

## تحليل المضمون و توظيفه في الدراسات الإعلامية و الدعائية:

أ.د عبد الله بوجلال

عميد كلية أصول الدين

والشريعة والحضارة الإسلامية

جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة

ارتبطت نشأة "تحليل المضمون" كأداة علمية وأسلوب منهجي في التحليل — بالدراسات الإعلامية — بحيث يمكن القول بأن الاحتياجات المنهجية لعلم الإعلام دفعت بعض الباحثين في البدايات المبكرة للقرن العشرين إلى بلورة أسلوب جديد في جمع المعلومات وتحليلها وفقا لأشكال وأنماط متنوعة مما يؤدي إلى استنباط المزيد من التحليلات والتفسيرات والاستدلالات والاستبصارات منها، وربطها مع مجموعة من المعارف الأخرى المتصلة بموضوع التحليل، وهو الأسلوب الذي اصطلح على تسميته "تحليل المضمون" أو "تحليل المحتوى" "Content Analysis".

ففي منتصف العقد الثاني من القرن العشرين قام الباحثان لييمان وتشارلز ميزر بتحليل مضمون عينة من المادة الإخبارية المنشورة بجريدة النيويورك تايمز عن الثورة البلشفية في الفترة من عام 1917 إلى عام 1920، ونشر الباحثان نتائج هذا التحليل عام 1920 والذي وضع منه تحيز النيويورك تايمز في عرض صورة الثورة البلشفية.<sup>(1)</sup>

(1) د. سمير حسين، تحليل المضمون، الطبعة الأولى، القاهرة، عالم الكتب، 1983، ص 13.

أ.د عبد الله بوجلال..... تحليل المضمون و توظيفه في...

كما اهتمت مدرسة الصحافة بجامعة كولومبيا بدراسات "تحليل المضمون" اهتماما كبيرا منذ ثلاثينات القرن الماضي، حيث صدر عنها أكثر من دراسة تحليلية عن مضمون الصحف الأمريكية، وتقسيم هذا المضمون إلى فئات متنوعة.

وقد برزت أهمية "تحليل المضمون" قبل وأثناء وبعد الحرب العالمية الثانية، حيث استخدم على نطاق واسع في تحليل المواد الصحفية المنشورة بالجرائد والمجلات، والمواد الإذاعية والتلفزيونية والفيلمية، فضلا عن تحليل الخطب والرسائل والمحادثات والصور، للوصول إلى معرفة العقلية الكامنة وراء هذا الإنتاج الإعلامي والدعائي، وكشف الأساليب الدعائية، واكتشاف الميول والاتجاهات السياسية والعقائدية من خلال التعبيرات المكتوبة أو المنطوقة.<sup>(1)</sup>

وفي عام 1949 نشر "هارولد لاسويل Lasswell Harold" مؤلفه الشهير "لغة السياسة"<sup>(2)</sup> وأكد فيه على أهمية استخدام الأساليب الكمية في تحليل المضمون، مع الاهتمام — في نفس الوقت — بالتحليل الكيفي، ويعتبر "لاسويل Lasswell" من الرواد الذين أسهموا في تطوير أسلوب تحليل المضمون ومناهجه واستخداماته.

ومنذ بداية النصف الثاني من القرن العشرين ظهرت مجموعة من المؤلفات العلمية في مجال تحليل المضمون وقد اتجهت أغلبها إلى الربط بين تحليل المضمون والدراسات الإعلامية.

(1) المرجع السابق، ص 14.

(2) Lasswell, Harold. D., Leites Nathan, and associates, (eds) Language of Politics. Studies in Quantitative Semantics. New York. George Stewart, 1949.

### تعريف تحليل المضمون :

وكما تطور أسلوب تحليل المضمون واستخداماته عبر السبعين عاما الماضية، تطورت تعريفاته أيضا، بحيث استوعبت التعريفات الجديدة التطورات الفنية والعلمية والمنهجية التي مرَّ بها أسلوب تحليل المضمون.

وبترتيب تعريفات تحليل المضمون تاريخيا نجد أن ويسيلز وبرلسون ذهبوا عام 1941 إلى أن "تحليل المضمون المنظم يسعى إلى بلورة الوصف العادي للمضمون أو المحتوى وتنقيته، حتى يمكن إظهار طبيعة المنبهات والمثيرات المتضمنة في الرسالة والموجهة إلى القارئ أو المستمع أو المشاهد وقوتها النسبية، على أسس موضوعية".<sup>(1)</sup>

أما كابلان وجولدسن فقد ذهبوا عام 1943 إلى أن "القائم بتحليل المضمون يسعى إلى عمل تصنيف كمي لمضمون معين، على أساس نظام معين للفئات تم إعداده بطريقة تضمن توفير مادة مرتبطة بفروق معينة ذات علاقة بهذا المضمون".<sup>(2)</sup>

أما برلسون فيذهب عام 1952 وعام 1971 إلى أن "تحليل المضمون هو أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفا موضوعيا، منتظما، كليا".<sup>(3)</sup>

(1) د. محمد حسين، المرجع السابق، ص 17.

(2) المرجع السابق، ص 18.

(3) د. أحمد بدر، الرأي العام، القاهرة، مكتبة غريب، 1977، ص 262.

أ.د عبد الله بوجلال..... تحليل المضمون و توظيفه في....

ويذهب بيزلي عام 1960 إلى أن "تحليل المضمون هو أحد أساليب الإفادة من المعلومات المتاحة عن طريق تحويلها إلى مادة قابلة للتلخيص والمقارنة باستخدام التطبيق الموضوعي والمنهجي المنتظم لقواعد التصنيف".<sup>(1)</sup>

وبالإضافة إلى مجموعة التعريفات السابقة تدل الدراسات على أن تحليل المضمون يقوم على أساس نظرية ملخصها "أن لكل إنسان بصمة فكرية على النحو الذي له بصمة إهلامية، وأن البصمات الفكرية تميز شخصية الفرد وتكشف عن هويته على النحو الذي تميزه بصمات أصابعه، وكما أن للشخص طباعا خاصة لا يستطيع إخفاءها مهما كان بارعا أو ذكيا، فإن سلوكه اللغوي لا يمكن إلا أن يفصح عن حقيقة شخصيته ويفضح اتجاهاته ومعتقداته، ويضيف الباحثون أن من الممكن اعتبار السلوك اللغوي للإنسان — شفويا كان أو تحريريا — أدق تعبير عن هوية الشخص وميوله واتجاهاته، فإذا استطعنا الحصول على عينة كافية من أداء الفرد اللغوي أو التعبيري بوجه عام وأخضعنا هذه العينة لتحليل علمي منهجي، فإننا نستطيع أن نتوصل بسهولة إلى معرفة اتجاهاته السياسية أو العقائدية".<sup>(2)</sup>

إن تحليل المضمون كأداة من أدوات التحليل السياسي والإعلامي والدعائي يجب أن يفهم أساسا على أنه عملية عزل خصائص فكرية معينة والبحث عن مصادرها، عن تكراراتها، عن ملاسقاتها، عن علاقاتها الارتباطية

(1) د. محمد حسين، المرجع السابق، ص 18.

(2) د. إبراهيم إمام، "بحوث تحليل المضمون وتطبيقها في الإعلام"، مجلة الإذاعات العربية، العدد (70)، إبريل 1977، ص 6.

بغيرها من الحقائق التي تدور حول الرسالة موضوع التحليل بحيث تعبر عن صفتي الاطراد والانتظام.<sup>(1)</sup>

ويرى بعض الباحثين أن تحليل المضمون يحتل مكانا وسطا في عملية الاتصال التي تتكون في نظرهم من عدة عناصر من أهمها العناصر التالية : القصد، المحتوى، الأثر Intent، Content، Effect، وتحليل المضمون هو ما نعنيه بكلمة "ماذا؟" والجملة التقليدية لعملية الاتصال "من يقول، ماذا، ولمن، وكيف، وبأي أثر".<sup>(2)</sup>

ولو حللنا هذه الجملة لأدر كنا أننا تكاد أن تحيط بالمباحث الكبرى في مجال تحليل مضمون وسائل الاتصال الجمعي، على التفصيل الآتي :

**1 -** فتحديد من الذي يقول مثلا : معناه تحديد هؤلاء المفكرين والكتاب والمرسلين الذين كتبوا وتواصلوا مع مجتمعاتهم، من زاوية أصولهم الطبقية وتنشئتهم الاجتماعية وانتماءاتهم السياسية والمذهبية.

