

المحاضرة رقم 02

تحليل المضمون

(فئات التحليل ووحدات التحليل)

موجه لطلبة السنة الأولى ماستر اتصال جماهيري ووسائط جديدة للسداسي الثاني

إعداد: د.نصر الدين بويحي

1- مفهوم فئات تحليل المضمون:

يتعتبر بناء نظام فئات التحليل أهم عنصر في تحليل المضمون، دون إهمال بقية العناصر الأخرى طبعاً، فقيمة تحليل المضمون بقيمة فئاته، فنجاح التحليل مرهون بنجاح عملية التقييء.

وفئات التحليل هي القوالب التي يصنّف على أساسها المضمون، فهي خانات ذات دلالة على أساسها يصنّف ويكمّم محتوى الاتصال، فهي عملية تقسيم المحتوى إلى منظمة من الأفكار التي لها علاقة مباشرة بمشكلة واهداف الدراسة، فالفئات هي عبارة عن تجميع للمضامين، ويقود هذا التجميع إلى تقليص نصّ الرسالة على أساس الاحتفاظ فقط بما لديه علاقة بمشكلة الدراسة وأهدافها.

وتختلف فئات التحليل وتتنوّع باختلاف موضوع الدراسة وأهدافها، وخصوصية المضمون المراد تحليله، فلكلّ دراسة نظام الفئات الخاصّ بها، ويمكن للباحث أن يبتكر نظاماً فئات خاصّ بدراسته، أو يكتّف نظام فئات وضع من طرف باحثين آخرين.

ورغم أنّه لا يوجد نظام فئات موحدّ ولصالح لكل الدراسات، إلاّ إنّ " بيرلسون " اجتهد في تقديم تصنيف للفئات في تحليل محتوى البحوث الإعلامية ، تصنّف فيه الفئات إلى فئات الشكل ، وفئات المضمون.

أ- فئات المضمون:

هي الفئات التي تهتمّ بالإجابة على السؤال: ماذا قيل ؟ ، وتضم الفئات التالية:

- **فئة الموضوع:** ويقصد بها تصنيف المضمون وفقاً لما ورد فيه من مواضيع، والغالب أن تستعمل معها الفئات الفرعية ومؤشراتها لتوضيح المقصود منها على نحو أدقّ.
- **فئة الفاعل:** ويقصد به من يقوم بأفعال تؤثر في سير الأحداث في المضمون موضوع التحليل، وقد يكون الفاعل شخصاً، أو هيئة ، أو مؤسسة...إلخ.
- **فئة الأهداف:** ويقصد بها الأهداف التي ترغب الجهة المنتجة للمضمون موضوع التحليل في تحقيقها،
- **فئة السمات:** ويقصد بها رصد خصائص الشخصيات الفاعلة في المضمون موضوع التحليل، مثل السنّ، المستوى العلمي، مستوى الذكاء، الوضع الاجتماعي، طبيعة العمل، القدرة على الإبداع...إلخ.

- **فئة الاتجاه:** ويقصد به الاتجاه الذي تأخذه الرسالة تجاه قضايا التحليل، وقد يكون الاتجاه مؤيدا أو معارضا أو محايدا .
- **فئة القيم:** ويقصد بها القيم المتضمنة في المادة موضوع التحليل، وتوجد تصنيفات عديدة للقيم ، غير أنّ أبرزها تصنيف سبرنجر، والذي يصنّف القيم إلى : سياسية، اجتماعية، دينية، اقتصادية، نظرية، وجمالية.
- **فئة المصدر:** ويقصد بها المصادر التي استقى منها القائمون على انتاج المضمون معلوماتهم لانتاج المضمون، وقد يتمّ تقسيمها إلى مصادر رسمية وغير رسمية، مصادر معروف وغير معروفة، مصادر أكاديمية، إعلامية...إلخ.
- **فئة الأساليب المتبعة:** ويقصد بها الطرق والوسائل التي تمّ اتباعها لتحقيق الغايات والأهداف من المضمون، أي الأساليب المتبعة لشرح الأفكار وتقديم القيم في المضمون، وقد تكون الأساليب: تحليلية، أو دعائية، أو حوارية...إلخ.
- **فئة الجمهور المستهدف:** ويقصد بها الجمهور الذي يستهدفه ويتوجّه إليه المضمون موضوع التحليل. وقد يكون جمهورا عاما: أو جمهورا خاصًا، أو جماعات معيّنة... إلخ.

