (القاهرة، العربي للنشر، 1973)، ص83.  
<sup>6</sup> المرجع نفسه، ص92.  
<sup>7</sup> د. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ص220.

على معايير للتصنيف يتم صيغتها مسبقا وهذه الأجزاء هي فئات التحليل التي سنحلل من خلالها المادة المنشورة حول الموضوع التي تطرقت إلى مشاريع قانون الإعلام والنقاش الذي دار حولها، حيث اعتمدت الدراسة على فئات الشكل التي تجيب على سؤال كيف قيل؟ وفئات المضمون ماذا قيل؟ وذلك بناء على استمارة التحليل التي تمت صياغتها بما يخدم أهداف وتساؤلات البحث.

**تصميم استمارة التحليل "questionnaire d'analyse":** تسمح استمارة التحليل للباحث بتحليل و تحديد إطار واضح لتسجيل المعلومات التي تفي بالغرض و متطلبات البحث، حيث يتم تصميمها بما يتفق و أغراض التحليل و تعبر كليا عن رمز الوثيقة الواحدة التي تشمل على: البيانات الأولية، فئات التحليل.

1. **البيانات الأولية:** و تضم البيانات الخاصة بوثيقة التحليل مثل التوزيع السنوي و الشهري للعينة التي تضم مجموعة من الوثائق كرقم الإصدار و تاريخه، تاريخ النشر، عدد الصفحات...<sup>1</sup> ، اسم الجريدة و الصفحة.
2. **فئات التحليل:** تستعمل في تحليل المضمون لكي تصف فئات التصنيف الرئيسية و الفرعية، و تحت الفرعية وفقا لاحتياجات الدراسة.

**أولا : فئات الشكل:** "كيف قيل؟" و هي القوالب الفنية أو الصحفية التي تتخذها المواد الإعلامية في وسائل الإعلام و الصحف بصفة خاصة تقوم على التمييز بين الأشكال المختلفة التي تقدم بها المواد الإعلامية<sup>2</sup>. فورد المضامين الإعلامية وفي أشكال و قوالب معينة يكون له غالبا دلالات و أبعاد يحاول الباحث تسليط الضوء عليها عند القيام بعملية التحليل لمساعدته في تفسير النتائج. و تصنف فئات الشكل إلى الأقسام التالية:

- 1- **فئة الأنواع الصحفية:** و تهتم بالأنواع الصحفية المستخدمة، مقال رأي، مقال افتتاحي، خبر، تعليق، تحقيق صحفي، الحديث بأنواعه، الكاريكاتير، الصورة الصحفية... الخ.
- 2- **فئة الحجم:** تمثل فئة المساحة الزمنية في مضامين و برامج الإذاعة والتلفزيون لقياس قيمة أو مستوى الاهتمام بموضوع ما، ويقصد بها الحيز الذي تخصصه وسيلة الإعلام للموضوع المعالج، فهي الفئة التي تقيس الحجم الزمني المتاح من للمضمون الخاضع للتحليل، ومنها يبرز حجم الإهتمام الذي يوليه التلفزيون أو الإذاعة للموضوع الوارد على أمواجها، فهناك عدة مقاييس كمقياس المساحة و الموقع و العنوان و مقاساتها .

**فئات المضمون :** تجيب فئات المضمون على السؤال: ماذا قيل؟ أو ماذا كتب؟ فهي التي تنطرق إلى مادة المضمون و الأفكار و المعاني التي تحتويها<sup>3</sup>، و هي تشمل بدوها عدة أنواع من الفئات التي يمكن أن يستخرجها الباحث من المضامين التي يقوم بدراستها و تحليلها.

<sup>1</sup> د. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ص220.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص120.

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص120.

و توجد عدة أنواع من تلك الفئات منها:

فئات الموضوع، فئات الإتجاه، و فئات المصدر، وفئات القيم .. وذلك حسب طبيعة الموضوع المعالج و المضامين المتعلقة به.

1. 1- فئات "الموضوع": تهدف إلى الإجابة على سؤال حول ماذا يدور موضوع المحتوى؟ و تفيد في الكشف عن مراكز

الاهتمام حول موضوع المحتوى، باعتبار أن الوسيلة الإعلامية تعطي اهتماما للموضوعات التي تتفق مع سياستها التحريرية. تفيد في الكشف عن مراكز الاهتمام في المواد الإعلامية المنشورة<sup>1</sup>.

2- فئات الإتجاه: هذه الأخيرة التي يجد الباحث عدة صعوبات في تحديدها، منها عوامل ذاتية في تحديد الاتجاهات و بصفة خاصة عندما يكون الباحث لديه أحكاما مسبقة... و عادة فئات الإتجاه المستخدمة هي مؤيد، معارض، محايد<sup>2</sup>. يرى محمد عبد الحميد في هذه الفئة بأنها "من الفئات الشائع استخدامها في تحليل المضمون رغم صعوبة التعامل معها و السيطرة على الذاتية فيها دون اللجوء إلى معايير موضوعية تراعي خلفيات و أبعاد المضمون، و لا تكتفي بالرموز اللفظية الظاهرة فيها"<sup>3</sup>

و فئات الإتجاه تعني مستوى تركيز الرسالة على موضوع من مواضيع أو أفكار محتوى البرامج ، فمنها التي لا تتجاوز حدود الخبر دون تحيز وهو الإتجاه المحايد ، و منها التي تقوم على التحليل و إبراز مواقف المؤيدة أو المعارضة، وتهدف هذه الفئة إلى معرفة درجة التأييد أو المعارضة أو الحياد حول للموضوعات المتضمنة في محتوى البرامج .