**2 -** ولا يكفي أن نحدد موضع من "يقولون" في البناء الاجتماعي، بل لا بد من تحليل ماذا يقولون؟، بعبارة أخرى تحديد مضمون رسائلهم الفكرية والثقافية، عن طريق تحليل الكلمات والتعبيرات والأفكار والمعاني الثقافية.

**3 -** تحديد الجمهور الذي توجه له هؤلاء بالخطاب، ومعرفة سمات هذا الجمهور النفسية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية لمعرفة عملية التفاعل الاجتماعي والنفسي والسياسي بين مُصدّر الرسالة الفكرية أو السياسية وبين

(1) د. حامد ربيع، "فلسفة الدعاية الإسرائيلية" دراسات فلسطينية، رقم 72، يوليو 1970، ص 197، 198.

(2) د. أحمد بدر، المرجع السابق، ص 262.

أ.د عبد الله بوجلال..... تحليل المضمون وتوظيفه في...

من يتلقاها، فالعلاقة بين المرسل والمستقبل تحكمها الصورة التي يضعها المرسل للمستقبل ويحدد على ضوئها طبيعة وشكل الرسالة الإعلامية التي يعيها إلى جمهور المستقبلين.

4 - لا بد من معرفة كيف يقول مرسل الرسالة ما قاله، فهناك وسائل شتى للتعبير عن الأفكار والنظريات السياسية، وتحديد الصور المختلفة والوسائل مسألة هامة، لأنها تعني الشكل المادي للاتصال والأسلوب والنغمة والإيقاع والشكل... الخ.

5 - تحديد الآثار التي ترتبت على التعرض لوسائل الاتصال الجمعي، أي تحديد مدى فاعلية الرسائل المختلفة في المجتمع، إذ أن كل وسيلة اتصالية تهدف إلى تحقيق بعض الأغراض والأهداف السياسية والدعائية والفكرية والمذهبية، وهذا الجانب يتناول البعد التأثيري للوسيلة الاتصالية والدعائية.<sup>(1)</sup>

ويمكن أن نميز بين اتجاهين رئيسيين لتعريف تحليل المحتوى :

**الاتجاه الأول :** الاتجاه الوصفي في تحليل المضمون : والذي عاصر فترة النشأة واستمر بعد ذلك، وعنه استعار العديد من الخبراء والباحثين تعريفهم لتحليل المحتوى وتطبيقه.

(1) انظر إلى :

أ - السيد يس، تحليل مضمون الفكر القومي العربي (دراسة استطلاعية)، الطبعة الأولى،

بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1980، ص 10، 11.

ب - د. عواطف عبد الرحمن "المدرسة الفرنسية في تحليل المضمون" المرجع السابق،

ص 84.

ويركز أصحاب هذا الاتجاه على هدف الوصف Description للمحتوى فقط، الذي يتم على الظاهر فقط Manifest من هذا المحتوى. وتقف حدود التحليل في إطار هذا الاتجاه عند حدود وصف المحتوى فقط، دون أن تتعدى ذلك إلى رسم العلاقة بين المحتوى وعناصر العملية الاتصالية، أو التنبؤ باتجاهات هذه العناصر وطبيعة حركتها، من خلال ما يمكن الاستدلال عنه في المحتوى المنشور.<sup>(1)</sup>

ومن أهم رواد هذا الاتجاه هالورلد لاسويل H. Lasswell، وكذلك كابلان I. Kaplan، وجانيس I. Janis، وكارترت D.P. Cartwright وبرنارد بيرلسون B. Berelson.

الاتجاه الثاني : وهو الاتجاه الاستدلالي في التحليل الذي يتخطى مجرد وصف المحتوى إلى الخروج باستدلالات عن عناصر العملية الإعلامية والمعاني الضمنية أو الكامنة في المحتوى، والذي ظهر في نهاية الخمسينات وبداية الستينات وتأثر به عدد آخر من الباحثين في الاتصال والسياسة.<sup>(2)</sup>

ومن تبنى هذا الاتجاه منذ نهاية الستينات هولستي O.R. Holsti، وكارني F. Carney، وستون Ph. J. Stone، وباد R. Budd، 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

(1) د. محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، القاهرة، الطبعة الأولى، عالم الكتب، 1992، ص 129.

(2) د. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، دون تاريخ، ص 16.

ذاتها، ولكن لكل التساؤلات المحيطة بعملية الاتصال وتأثيره، فالهدف الأساسي من عملية التحليل هو الاستدلال، وهذا ما يفرق التحليل عن الفهرسة أو التصنيف أو المستخلصات.<sup>(1)</sup>

فالتحليل ليس مجرد تقديم تعبير أو صياغة رقمية لخصائص الرسالة موضع التحليل، ولكن الواجب هو البحث عن العلاقات الفكرية غير الواضحة وغير الظاهرة والكشف عنها بأسلوب علمي، وهو محاولة كشف ما وراء النص من عقلية كامنة.<sup>(2)</sup>

بل إن هذا الاتجاه هو الذي دَعَمَ اتجاهها آخر لدى عدد من الخبراء والباحثين لتوظيف الإجراءات المنهجية في الكشف عن ردود الأفعال، والانتقال إلى دراسة الأثر — وهو ما كان يرفضه الخبراء في المراحل المبكرة — من خلال التحليل الشرطي **Contingency analysis** الذي يركز على العلاقة البنائية بين أجزاء المحتوى، حيث يعتبر ترتيب الأقوال أو الأحداث هو أساس اهتمام الباحث للخروج بدلالات أو تنبؤات خاصة بالنتائج أو التوقعات، وهذا الاتجاه يتفق مع فكرة الاستدلال أو البحث في المحتوى الكامن، أو قراءة ما بين السطور، ويختلف عن التحليل الجدولي **Tabular** في أن الوحدات في التحليل الشرطي يجب أن يتم ترتيبها أولاً في إطار علاقة بنائية، مثل الترتيب الزمني، أو التفاعل **Interaction**، ثم بعد ذلك تتم عملية التحليل وذلك للخروج بنتائج صادقة عن حركة الأحداث والأشخاص واتجاهاتها، بينما لا يحتاج

(1) د. محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، المرجع السابق، ص 130.

(2) المرجع السابق، ص 130.

التحليل إلى ذلك في التحليل الجدولي، الذي يتم فيه تحليل الرسالة دون النظر إلى تسلسل أجزائها.<sup>(1)</sup>

وتطبيق هذا الاتجاه يدل على عمق وأهمية الاتجاه الاستدلالي بصفة عامة، الذي لا يكتفي بما هو ظاهر في المحتوى، ولكن للإجابة على الأسئلة الخاصة باحتمالات رد الفعل، وشدته، الذي يمكن أن يظهر في القول أو الحدث وينعكس على تناول الصحف له في العرض والنشر على سبيل المثال.<sup>(2)</sup>

وذلك بالإضافة إلى ما يمكن أن يقوم به تحليل المحتوى أيضا من خلال الاستدلال في الكشف عن الجماعات الثقافية واتجاهاتها، باعتباره منهجا لتحديد بعض القيم الرئيسية والمعتقدات والاتجاهات الثقافية، ويفيد في التعرف عليها في إطار الدراسات الخاصة بثقافات الجماعات، وكذلك التنمية الثقافية لهذه الجماعات عبر المراحل الزمنية، وكذلك الاتصال الثقافي بين هذه الجماعات وبعضها.<sup>(3)</sup>

ويتبنى كل من هولستي Holsti وكارني Carney وستون Stone تعريف تحيل المحتوى بأنه أي أسلوب يحقق الاستدلال الموضوعي والمنظم لسمات الخاصة بالرسالة.<sup>(4)</sup>

ويرى أسجود Osgood أن تحليل المحتوى يستهدف الاستدلال عن مصادر الاتصال ومستقبله من خلال التغير الواضح في الوسائل، وعندما يكون اهتمام المحلل بمصدر الرسالة فإنه يعتمد على العملية المنطقية للمتحدث أو

(1) المرجع السابق، ص 131.

(2) المرجع السابق، ص 131.

(3) المرجع السابق، ص 132.

(4) د. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، المرجع السابق، ص 19.

أ.د عبد الله بوجلال..... تحليل المضمون و توظيفه في...

