

## 5. تحليل المضمون:

«يعني تحليل المضمون الأسلوب الذي يرمي إلى الوصف الموضوعي المنظم والكمي للمحتوى الظاهر لموضوعات الاتصال، وهذا المحتوى في عملية الاتصال يحتل مكانة هامة في عملية الاتصال، ذلك الاتصال ينطوي على كل المعاني التي يمكن أن يعبر عنها بمختلف الرموز، مثل الكلمة، الصوت، والصورة، الرسم».<sup>(1)</sup>

ويعرف أيضا بأنه «مجموعة الخطوات المنهجية، التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية لهذه المعاني، من خلال البحث الكمي الموضوعي المنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى».<sup>(2)</sup>

كما ينظر إلى تحليل المضمون على أنه «تقنية غير مباشرة تطبق على مادة مكتوبة، مسموعة أو سمعية بصرية، تصدر عن أفراد أو جماعات أو تتناولهم، والتي يعرض محتواها بشكل غير رقمي، إنها تسمح بالقيام بسحب كمي أو كيفي».<sup>(3)</sup>

### أهداف تحليل المحتوى:

تكمّن أهداف تحليل المضمون في الآتي:<sup>(4)</sup>

1. الكشف عن اتجاهات الأفراد والجماعات إزاء موضوعات مختلفة.
  2. المقارنة بين وسائل الإعلام الجماهيري من حيث موضوعاتها واتجاهاتها وأهدافها.
  3. قياس مدى تطبيق وسائل الاتصال للمعايير والأسس الإعلامية والثقافية والفنية.
  4. تشخيص خصائص الأسلوب الأدبي أو الصحفي من خلال تحصيل الوسائل المختلفة.
-

5. التعرف على الوضع النفسي والاجتماعي للأفراد والجماعات في الأوضاع الطارئة والاعتيادية من خلال الرسائل التي يعبرون بها عن أنفسهم بأي شكل من الأشكال.
6. الحصول على الافتراضات حول تأثير وسائل الاتصال على الجمهور.
7. يهدف تحليل المضمون إلى التعرف على المعارف والقيم ومدى تحقيق الأهداف التي تحملها الكتب والمناهج والأدبيات التربوية والثقافية وغيرها.

### الخطوات المنهجية لتحليل المضمون:

يتبع تحليل المضمون عددا من الخطوات المنهجية تتمثل فيما يلي:

- تحديد مشكلة البحث.
- بناء الفرضيات أو طرح التساؤلات، والتي تعبر صراحة عن ضرورة إجراء تحليل المضمون.
- اختيار نوع المادة الإعلامية أو المواد الإعلامية.
- اختيار مجتمع البحث.
- اختيار العينة وفق أسلوب مناسب.
- بناء استمارة تحليل المحتوى.
- القيام بعملية التحليل.
- تحليل وتفسير البيانات والوصول إلى النتائج.

### فئات التحليل:

يستوجب بناء استمارة تحليل المضمون تحديد واختيار فئات التحليل، حيث تقسم إلى كل

من:

1. **فئات الشكل:** والتي تسمى بفئات كيف قيل؟ ، أي كيف قدم المضمون من خلال هذه المادة الإعلامية، وتقسم هذه الفئات إلى:
  - المساحة: والتي تتعلق بحجم المحتوى ويعتمد في حالة المكتوب.
  - الزمن: يعتمد في حالة المادة الإعلامية المسموعة أو البصرية.
  - اللغة المستخدمة: أي تتعلق بلغة المادة أو المحتوى.

- نوع المادة: والتي تتعلق بالأنواع الصحفية مثل تحقيق، خبر وغيرها.
- الموقع: أي موقع المواضيع المحللة بالنسبة لباقي المواضيع في المادة المحللة.
- الأنواع المرفقة في المحتوى.
- الصور والرسومات التي تم إرفاقها مع المادة المحللة.

وغيرها من فئات الشكل.

## 2. فئات المضمون: وهي تتعلق بفئات ماذا قيل؟ ويوجد من بينها:

- فئة الموضوع: وتعتبر من أكثر فئات اعتمادا، تتعلق بالمواضيع الأكثر بروزا في المحتوى.
- فئة القيم: أي القيم التي احتواها المضمون مثل قيم دينية، قيم أخلاقية... الخ.
- فئة الجمهور المستهدف: أي الجمهور الذي يستهدفه المضمون.
- فئة الهدف: تعبر عن الهدف الذي يحمله المحتوى.
- فئة الاتجاه أو الموقف: بمعنى الموقف الذي يحتله المضمون حول القضية المبحوثة.

هذه بعض الفئات المعتمدة في بناء استمارة المحتوى، التي تحدد بناءا على حاجة إشكالية البحث وأهدافها.

## وحدات التحليل:

إن التقسيم الخاص بالفئات «لا يلي البعد الكمي له، ذلك أن الفئات كوحدات كبيرة لا يمكن قياسها إلا بعد إضافة نوع آخر من التقسيم وهو تقسيم المضمون إلى وحدات تحليلية»<sup>(5)</sup> وعليه فالوحدة هي ما يعتمده الباحث من أجل التسجيل والحساب، اختيارها يخضع لاختيارات منهجية تتعلق بالمضمون والمشكلة إضافة إلى الفرضيات والتساؤلات، ومن هذه الوحدات:

- وحدة الكمية والتي تعبر عن صغر مقطع يحتويه النص.
- وحدة العبارة، وحدة الجملة.

- وحدة الفكرة والتي تنتهي باكمال الفكرة.
- وحدة الفقرة أي تحليل الفقرة ككل حتى نهايتها.
- وحدة اللقطة في حالة المحتوى البصري الذي يقسم إلى لقطات.
- وحدة الموضوع يعتمد بحساب الموضوع أو المواضيع في المحتوى المراد تحليله.
- وحدة المقطع أي يقسم المحتوى السمعي أو البصري أو المكتوب إلى مقاطع تحسب وتصنف.
- وحدة الزمن من خلال قياس المدة الزمنية للمحتوى المعروض.
- وحدة السنتمتر المربع: والذي يستخدم في حالة المساحة من أجل إبراز أهمية بالمقارنة مع باقي المحتويات.