3- فئة المصدر: تحاول هذه الفئة إبراز مصادر المضامين التي أوردتها صحف الدراسة بشأن الموضوع المعالج باعتبارها من الفئات الهامة في عملية تحليل المضمون، حيث تجيب على تساؤل من تنسب إليه الأقوال أو التصريحات؟ أو ما هو المصدر الذي تنسب إليه مادة المضمون، و من خلال الإجابات على هذا التساؤل يتحدد مقدار الثقة فيما يسوقه المصدر من معلومات أو بيانات<sup>4</sup> لمعرفة من تنسب إليه الأقوال و التصريحات أو مادة المحتوى و الإجابات على هذه الأسئلة تحدد مدى الثقة فيما ينشده المصدر أو المرجع من تصريحات أو بيانات أو معلومات.

**فئة القيم** : ليس من السهل التعامل مع القيم كفئة من فئات تحليل المحتوى ، فهي عادة تحمل غموضا يجعلها صعبة التحكم فيها تحديدها فضلا عن اختلاف مدلولها من شخص لآخر وفي هذا الصدد يقول الأستاذ الباحث في علوم الإعلام والاتصال السعيد بومعيزة : فان كل باحث يحاول أن يعرف القيمة وفق ما يراه ويعتقده وحسب ما يخدم الظاهرة أو الموضوع الذي يحاول دراسته وتحليله "، واستعمالها كفئة تحليل ضمن أداة تحليل المحتوى فهو إجراء جد مفيد

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص121.

<sup>2</sup> د. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ص123.

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص123.

<sup>4</sup> ريشارد بد و اخرون، ترجمة محمد ناجي الجوهري، تحليل مضمون الإعلام، المنهج و التطبيقات، القاهرة، دار القدسية للنشر و التوزيع، 1992، ص162.

في استخلاص وتبيان القيم التي يريد القائم بالاتصال أو وسيلة الإعلام ترويجها من خلال برنامج أو مضمون من المضامين الإعلامية. ففي تعامله مع فئة القيم يقوم الباحث الذي يقوم بتحليل ونقد برنامج أو مضمون إعلامي بالبحث عن مختلف القيم التي يريد المضمون إظهارها والتركيز عليها ، فمثلا يحدد القيم التالية في وسائل الإعلام ومدى قوة أو ضعف التركيز عليها في المواضيع السياسية والإعلامية منها (الولاء ، المعارضة ، التعليل ، الحجج ، حرية الرأي ، قمع الحريات ...

وفي مواضيع اجتماعية تربوية مثلا قيم : ( التضامن ، الوفاء ، النظافة ، الصدق ، الظلم ، الاعتداء ، السلم ، العنف ، التخريب ، المحبة ، الكراهية ...

**خامسا: وحدة التحليل:** وحدات التحليل هي وحدات المستوى لا يمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة و يعطي وجودها أو غيابها أو تكرارها أو إبرازها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية و تبعا لأغراض البحث و فروضه يبدأ الباحث في تقسيم المحتوى إلى وحدات قابلة للعد و القياس أصغرها الكلمة و أكبرها الفكرة ثم الموضوع<sup>1</sup>.

و وحدة الموضوع أو الفكرة هي أكبر وأهم وحدات تحليل المضمون وأكثرها إفادة وتعتبر إحدى الدعائم الأساسية لتحليل المواد الإعلامية والدعائية و القيم والاتجاهات والمعتقدات<sup>2</sup>.

و وحدات الفكرة "thematic units" هي أكثر الوحدات شيوعا واستخداما في بحوث الإعلام لان تناول الفكرة كوحدة تحليل يفيد في تحديد الاتجاهات والأحكام التي تقع على مستوى الإعلام كما أنها الوحدة التي تحكم تناول الكاتب للوحدات الأخرى "الكلمة، الجملة، الفقرة" حيث يتم اختيارها و بناؤها بدقة خدمة للمعنى الذي يهدف الكاتب توصيله للقارئ و من خلال تكرار هذه الأفكار و المعاني يتحدد اتجاه الكاتب أو المحتوى أو الوسيلة و القضايا المطروحة على الرأي العام و الفكرة التي تسبغها جملة بسيطة أو فقرة صريحة لا تثير مشكلة في التحليل كالتصريحات "assertions" التي تتضمن فكرة صريحة و مباشرة و يسهل عدّها و قياسها<sup>3</sup>.

وتعتمد الفكرة كوحدة للتحليل من الناحية المنهجية بالدرجة الأولى على استخراج الأفكار القوية أو الأفكار الأساسية كما يسميها الكثيرون "l'idée force ou idée principale"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص136.

<sup>2</sup> سمير محمد حسين، بحوث الإعلام و الأسس و المبادئ، (القاهرة، دار الفكر العربي، 1976)، ص79.

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ص140.

<sup>4</sup> Morin (Violette) : l'écriture de presse, paris, 1969, p160.