الكاتب، وعندما يكون الاهتمام بالاستدلال عن تأثير الرسالة على المستقبلين فإنه يفسر مدى اعتماد سلوكهم (المعاني — العواطف — الاتجاهات — الحب) على المحتوى ومكونات رسائل الاتصال.<sup>(1)</sup>

وفي هذا الإطار يذهب هولستي Holsti 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، وأن تحليل المضمون يستخدم للوصول إلى استدلالات بشأن هذه العناصر التي تنطوي عليها عملية الاتصال، بالإضافة إلى إمكانية استخدامه أيضا في محاولة التعرف على مسببات الاتصال وتأثيراته.<sup>(2)</sup>

وقد وضع محمد سمير حسين تعريفا حديثا شاملا لتحليل المضمون واستخداماته في مجال الدراسات الإعلامية نعرضه فيما يلي :

"تحليل المضمون هو أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمها الباحثون في مجالات بحثية متنوعة وعلى الأخص في علم الإعلام، لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون — تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسية، طبقا للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك إما في وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال، أو لاكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تنبع منها من خلال الكلمات

(1) المرجع السابق، ص 19، 20.

(2) محمد سمير حسين، تحليل المضمون، مرجع سابق، ص 36.

والجمل والرموز والصور وكافة الأساليب التعبيرية شكلا ومضمونا — والتي يعبر بها القائمون بالاتصال عن أفكارهم ومفاهيمهم، وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منتظمة، ووفق أسس منهجية، ومعايير موضوعية، وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتبويبها وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية".<sup>(1)</sup>

وإذا نظرنا إلى عملية تحليل المضمون نظرة موضوعية فإن القائم به لا يسعى فقط إلى مجرد القيام بعملية التحليل والوصف طبقا لفئات أو وحدات ويكتفي بهذه الخطوة، وإنما يسعى — من خلال ما توصل إليه من معلومات تحليلية — إلى ربط هذه المعلومات بمجموعة أخرى من البيانات أو المعلومات 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 التي يسعى المضمون — موضع التحليل — إلى تحقيقها مثل<sup>(2)</sup> :

— أهداف القائم بالاتصال.

— الخلفيات 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.

(1) المرجع السابق، ص 22.

(2) المرجع السابق، ص 28، 29.

أ.د عبد الله بوجلال..... تحليل المضمون و توظيفه في...

— 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 المداعة.

ويرى بعض الباحثين أنه عند تحليل المضمون في قياس الرأي العام لا بد أن يؤخذ في الاعتبار الفروض الثلاثة الآتية :

**1 —** يتم القيام بتحليل المضمون لتحقيق أحد الغرضين التاليين أو كلاهما :

أ — الكشف عن أهداف المرسل ودوافعه.

ب — التعرف على الآثار المتوقعة لمحتوى الرسالة على اتجاهات الرأي العام.

**2 —** يفترض القائم بتحليل المضمون أن المعاني "Meanings" التي يستوعبها هو من الرسالة الإعلامية هي نفسها المعاني التي يقصدها المرسل وهي نفسها التي يفهمها الجمهور من الرسالة.

**3 -** يفترض في الوصف الكمي لمحتوى الرسالة الإعلامية أن تكون الوحدات المكونة للرسالة (الكلمات، الجمل، المقاطع.. الخ) ذات وزن متساو في الأهمية. أما إذا افترضنا أن كلمة أو جملة فقط في الرسالة لها من الأهمية والوزن ما للرسالة كلها فإن طريقة تحليل المضمون لا تنطبق في هذه الحالة.<sup>(1)</sup>

وتساوي الوحدات المكونة للرسالة الإعلامية في الوزن ليس معناه المساواة في الوزن والأهمية لقصة أو حدث يحتل الصفحة الأولى، وقصة أو حدث آخر تتضمنه إحدى صفحات الجريدة الداخلية، بل يؤخذ هذا وذلك في الاعتبار ويعطى كل منهما درجة مختلفة.

وهناك عوامل أخرى لا بد أن يأخذها القائم بتحليل المحتوى في الاعتبار كذلك، كالأسلوب Style الذي يعالج به الموضوع أو الحدث ودرجة تغطية الموضوع، وغير ذلك.<sup>(2)</sup>

ويرى كثير من الباحثين أن أسلوب تحليل المضمون أسلوب ملائم للكشف الاستطلاعي، لكنه يجب أن يستكمل بضوابط أخرى، نظرا لأن النتائج التي يتوصل إليها البحث مشكوك في صحتها والثقة فيها، ولا تبرر هذه النتائج الجهود الكبيرة الذي يبذله الباحث في الوصول إليها، بل لعل هذه النتائج لا تزيد عن ترجمة الانطباعات الشخصية إلى أرقام وإحصائيات.

ومن أمثلة الضوابط التي تعتبر عناصر مكملة لأسلوب تحليل المضمون ما يلي<sup>(3)</sup>:

(1) د. أحمد بدر، الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص 262، 263.

(2) د. مختار التهامي، تحليل مضمون الدعاية في النظرية و التطبيق، القاهرة: دار المعارف، 1975، ص 16.

(3) د. أحمد بدر، الرأي العام، م.س.د، ص 263، 264.

أ — المقارنة المنهجية — أي مقارنة نفس الرسالة في فترتين زمنيتين مختلفتين أو مقارنة رسالتين تتحدان في جميع الخصائص فيما عدا متغير واحد كالاتجاه الحزبي أو عدد مرات الصدور... الخ.

ب — إضافة أسلوب التحقيق غير المباشر، أي جمع المعلومات من مصادر أخرى غير الرسالة الإعلامية موضوع الدراسة.

ج — تعدد القائمين بعملية التحليل ثم مقارنة النتائج التي يتوصل إليها كل منهم.

د — جعل العينة موضوع الدراسة — بالنسبة للصحافة اليومية مثلا — تخضع لفكرة الدورة.

#### الانتقادات الموجهة لتحليل المضمون :

An. يختلف تحليل المضمون عن "التحليل الغرضي" <sup>(1)</sup> thématique. من حيث الدقة والشمولية، حيث أن التحليل الغرضي يستغرق وقتا أقل، كما أنه أكثر طواعية لذاتية الباحث. وينطلق منهج (ت.م) من فرضيات الباحث أو الأسئلة التي يريد الإجابة عليها، فيضع شبكة من الفئات "Catégories" والفئات المتفرعة، تعبر عن الفرضيات أو الأسئلة التي يبحث عنها، ثم يصنف ويرتب كل المادة المدروسة، ضمن الفئات الموضوعية مسبقا. في حين أن أسلوب "التحليل الغرضي" لا يرتب ولا يصنف تحت الأغراض أو المواضيع التي تهم الباحث إلا جزءا من المادة المدروسة وهي

(1) د. مارلين نصر، التصور القومي العربي في فكر جمال عبد الناصر، الطبعة الأولى، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1981، ص 39.

الاستشهادات التي يختارها الباحث، بعد ذلك يقوم الباحث بعملية عد إحصائي لمحتويات الفئات حسب نسبة الارتباط المتبادل فيما بينها (Correlations) وذلك بغية استخلاص نسبة تكرار المضامين المدروسة.

أما الانتقاد الرئيسي الموجه إلى منهج "تحليل المضمون" فهو أنه يحد من نتائج التحليل بالفئات التي يحددها الباحث مسبقاً، فلا يكشف في النص إلا ما يجب على الأسئلة المطروحة على النص (أي ما يلائم الفئات المحددة من قبل الباحث) فتبقى في النص مضامين كثيرة تتعلق بموضوع البحث لا تستطيع فئات التحليل أن تغطيها. كما يوجه انتقاد ثان هو أنه يعتمد التحليل الكمي أو التقييمي "Quantification" فناحية التحليل الكيفي أو النوعي "Analyse qualitative" للمضامين المدروسة ضعيفة، ذلك أن الباحث يعتمد فطرته وانطباعاته الخاصة لإجراء التحليل النوعي الذي لا يسمح به التكميم فيقود بذلك جزئياً إلى تطبيق أسلوب "التحليل الغرضي"<sup>(1)</sup>.