ب- فئات الشكل:

وتجيب على السؤال: كيف قيل؟ ، وتتضمن الفئات التالية:

- **شكل المادة الإعلامية:** ويقصد بها الأشكال المختلفة التي تتخذها المادة الإعلامية في الوسائل المختلفة
- **فئة شكل العبارة:** ويقصد بها القواعد اللغوية المتبعة في بناء الرسالة، أو مكوناتها البنائية، كتقسيم المضمون إلى جمل حسب تصنيفات معينة غالبا ما تكون من وضع واجتهاد الباحث.
- **فئة اللغة المستخدمة:** ويقصد بها اللغة المستخدمة في المضمون موضوع التحليل، أي النمط اللغوي السائد في المضمون، ويمكن على سبيل المثال تقسيم اللغة إلى: لغة فصحي تراثية- لغة فصحي مبسّطة، لغة عامية.
- **فئة المساحة أو الزمن :** ويقصد بها حجم المساحة المتاح من الجريدة أو المجلة أو الكتاب أو مختلف أنواع المطبوعات التي خصّصت لموضوع ما أو مجموعة مواضيع في المضمون موضوع التحليل، ويشير الزمن إلى الوقت المخصّص للمواضيع في الراديو أو التلفزيون أو السينما، فازدياد حجم المساحة أو الزمن دليل قويّ على شدّة الاهتمام.
- **فئة موقع المادة:** حيث أنّ المادة التي تقدّم في الصفحة الأولى من الجريدة أكثر أهمية من غيرها، والتي ترد في أعلى الصفحة على اليسار أكثر أهمية من باقي المواقع في الصفحة، وعموما ففي المواد المطبوعة تعدّ الصفحة الأولى ثم الأخيرة ، ثم الخمس صفحات الأولى، ثم الصفحتين الوسطيين على التوالي أهم

الصفحات، في حين أنّ المواقع تترتبّ على النحو التالي: الأعلى على اليسار، ثم الأعلى على اليمين، ثم الأسفل على اليسار، ثم الأسفل على اليمين. أما بالنسبة للمواد السمعية والسمعية البصرية فإنّ فئة الموقع يستدلّ عليها بترتيب عرض أو بتّ المواد الإعلامية المختلفة، فالمواد الأكثر أهمية تعرض أو تبثّ في البداية.

● **فئة العناصر التيبوغرافية:** ويقصد الكيفية التي يتم بها إخراج المادة الإعلامية، لأنّ هذا الجانب له دور كبير في التأثير على نفسية المتلقين، وغالبا ما تقسم هذه الفئات إلى فئات فرعية، ومن أبرز أنواع هذه الفئات نجد: العناوين، الإخراج الفنّي، الألوان، الصور والرسومات.

هذه أبرز الفئات وأكثرها استخداما، كما توجد أنواع أخرى كثيرة ومتنوعة، وكما أسلفنا سابقا فإنّ للباحث أن يبتكر نظاما جديدا كليًا للفئات ما دعت الحاجة البحثية لذلك، والسؤال الأكثر تداولاً لدى الباحثين المبتدئين هو نستعمل فئات التحليل؟ فهل نستعمل النوعين (الشكل والمضمون) معا بالضرورة؟ ، والجواب أن نوع الفئات المستخدم يخضع لمعيار واحد وهو المشكلة البحثية المراد دراستها، فهي من تحدّد للباحث نوع وعدد الفئات المطلوب استخدامها.

2- بناء نظام الفئات:

يتمّ بناء نظام الفئات وضبطه بطريقتين:

● **طريقة الترميز القبلي:** ويسمى أيضا بالترميز المسبق أو السابق، أي أنّ الباحث يضع نظاما للفئات قبل بدء عملية التحليل، منطلقا من مهارته واطلاعه على المشكلة موضوع التحليل، وفي الغالب يلجأ لهذه الطريقة الباحثون المتمرسون، من ذوي الخبرة والكفاءة ، والدرجة العلمية العليا، والذين لديهم سابق تعامل بحثي مع المشكلة المطروحة، حيث يؤهلهم هذا لبناء نظام فئات يفترض أن يخدم المشكلة البحثية ويحقّق أهدافها.

ويعاب على هذه الطريقة إمكانية بروز فئات صفرية ضمن نظام الفئات، أي فئات لا تمتلك تمثيل على مستوى المضمون موضوع التحليل، كما يمكن إهمال إدراج فئات ذات أهمية، باختصار قد يقود اكتفاء الباحث على كفاءته ومهارته في تحديد الفئات الى استخلاص نظام فئات غير كفاء ويقتصد للفعالية.

● **طريقة الترميز البعدي:** ويسمى أيضا باللاحق أو المنبثق، وفيه يقوم الباحث بإجراء تحليل لجزء صغير من مجتمع البحث يتم اختياره بطريقة علمية منهجية، من أجل استخراج نموذج أولي لنظام الفئات، ويفيد ذلك الباحث في الحصول على تصوّر عملي للمضمون المراد تحليله، وبعد عملية التدقيق ودمج الفئات المتشابهة وتصنيفها، يتم بناء نظام للفئات يتم إخضاعه لإجراءات الصدق والثبات لاستخراج النسخة النهائية القابلة للتطبيق.

3- شروط فئات التحليل :

يشترط في فئات التحليل توافر الخصائص التالية حتى تكون صالحة لاستخدامها في عملية التحليل:

1- **الشمولية:** أي أن تكون فئات التحليل جامعة لكافة أجزاء المضمون موضوع التحليل، بمعنى أن كلّ جزء من المضمون بالإمكان تصنيفه تحت فئة من الفئات، وحتى تلك المضامين المشتتة وغير المتشابهة يمكن إدراجها تحت فئة "أخرى".