#### أسلوب إحصاء المفردات :

يختلف أسلوب إحصاء المفردات عن أسلوب تحليل المضمون رغم اعتماده أيضاً على التكميم. فهذا الأسلوب لا ينطلق من مجموعة أهداف وفئات موضوعية مسبقاً ويراد بحثها وإحصاءها للتحليل ولكنه يقوم بإحصاء شامل لكل مفردات النص المدروس بواسطة الحاسب الإلكتروني. فيتم إحصاء كل الكلمات من أسماء وصفات وأفعال وحروف ثم يتم ترتيبها حسب جدول أبجدي وجدول تواتر ورودها في النصوص المحللة. ويسمح هذا الأسلوب بإجراء مسح أولي للنص باستخراج قائمة بمفرداته الأساسية، ومن مزايا هذا الأسلوب

(1) المرجع السابق، ص 39.

أ.د عبد الله بوجلال..... تحليل المضمون و توظيفه في....

أنه يساعد في تحديد الفروض بشكل أدق ولكن من عيوبه أنه يفتت النص إلى مفردات مرتبة حسب ورودها ومعزولة عن السياق الذي وردت ضمنه وبالتالي يصعب تحديد معناها ودلالاتها ذلك أنه لا معنى لمفردة ما خارج سياقها.<sup>(1)</sup>

## مناهج التحليل الكيفي Qualitative للمفاهيم والتصورات

### الأيدولوجية :

تندرج ضمن هذه الفئة مناهج التحليل المنبثقة عن العلوم الألسنية والتي تعرف بمناهج تحليل الخطاب وهي "التحليل التوزيعي" أو تحليل المنطوق "An. des des distributionnelles ou An. des énoncés"، تحليل القوى الفاعلة "An. actantielle"، تحليل حقول الدلالة (An. des champs sémantiques)، وبعض المقاربات العلمية الأخرى مثل : تحليل النطق أو القول "An. de l'énonciation" وتحليل مسار البرهنة "An. de l'argumentation".<sup>(2)</sup>

### أ — التحليل التوزيعي أو تحليل المنطوق ( Analyses des énoncés ) :

يعمل هذا المنهج على تقطيع النص وإجراء تحويلات نحوية على جملة بغية ردها إلى بنيتها الأكثر بساطة، فتسهل بذلك مقارنتها ببعضها، وتصنيفها ضمن فئات متعادلة نحويًا Syntactiquement. وتخضع هذه العملية المعقدة لقوانين محدّدة نحويًا، وهذا المنهج أكثر دقة من المناهج الكيفية الأخرى، لكنه

(1) د. عواطف عبد الرحمن، المدرسة الفرنسية في تحليل المضمون، مرجع سبق ذكره، ص 96.

(2) مارلين نصر، مرجع سبق ذكره، ص 40، 41.

يتطلب كثيرا من الوقت، لذا فهو لا يصلح إلا للنصوص القصيرة. وتنحصر حدود هذا المنهج في كونه يبسط النص المدروس من الناحية النحوية ولا يأخذ في اعتباره طريقة أو كيفية النطق التي تعبر عنها الضمائر وأسماء الإشارة وأزمنة الأفعال (الماضي والمصارع والأمر).

وقد أسس هذا المنهج العالم الأمريكي "ز. هاريس" "Z. Harris" لتحليل اللغة ثم أضاف إليه عالم اللغويات الفرنسي "ج. دوبوا" "J. Dubois" بعض التعديلات التي جعلته صالحا للاستخدام في تحليل الخطاب.<sup>(1)</sup>

### ب — منهج تحليل القوى الفاعلة :

يعمل هذا المنهج على تحليل القوى الفاعلة وأفعالها في خطاب ما، فيصنف القوى الفاعلة إلى فئات إيجابية أو سلبية، متجانسة من حيث الأعمال التي يقوم بها، ويحصل على فئتين من القوى الفاعلة : القوى المساعدة الإيجابية *Forces adjuvantes*، والقوى المعاكسة *F. opposantes* ثم يحدد أدوار هذه القوى : أي الوظائف الخاصة التي يقوم بها وصفاتها المميزة. كما يسمح هذا المنهج بتحديد تصور فئة ما للقوى المساعدة والقوى المناهضة أو المعاكسة في نطاق إيديولوجيتها السياسية.<sup>(2)</sup>

ويعتمد هذا المنهج على دراسات العالم الروسي ف.ج. بروب "V.J. Propp" أحد علماء المدرسة الشكلية. وقد أضاف إليه وطوره أ.ج. جريماس "A. J. Greimas" وهو من أبرز المتخصصين في علم تحليل الدلالة.<sup>(3)</sup>

(1) د. عواطف عبد الرحمن، المدرسة الفرنسية في تحليل المضمون، مرجع سبق ذكره، ص 97.

(2) مارلين نصر، مرجع سبق ذكره، ص 42، 43.

(3) A.J. Greimas : *Semantique Structurale Recherche de Methodes Gailimard*, Paris, 1970.

### ج - منهج تحليل "حقول الدلالة" المفاهيم :

لقد وضع هذا المنهج وطوره مركز علم المفردات في سان كلو بباريس، وعملا بقاعدة ألسنية بديهية، وهي أن المفهوم لا معنى له إلا من خلال علاقاته بالمفردات والكلمات المحيطة به، يختار الباحث عددا من المفاهيم التي يريد دراستها في خطاب أو نص ما، ثم يستخرج من النص شبكة علاقات كل من هذه المفردات. بعد ذلك يقوم الباحث بترتيب وتصنيف هذه العلاقات حسب فئات دلالة محددة مسبقا، فيحصل على الشبكات التالية :

1 - شبكة علاقات المفاهيم : وهي المفردات التي تقع مجاورة للمفهوم المدروس. فإذا كانت العلاقة التي تربط بين المفهوم المدروس والمفردات المجاورة له علاقة إيجابية أو على الأقل غير متناقضة معه من ناحية المعنى، يطلق عليها تسمية مفردات مشاركة، أما إذا كانت تلك العلاقة سلبية أو متناقضة مع المفهوم يطلق عليها تسمية مفردات متناقضة أو معارضة.<sup>(1)</sup>

2 - شبكة الصفات أو المواصفات **Qualification** : وتشمل الصفات والنعوت والحالات والجمل الموصولة والخبر والمضاف وكل ما يشير إلى أحوال ومواصفات المفهوم المدروس.

3 - شبكة الأفعال : وتشمل الأفعال التي يقوم بها المفهوم المدروس (أفعال أل) عندما يكون المفهوم في موقع الفاعل، والأفعال التي تمارس عليها أفعال على عندما تكون في موقع المفعول به.

(1) مارلين نصر، المرجع السابق، ص 44.

#### 4 – شبكة المعادلات **Equivalences** : وتشمل المفردات التي لها

نفس علاقات المفهوم المدروس : أي نفس المفردات المشاركة ونفس المفردات المناقضة.<sup>(1)</sup>

وقد استخدم هذا المنهج بشكل رئيسي في تحليل خطب ونصوص قادة الثورة الفرنسية بواسطة فريق من الباحثين الفرنسيين. وقد توصل هؤلاء الباحثين إلى مجموعة من النتائج والاكتشافات الهامة والتي لم تسمح بها المناهج التقليدية ومن أبرز هذه الدراسات :

1- Historique de la révolution française (Janvier – Mars 1968).

2- La société française en 1789, Paris, 1970.

3- Les champs sémantiques de nation et de citoyen et les champs sémantiques de fidélité. Bulletins du centre d'analyse du discours de l'université de Lille N° 2. 1976.

ومن أهم الدراسات التحليلية للمضامين السياسية والأيدولوجية، دراسة مارلين نصر : الأيدولوجيا القومية العربية في خطب جمال عبد الناصر (1952 – 1970)، وقد اقتبست الباحثة الأسلوب الذي اتبعته من مدرسة فرنسية حديثة تعمل أساسا في مجال هذا النوع من التحليل، غير أنها كيفت الأسلوب

(1) انظر :

– مارلين نصر : المرجع السابق، ص 44.

– د. عواطف عبد الرحمن، المرجع السابق، ص 99.

أ.د عبد الله بوجلال..... تحليل المضمون و توظيفه في...

بطريقة تناسب مع موضوعها ويمكن القول أن أسلوب مارلين نصر يعد تجديدا في أساليب تحليل المضمون، فقد طبقت منها مثل الجوانب كما يلي :

**1 - تحليل الأطر اللغوية :** يقوم هذا النمط من التحليل بالتركيز على فكرة محورية كالقومية العربية، ودراسة كل الميدان الواسع المتشابك لهذه الفكرة، بتحديد كل الكلمات المرتبطة بها أو الشروط المصاحبة لها أو الأفكار المناقضة لها أو مترادفاتهما.

**2 - تحليل الأطر المرجعية :** ويقوم هذا النمط من التحليل على حصر وتحديد الإحالات المرجعية للنص سواء للأشخاص أو المؤسسات أو البلاد، أو الاستشهاد بالتاريخ المعاصر أو الحديث أو القديم.

**3 - تحليل طريقة التدليل :** ويقوم هذا النمط من التحليل على دراسة الطرق المختلفة التي يلجأ إليها منهج منتج مادة الاتصال لكي يدل على سلامة أفكاره التي يطرحها وصحتها فقد يستشهد بالتاريخ، أو بالمعتقدات الدينية، أو العوامل الاستراتيجية أو بالعوامل الحضارية.

### وحدات تحليل المحتوى :

يعتمد تحليل المحتوى على نوعين من الوحدات طبقا لنوع التحليل وذلك على النحو الآتي :

#### **أولا : وحدات التحليل المبدئي :**

لكي يتيسر لنا طبقا للتطور المنهجي لتحليل المحتوى، استخدام الأسلوب الكمي في تناول وحدات الفكر أو الاتصال أو التدريب أو التغيير.. لا بد من تحديد مدلول كل الوحدات التي تستخدم في هذا المجال.

**1 - وحدة التسجيل ووحدة السياق :** تعتبر وحدة التسجيل من أصغر أجزاء المحتوى وتستند إلى إطار مرجعي، ويمكن عدّها وتصنيفها.. الخ. على حين أن وحدة السياق أكبر حجماً من وحدة التسجيل بل إن وحدة السياق يتطلب الأمر فحصها للتعرف على وحدة التسجيل، ذلك أن وحدة التسجيل قد تكون كلمة مفردة أو مصطلحاً... على حين أن وحدة السياق قد تكون جملة أو فقرة.

**2 - وحدة التصنيف ووحدة العد :** إن تحليل الوحدات الفكرية في منهاج تحليل المحتوى، يعتمد على المصنوفة الاجتماعية، بمعنى أن كل فكرة - من حيث اللون الانفعالي - قد تكون وصفية أو سلبية، أو "بين بين" أو إيجابية. وتلك هي أسس تصنيف الوحدات الفكرية، أما تكرار هذه الوحدات فهو الذي يقصد به وحدات العد.<sup>(1)</sup>

**3 - مستويات التحليل المبدئي والنهائي :** ينبغي التمييز بين مستويات التحليل المبدئي والتحليل النهائي. ذلك أن التحليل المبدئي لوحدة فرعية قد يساعد في وصف الوحدة الأكبر في التحليل النهائي. مثال : إذا كنا نحلل مقالة سياسية لنعرف هل كاتبها متحيز أو غير متحيز أو محايد، فإن

تصنيف الجمل (التحليل المبدئي) يساعد على وصف المقالة في التحليل النهائي بأنها متحيزة أو غير متحيزة أو محايدة، وذلك إذا عرفنا التحيز مثلاً بأنه

---

(1) د. زيدان عبد الباقي، قواعد البحث الاجتماعي، الطبعة الثانية، القاهرة، مطبعة السعادة، 1980، ص 368، 369.

ورود كلمة معينة أكثر من 75 مرة. ومعنى ذلك أن التحليل المبدئي يُعدّ الأساس الذي يمكن أن يبنى عليه تحليلات نهائية عديدة.<sup>(1)</sup>

### ثانيا : وحدات التحليل النهائي :

توجد خمس وحدات أساسية للتحليل النهائي (للمرموز اللفظية) في أسلوب تحليل المحتوى، وهي الكلمات والموضوعات، والشخصيات، والمفردات، ومقاييس المساحة والزمن.

**1 - وحدة الكلمة :** الكلمة هي أصغر وحدة من الوحدات التي تستخدم في تحليل المضمون. وهي قد تكون رمزا ويطلق عليها وحدة الرمز أو مصطلحا ويطلق عليه وحدة المصطلح (مثل الكلمة ومكوناتها كالجمل).

**2 - وحدة الموضوع :** والموضوع هنا قد يكون جملة بسيطة، أي فاعل ومفعول، وقد يكون فكرة تدور حول مسألة محددة "سواء أكانت سياسية أو من موضوعات الاتصال الفردي أو الجمعي".

**3 - وحدة الشخصية :** هذه الشخصية قد تكون سياسية أو تاريخية أو خيالية ومن ثم تستخدم في تحليل الفكر السياسي أو أحداث التاريخ وقد تستخدم في تحليل القصص والدراما، وفصول التراجم والسير.

**4 - وحدة المفردة :** ويقصد بها الوحدة الطبيعية وهي تختلف باختلاف وسيلة الاتصال التي قد تكون كتابا، قصة، مقالا، حديثا، برنامجا إذاعيا، خطابا، رسالة... الخ.

(1) جمال زكي والسيد يس، أسس البحث الاجتماعي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1963، ص 377، 378.

## 5 - وحدة مقاييس المساحة والزمن.<sup>(1)</sup>

ولا تستقيم عملية تحليل المضمون إلا باتباع إجراءات وخطوات محددة تؤدي في النهاية إلى الحصول على النتائج التي يسعى الباحث لإثبات صحتها أو عدم صحتها، وتعد هذه الخطوات أو الإجراءات وحدة متكاملة يعتمد عليها نجاح البحث أو فشله.

### فئات تحليل المضمون :

تنظوي فئات تحليل المضمون على نوعين من الفئات الرئيسية طبقاً للأسس التي يضعها الباحث للتحليل. بما يتفق مع طبيعة ومضمون موضوع البحث "الاتصال"، ومن ثم فإن هذه الفئات تقوم على التفرقة بين المحتوى والشكل. والفئة التي تدور حول المحتوى تصاغ في شكل سؤال هو : ماذا كتب أو قيل؟، والفئة التي تدور حول الشكل تصاغ في شكل سؤال هو : كيف كتب أو قيل؟

أولاً : فئات ماذا كتب أو قيل ؟ تتشكل هذه الفئات من عدة فئات كالآتي :

1 - فئة موضوع الاتصال : وتشتمل عن الموضوعات التي تدور حولها مواد الاتصال.

2 - فئة اتجاه محتوى الاتصال، مثلاً : مؤيد، معارض، بين بين، لا رأي.

3 - فئة المعايير التي تطبق على محتوى الاتصال : والمعايير أو الأوزان التي تستخدم في تحليل المحتوى تعتمد على الأرقام من درجة صفر إلى رقم 3. بمعنى

(1) د. زيدان الباقي، المرجع السابق، ص 370-372.

أ.د عبد الله بوجلال..... تحليل المضمون و توظيفه في...

أن تأييد موضوع ما يوصف بأنه "إيجابي" ووزنه ثلاثة والوقوف بين التأييد والمعارضة يوصف بأنه "بين بين" ووزنه إثنان، والمعارضة توصف بأنها "سلبية" ووزنها واحد، والعبارات التي تعرض للموضوع توصف بأنها "وصفية" ووزنها صفر.<sup>(1)</sup>

4 — فئة القيم : ماهي القيم المتضمنة أو الأهداف المرجوة؟

5 — فئة الفاعلين : من هم الذين قاموا بأدوار أساسية لتنفيذ أفعال معينة؟

6 — فئة المرجع : من هو الشخص أو الجماعة التي تساق التعبيرات على لسانها؟

7 — فئة المكان : ما هو المكان الذي صدرت منه مادة الاتصال.

8 — فئة المخاطبين : من هي الجماعة أو الجماعات التي توجه لها مادة الاتصال؟<sup>(2)</sup>

9 — فئة إشباع الحاجات : أي الطرق التي يلجأ إليها لتحقيق غاية أو هدف ما، أي طرق أخلاقية تتفق مع القوانين والأعراف أو على النقيض من ذلك.

10 — فئات السمات Traits : وتتصل السمات هنا بتصنيف موضوع البحث الذي قد يكون فردا، أو جماعة، مجتمعا محليا، نظاما.. الخ، فسمات الفرد أو الجماعة أو المجتمع المحلي هي : السن، النوع، المستوى التعليمي، المهنة، الحالة الانفعالية ومختلف القدرات أو الاستعدادات الأخرى. وتختلف عن ذلك سمات النظام من النواحي التاريخية أو العمومية أو التنظيمية.. الخ.<sup>(3)</sup>

(1) د. زيدان عبد الباقي، قواعد البحث الاجتماعي، م. س. ذ. ص 372، 374.

(2) السيد يس، تحليل مضمون الفكر القومي العربي، م. س. ذ. ص 11.

(3) د. زيدان عبد الباقي، م. س. ذ. ص 375، 376.

## ثانيا : فئات كيف قيل ؟

وهذا النوع الثاني من الفئات الرئيسية يعني به الشكل أو الأشكال والقوالب التي تفرغ فيها المواد الإعلامية، ومن أمثلتها ما يلي :

1 — فئة شكل أو نوع الاتصال : ويقصد بها أساليب أداء أو تنفيذ أو صياغة مواد الاتصال، وهل يستخدم هذا الأسلوب الروائي أو المسرحي أو الإذاعي أو الواقعي أو الخيالي.. الخ.<sup>(1)</sup>

2 — فئة الشكل الذي يتخذه الموضوع : Form of statement، وتستخدم هذه الفئة للكشف عن شكل العبارات التي ترد في المضمون وهل هي تعبير عن حقائق أو عن أماني يتمنى منتج المادة الاتصالية لو تتحقق أو عن تمييز مع أمر ما.

3 — فئة شدة التعبير : ويطلق عليها أحيانا الانفعالية وهي التي تقوم على قياس مدى الانفعال الذي يظهر في المضمون.

4 — فئة الوسيلة : Device، ويقصد بها الوسيلة التي يتبعها المضمون مثل التعميم والاستشهاد بمصادر كثيرة متنوعة لإقناع القارئ أو السامع.<sup>(2)</sup>

### الخطوات المنهجية لتحليل مضمون الدعاية :

لإجراء تحليل مضمون الدعاية ينبغي اتباع مجموعة من الخطوات المنهجية الآتية :<sup>(3)</sup>

(1) المرجع السابق، ص 379.

(2) جمال زكي والسيد يس، م. س. ذ. ص 388، 389.

(3) د. محمد سمير حسين، تحليل المضمون، م. س. ذ. ص 108، 109.

- تحديد مشكلة البحث.
- وضع فروض البحث أو تساؤلاته.
- اختيار عينة البحث.
- تحديد وحدات التحليل وفئاته طبقا لنوعية المضمون وكميته، وأهداف التحليل، والمشكلة البحثية، وفروض الدراسة وتساؤلاتها.
- القيام باختبارات الصدق والثبات على استمارة تحليل المضمون.
- القيام بعمليات التحليل.
- تبويب البيانات وجدولتها.
- التحليل الإحصائي للنتائج واستخراج المؤشرات الخاصة بالتحليل، والقيام بعمليات الاستنتاج والاستدلال والقياس.
- ربط نتائج تحليل المضمون — كنتائج جزئية — ببيقة النتائج الأخرى التي تم التوصل إليها باستخدام أساليب وأدوات أخرى لاستكمال الجوانب المعرفية الخاصة بالبحث، ولوضع نتائج البحث في صورتها الشاملة.
- الإجابة على تساؤلات البحث، أو توضيح مدى صحة الفروض المطروحة أو خطئها.
- طرح أفكار وموضوعات ومشكلات بحثية جديدة.<sup>(1)</sup>

(1) لمزيد من الاطلاع، يرجع إلى العناوين التالية :

- د. محمد عبد الحميد، تحليل المضمون في بحوث الإعلام، م. س. ذ.
- د. مختار التهامي، تحليل مضمون الدعاية في النظرية والتطبيق، م. س. ذ. ص 59-

## استخدام تحليل المضمون في تحليل الدعاية :

يستخدم تحليل المضمون حالياً على نطاق واسع لتحليل الدعاية والتحليل السياسي ودراسة اتجاهات الرأي العام في المجالات الآتية :

**1 -** التعرف على اتجاهات الرأي العام الأجنبي، وخاصة بالنسبة لبعض القضايا المتعلقة بدولة أو دول أخرى. وذلك لأن من العسير تطبيق أساليب القياس الأخرى على شعوب الدول الأجنبية. وتتم عملية التحليل من خلال دراسة المواد التي تقدمها الصحف أو الإذاعة أو التلفزيون أو السينما أو الكتب والنشرات.

**2 -** التعرف على المفاهيم التي استقرت في مجتمع معين والتي يمكن أن تؤثر على الموقف السياسي الداخلي أو الخارجي لدولة معينة، وبالتالي تخطيط الاستراتيجية السياسية والإعلامية في ضوء ذلك.<sup>(1)</sup>

**3 -** اكتشاف النوايا الدعائية لدى القائم بالاتصال.<sup>(2)</sup>

وقد ارتبط هذا الاستخدام بالجهود البحثية التي قام بها هارود لاسويل "H. Lasswell" خلال الحرب العالمية الثانية حينما كلفته وزارة العدل الأمريكية بتحليل مضمون مطبوعات بعض المنظمات التي اهتمت بمحاولة قلب نظام الحكم، والتعاون مع الأعداء.

---

- L'analyse de contenu des documents et des communications, séminaires de Roger Mucchielli (4<sup>e</sup> édition) F.P. n sciences humaines, les éditions E.S.F.Entreprise moderne d'édition, les librairies techniques, Paris, 1982.

(1) د. مختار التهامي، المرجع السابق، الطبعة الثانية، 1985، ص 17.

(2) د. محمد سمير حسين، المرجع السابق، ص 55، 56.

ويتم التحليل في هذه الحالة — بغرض اكتشاف وجود الدعاية ذاتها وكشف النوايا الدعائية للقائم بالاتصال — على أساس مقارنة المضمون الذي يقوم الباحث بتحليله إما بمضمون آخر مرتبط — بشكل محدد — بموقف دعائي معين، أو بمستويات محددة ثم تقنينها لكشف وجود الدعاية، وقد استخدمت هذه الأساليب بدرجة كبيرة خلال الحرب العالمية الثانية حيث أجريت مقارنات بين الدعاية الفاشية الداخلية والدعاية النازية، وساعد تحليل المضمون على تهيئة الكثير من الصحف والإذاعات "المشكوك فيها" من الشكوك التي أحاطت بها بسبب نشر أو إذاعة الأخبار أو الموضوعات أو الافتتاحيات أو التحيز في معالجتها، وذلك عن طريق تحليل مضمون هذه الصحف والإذاعات، والتأكد من خلوها من الدعاية المقصودة أو المتعمدة.

وقد أمكن "هارولد لاسويل Lasswell H." أن يستخلص نموذجا يمكن تطبيقه في مثل هذه الحالات، يتضمن ثلاثة عناصر رئيسية عن "الاختبار، والتفسير، ومدى التواجد" وحدد عناصر اختبار المادة الإعلامية المطلوب إخضاعها لتحليل المضمون لكشف وجود الدعاية في: (1)

— الاعتراف أو الإعلان الصريح في قضايا وموضوعات معينة

#### .Avowal

— إجراء مقارنة تحليلية بمضمون وسيلة معروف أنها من وسائل الدعاية

#### (مقارنة الموضوعات) .Parallel

— مدى الاتفاق والاتساق بين المضمون والأهداف الدعائية المعلنة من

جانب الصراع نحو موضوع يثير خلافا Consistency

(1) Lasswell, H. et al., Language of Politics, op-cit.

— طريقة عرض الموضوعات، ومدى التوازن في تناول الرموز المؤيدة والمعارضة.

— مدى الاعتماد على مصدر واحد من مصادر الخلاف في الحصول على المعلومات.

— مدى استخدام المصادر غير الظاهرة، وعدم كشف المصدر أو الإشارة إليه **Concealed source**.

— التمييز، ومدى استخدام مصطلحات معبرة عن جانب معين من جوانب الخلاف **Distinctiveness**.

— التحريف والتعديل المستمر في العبارات في موضوع شائع لتأييد جانب معين من جوانب الخلاف **Distortion**.

**4 —** التعرف على الأهمية النسبية التي توليها كل وسيلة إعلامية لكل موضوع من الموضوعات الإعلامية التي تقدمها، مع التعرض في هذا المجال للمساحات والأوقات الخاصة بكل موضوع، وللوحدات الشكلية وطرق العرض التي تتبعها، مما يعكس إلى حد كبير درجة الاهتمام النسبي بهذه الموضوعات.<sup>(1)</sup>

(1) د. محمد سمير حسين، بحوث الإعلام : الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، 1976، ص

**5 -** تحليل المادة الإعلامية المطلوب دراستها للتعرف على ما تتضمنه من معلومات وبيانات واتجاهات وما تحاول أن تؤكد من انطباعات وتأثيرات إعلامية معينة.<sup>(1)</sup>

**6 -** وصف جمهور المتلقين للمواد الإعلامية والدعائية : يرتبط هذا الاستخدام الأساسي بجمهور المتلقين للمواد الإعلامية باعتبارهم العنصر الرئيسي الثالث في عملية الاتصال والإعلام الجماهيري، ويتضمن هذا الاستخدام الرئيسي مجموعة من الاستخدامات الفرعية من أهمها:<sup>(2)</sup>

**أ -** تحديد اتجاهات الجماعات واهتماماتها، والقيم والأنماط الثقافية السائدة لديها... ويجب على القائم بتحليل المضمون أن يدرك حقيقتين أساسيتين هما :

— إن عملية التحليل تنصب أساسا على المضمون الذي يقدم إلى أفراد وليس المضمون الذي يقدم بواسطتهم، حيث يمكن استنباط الأنماط الثقافية من خلال تحليل المضمون الذي يقدم إلى الجماعات المختلفة على نطاق واسع باعتباره نمطا استهلاكيا جماعيا شائعا للمادة الإعلامية.

— إن الاتجاه إلى استخدام هذه الطريقة غير المباشرة ينبع من عدم إمكان دراستها بطريقة مباشرة، حيث توجد عدة أساليب علمية يمكن استخدامها لدراسة الاتجاهات، ومراكز الاهتمام، والقيم، والأنماط الثقافية، وهي أكثر كفاءة من استخدام أسلوب تحليل المضمون الذي يأتي في المرتبة الثانية، إلا أنها

(1) د. محمد سمير حسين، بحوث الإعلام : مدخل عام، في بحوث الإعلام في الوطن العربي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، القاهرة، 1980، ص 28.  
د. محمد سمير حسين، تحليل المضمون، م.س. ذ. ص 60، 1.

في نفس الوقت لا تصلح، رغم كفاءتها في دراسة الأنماط الحالية القائمة، لدراسة أنماط سابقة أو تاريخية، أو أنماط خاصة بشعوب أجنبية، وهي نوع الحالات التي تستلزم استخدام الأسلوب غير المباشر — أي أسلوب تحليل المضمون — في معالجتها ودراستها.

ب — ربط الخصائص المعروفة لفئات الجمهور بالرسائل الإعلامية الموجهة إليهم : ويستهدف هذا الاستخدام اختبار صحة الافتراض الخاص بأن القائمين بالاتصال يميلون إلى إنتاج رسائل إعلامية تتماشى مع طبيعة الجمهور المستهدف خاصة في مجال تغيير الاتجاهات.<sup>(1)</sup>

7 — وصف تأثيرات المضمون : ويشتمل على عدة استخدامات فرعية من أهمها :

— كشف مراكز الاهتمام : من أبرز تأثيرات وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة توسيع نطاق الاهتمامات لدى الجماهير، وزيادة انتباه الفرد واهتمامه بما يدور في العالم، وقد أدى انتشار وسائل الإعلام إلى جعل كافة القضايا والموضوعات المثارة في العالم كله محط اهتمام كل فرد وفي نطاق إمكانياته، فيما يحدث في أي ركن من أركان العالم يتاح بطريقة فورية لبقية الأركان، كما أن ما يحدث في أي مجال سواء الرياضي أو التعليمي أو الفني أو الديني أو السياسي يتاح أيضا لكافة الفئات من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام، بحيث أصبحت احتمالات الاهتمام العام عميقة ومتنوعة في نفس الوقت.<sup>(2)</sup>

(1) المرجع السابق، ص 63.

(2) نفس المرجع، ص 66.

وعلى هذا الأساس، بدأ الباحثون باستخدام تحليل المضمون لوصف مدى تركيز اهتمامات جماعات معينة على موضوعات متنوعة، مفترضين أن كل دراسة مضمون هي تحليل لما يهتم به الجمهور.

ولم تكف بعض هذه الدراسات بتصنيف الموضوعات في حد ذاتها فقط، وإنما أضافت إلى التحليل عنصر اتجاه المضمون، أي مدى القبول أو الرفض، ومدى التأييد أو التحنيد أو النقد للأفكار التي ينطوي عليها المضمون.<sup>(1)</sup>

كما أضاف بعض الباحثين بعدا جديدا في عملية التحليل بغرض دراسة مراكز الاهتمام وهو البعد الخاص بمصدر المادة الإعلامية.

على أن من الضروري على القائم بتحليل المضمون أن يدرك أن اهتمام الناس ليس اهتماما آليا، وأن تحليل المضمون في هذا التطبيق يسهم في تقديم صورة موضوعية ومنتظمة لمضمون الإعلام المتاح للاهتمام العام، بغض النظر عن طبيعة التعرض الفعلي لهذا المضمون ومداه.<sup>(2)</sup>

## 8 - كشف الأساليب الدعائية والإقناعية<sup>(3)</sup> : اتجهت العديد من

دراسات تحليل المضمون إلى كشف الأساليب الدعائية والإقناعية في محاولة للإجابة على السؤال المتعلق بتحليل كيفية تقديم المضمون إلى الجمهور.

وخلال الفترة من 1940 حتى 1970 أجريت دراسات تحليل مضمون متعددة تركزت حول تحليل الدعاية والإقناع خاصة خلال الحرب

(1) نفس المرجع، ص 66.

(2) المرجع السابق، ص 67.

(3) نفس المرجع، ص 47، 48.

العالمية الثانية، مستندة إلى تعريف الدعاية بأنها "التلاعب بالألفاظ والرموز كوسيلة للتأثير المتعمد على الاتجاهات والسلوك إزاء قضايا خلافية قابلة للجدل".<sup>(1)</sup> ويمكن تعريفها أيضا بأنها "أساسا عملية التلاعب بالعواطف بقصد الوصول إلى خلق حالة من حالات التوتر الفكري والشحن العاطفي الذي لا بد وأن يؤدي إلى تشويه التابع المنطقي".<sup>(2)</sup>

ويعرفها "ولتر ليبان W. Lippann" بأنها "محاولة التأثير في عقول الجماهير ونفوسهم والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها، وذلك في مجتمع معين وزمان معين" والدعاية بهذا التعريف نوع من الاستهواء، وليست نوعا من الإقناع.<sup>(3)</sup>

وقد استهدفت هذه الدراسات التحليلية بناء نظرية حول أشكال الاتصال الدعائي الإقناعي، وأنماطه، وبنائه.

ويستخدم تحليل المضمون في كشف أساليب الدعاية، وذلك باستخدام عدة مستويات في التحليل:<sup>(4)</sup>

أولها : التحليل حسب الفكرة أو الموضوع **Thème** أو الجاذبيات أو الاستمالات **Appeals** وهو الاصطلاح الذي يطلق على خصائص مقاصد الدعاية وتأثيراتها، نظرا لما يمكن أن يشتمل عليه مضمون الدعاية من استمالات

(1) نفس المرجع، ص 47.

(2) د. حامد ربيع، الحرب النفسية في المنطقة العربية، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، الطبعة الأولى، 1974، ص 161.

(3) د. عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفكر العربي، 1965، ص 33.

(4) د. محمد سمير حسين، تحليل المضمون، م.س.ذ. ص 47.

أ.د عبد الله بوجلال..... تحليل المضمون و توظيفه في...

متشابهة، أو متنوعة، طبقا لاختلاف نوعية الجماهير الموجهة إليها الدعاية، ومن الأفضل في هذا النوع من التحليل الالتزام بقاعدة البدء بالتحليل على أساس الاحتكام إلى فئات معينة، ثم تحليل مقاصد الدعاية ونواياها المفترضة وتأثيراتها بعد ذلك بناء على نتائج التحليل.

أما المستوى الثاني في تحليل الدعاية فهو الذي يطلق عليه "الأساليب الخداعية في الدعاية Tricks" أي الأساليب التي يتم بها عرض الموضوعات الدعائية بطريقة غير مباشرة.

وينبغي عدم إغفال الباحث عن تحليل المضمون العاطفي للمادة الدعائية، وذلك على أساس حساب تكرارات المصطلحات العاطفية والمقارنة بين وسائل الدعاية المختلفة أو المراحل الزمنية المختلفة للحملة من حيث مدى التركيز في استخدام هذه المصطلحات.

ومن الدراسات المبكرة الرائدة في مجال استخدام تحليل المضمون لكشف أساليب الدعاية والإقناع، الدراسة التي قام بها لاسويل Lasswell<sup>(1)</sup> لتحليل أساليب الدعاية خلال الحرب العالمية الأولى، وانتهى منها إلى تشخيص أهداف الدعاية وأساليبها والتي تمثلت في :

- تعبئة الكراهية ضد العدو.
- الحفاظ على صداقة الحلفاء.
- الحفاظ على صداقة الأطراف المحايدة، ومحاولة كسب تعاونهم.
- تحطيم الروح المعنوية للعدو.

(1) Lasswell, H.D., Propaganda Technique in the World War. New York, KNOFF, 1927.

وقد كشفت الدراسة عن وجود هذه الأهداف الأربعة باستمالاتها وأساليبها المتنوعة في كافة الحملات الدعائية للدول المختلفة، مع اختلاف التطبيق بين كل دولة وأخرى.

وفي دراسة تحليلية مقارنة أجريت عام 1961 بين المجالات المصورة في كل من أمريكا و"الاتحاد السوفياتي" كشفت عن وجود درجة من التركيز على جوانب معينة في مجالات كل من الدولتين الموجهة إلى الدولة الأخرى، حيث ركزت مجالات الاتحاد السوفياتي على التنمية الصناعية وارتفاع مستوى المعيشة في الاتحاد السوفياتي، بينما ركزت المجالات الأمريكية على الاهتمامات الحضارية والثقافية والجمالية للمواطنين الأمريكيين.<sup>(1)</sup>

**9 - استخدام تحليل المضمون لكشف الصورة عن العالم الخارجي أو للأحداث على المستوى الدولي:** إن توجيه وسائل الإعلام للمعلومات هي إحدى أهم الطرق المؤثرة على تكوين الصور لدى أمة عن أمة أخرى. إن هذا التأثير مهمّ عندما نعلم "أنه تكتب كل يوم في العالم أكثر من مليون كلمة إعلامية، لا يتسلم منها القارئ أكثر من نصف بالمائة"، وأما ما تبقى من هذا البحر من المعلومات الإخبارية "فيخضع لتغيير ضخم". ويقول كارل دويتش K. Deutsch وريتشارد ميرت R. Merrit في مقالتهما حول تأثير الأحداث على الصور الوطنية والعالمية أن "القائمين Manager" على المعلومات العامة هم الذين يجرون هذا التغيير. وهؤلاء "القائمون" هم الحكومة والنخب الحاكمة في وسائل الإعلام والذين نسميهم "قادة الرأي" الذين يختارون من بحر المعلومات الواردة ما يناسب اهتماماتهم ويخفون ما لا يريدون

(1) د. محمد سمير حسين، تحليل المضمون، م.س.ذ. ص 49.

أ.د. عبد الله بوجلال..... تحليل المضمون و توظيفه في...

توزيعه ونشره. ويتأثر "قادة الرأي" هؤلاء بأرائهم ومواقفهم وبدورهم الاجتماعي ومواقفهم ولمن يعملون ومن يمولهم ويمول صحفهم، بجانب القوانين والإجراءات الداخلية أي الرقابة الذاتية لدى هذه الصحف التي تقولب آراء المراسلين الصحفيين والمحررين ومواقفهم مع خط الصحيفة.<sup>(1)</sup>

إن عملية اختيار المعلومات المتناثرة من بحر المعلومات لتكوين الصورة عن أمة من الأمم لدى أمة أخرى هي عملية مهمة لسببين :

أولاً : لأن هذه المعلومات المتناثرة يختارها "القائمون" على الصحف "حسب أهوائهم السياسية"، الأمر الذي يزيد من التغيير على الصورة المشوهة أصلاً.

ثانياً : تدّعي هذه الصحف أنّها تلعب دوراً تثقيفياً بين جمهور المواطنين لذلك يتحمل المحررون "بصفتهم معلمي الشعب" مسؤولية المستوى الروحي والخُلقي للصحف لتكون ذات فائدة لكل فرد منه (أي الشعب) لأن دور التأثير التثقيفي للصحف على الجمهور لا يمكن نكرانه".<sup>(2)</sup>

إن إمكانية التلاعب بالأخبار لدى مراسلي الصحف في الخارج أكثر من الآخرين لأن القارئ على العكس من المواضيع السياسية الداخلية لا يملك أية وسيلة للتدقيق فيما يقرأه. يقول هربرت كلمان Herbert Kelmann "لذلك يجب أن لا نستغرب فيما إذا وجدنا أن الجمهور العام لا يكثرث بكل ما يتعلق بالسياسة الخارجية وأن معلوماته يشوبها الجهل العام، وتميز بعدم

(1) د. سامي مسلم، صرورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية، الطبعة الأولى، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1985، ص 31، 32.

(2) المرجع السابق، ص 32.

الاكتراث وبالجهل والنقص في إمكانية الاستزادة (من المعلومات) والاستقرار  
(في الرأي)".<sup>(1)</sup>

ومن أهم الدراسات التحليلية العربية التي استخدمت أسلوب تحليل  
المضمون لكشف صورة العرب في الصحف الأجنبية : دراسة سامي مسلم عن  
"صورة العرب في صحافة ألمانيا الاتحادية"، ودراسة حلمي خضر ساري عن :  
صورة العرب في الصحافة البريطانية.<sup>(2)</sup>

**10 -** وصف الاستجابات الاتجاهية والسلوكية للمادة الإعلامية :  
يتمثل الهدف الأساسي من دراسة الإعلام في دراسة تأثيره على الأفراد  
والجماعات والمنظمات والمجتمع، وهذه التأثيرات يمكن أن تكون قصيرة عاجلة  
أو طويلة آجلة، كما يمكن أن تقوم بعملية التدعيم أو التغيير، وتعامل مع  
المعلومات، والمعرفة والآراء والمهارات، والسلوك، وتحليل المضمون يمكن أن  
يسهم في دراسة هذه التأثيرات وكشفها تحت ظروف معينة.

وهناك ثلاث طرق استخدم فيها تحليل المضمون لدراسة هذه التأثيرات  
وهي:<sup>(3)</sup>

أ - تحليل مضمون المواد الإعلامية التي تمثل تعبيرا عن تأثير مواد إعلامية  
سابقة عليها، أي أن التحليل ينصب في هذه الحالة على المادة الإعلامية  
كاستجابة لمنبهات ومثيرات سابقة وليس كمنبه أو مثير في حد ذاته كما يحدث

(1) نفس المرجع، ص 32.

(2) حلمي خضري ساري، صورة العرب في الصحافة البريطانية، الطبعة الأولى، بيروت، مركز  
دراسات الوحدة العربية، 1988.

(3) د. محمد سمير حسين، تحليل المضمون، م. س. د. ص 68، 69.

أ.د عبد الله بوجلال..... تحليل المضمون و توظيفه في...

في معظم الحالات. و يواجه مثل هذا النوع من التحليل صعوبة توافر المادة الاعلامية و الدعائية التي تعتبر استجابة لجهود إعلامية أو دعائية سابقة.

ب- دراسات تحليل الارتباط بين مادة المضمون و مادة الاستجابة حيث يتم التركيز على دراسة تكرارات ظهور فئات معينة في المضمون و ربطها إحصائيا بظهور تكرارات استجابية معينة لدى جمهور المتلقين.

ج- الاستدلال المباشر على التأثيرات من خلال المادة الاعلامية دون الرجوح إلى المادة التي تشير إلى الاستجابة، و هو التطبيق الأكثر شيوعا في تحليل المضمون بالنسبة لقضية دراسة الأثر لمضمون المادة الإعلامية.

و في هذا المجال توجد مجموعة كبيرة من دراسات تحليل المضمون التي تعيد صياغة النتائج المتعلقة بالتأثيرات على ضوء تأثير المدركات و المفاهيم السابقة، و العناصر المتضمنة في الموقف.

كما تركز بعض الدراسات التحليلية على تفسير الاستجابات للمضمون طبقا للخصائص السيكولوجية للجمهور، و تستخدم هذه الدراسات التحليلية كأساس في التفسير السيكولوجي لتأثيرها على فئات الجمهور من المتلقين للمادة الإعلامية أو الدعائية.