● **الاستقلالية:** وتسمى أيضا بالمانعية، أو الاستبعاد التبادلي، ويقصد بها أن المضمون الذي يندرج تحت فئة معينة، لا يمكن – بالضرورة - إدراجه تحت فئة أخرى، لأن ذلك يؤدي إلى تضخم التكرارات ويعطي نتائج غير حقيقية.

● **الوضوح:** ويقصد به انقراطية ومفهومية الفئات، فالفئات الغامضة وغير الواضحة تجعل الباحث يجد صعوبة في تصنيف المضمون، ويبقى أحسن معيار لوضوح الفئات هي دقة التعاريف الإجرائية الموضوعة لها.

● **الملاءمة:** ويقصد بها مدى توافق فئات التحليل المختارة مع طبيعة المشكلة البحثية وأهداف الدراسة، وعليه يعتبر من الضروري جدًا للباحثين الحرص على انتقاء الفئات الفعّالة لبحثهم.

● **الثبات:** ويقصد به أن يقود تطبيق الفئات إلى تحقيق نفس النتائج أو نتائج متقاربة عند تطبيقها على نفس المضمون من طرف باحثين مختلفين، أو عند تطبيقها من طرف نفس الباحث بفارق زمني (أدناه 15 يوما على حدّ رأي الكثير من المختصين).

سؤال: هل نكثر من الفئات أم نقلل منها ؟

عند بناء نظام الفئات يطلب التدقيق والتأني في اختيار الفئات، من أجل اختيار أكثر الفئات فعالية وخدمة لأهداف الدراسة، ولكن الباحث قد لا تتضح له الأمور في البداية، فينصح بعض المختصين بتوسيع نسبي في نظام الفئات، على أن تتم مراجعة النظام الفئوي وتدقيقه ودمج الفئات المتشابهة في حال وجودها، لأنّ التقليل من عدد الفئات قد يتسبب في بقاء جزء من المضمون خارج إطار التصنيف لعدم وجود فئات تمثله.

4- الفئات الفرعية ومؤشرات الفئات:

بعض الفئات تكون واسعة مما يصعب على الباحث عملية التحليل، فيلجأ الباحث إلى تفكيكها إلى مجموعة من الفئات الفرعية لتسهيل عملية التحليل، ففئة القيم على سبيل المثال يتم تقسيمها إلى مجموعة من القيم مثلما أشرنا لذلك سابقا.

أمّا مؤشرات الفئات فيقصد بها تلك المظاهر الدالة على وجود القيم أو القيم الفرعية، ففي مثال القيم، تعتبر القيم السياسية والاقتصادية والدينية والعلمية والجمالية والاجتماعية، قيما فرعية، في حين تعتبر: العبادات،العقائد، الصدقات... مؤشرات على وجود القيم الدينية على سبيل المثال،

5- مفهوم وحدات التحليل:

إنّ تحليل المضمون يسعى إلى وصف عناصر المضمون وصفا كميًا، وبالتالي كان من الضروري تقسيم المضمون إلى أجزاء تسمى الوحدات، وتوجد وحدات التحليل أو السياق مثل الجزء، الفقرة، النصّ، الموضوع، والتي يقوم الباحث بدراستها لاستخراج وحدات التسجيل. ووحدة التسجيل أو العَدّ هي أصغر جزء أو وحدة يظهر من خلالها تكرار الظاهرة المدروسة.

6- أنواع وحدات التحليل:

• وحدة الكلمة:

الكلمة هي أصغر وحدة في وحدات التحليل، وقد تعبّر الكلمة عن معنى أو مفهوم معين ، أو مدلول أو حتى شخصية، وفي حال تحليل الكلمات في حالة تعبيرها عن رمز أو مدلول فإنّ الصعوبة تكمن في الوصول إلى معنى موحد بين الباحثين أو الكتاب.

• وحدة الموضوع أو الفكرة:

تعتبر أكبر وأهمّ وحدات تحليل المضمون وأكثرها إفادة، حيث تفيد في تحليل الاتجاهات والقيم والمعتقدات... إلخ، وتتضمن الفكرة التي يدور حولها المضمون، وقد توجد الفكرة في عبارة أو جملة، أو فقرة. وتوضّح وحدة الفكرة الشكل الذي تقدّم به الأفكار والاتجاهات للمناقشة. ولكن أكبر مشكل يواجه استخدام هذه الوحدة هو مشكل عدم الثبات، والنتائج عن اختلاف المفاهيم والأساليب المستخدمة في عرض الفكرة، وعدم وضوح حدود الأفكار والعبارات بالقياس إلى الكلمات.

• وحدة الشخصية:

يركز استخدام هذه الوحدة على الشخصية حقيقية كانت أو خيالية أو تاريخية، وتستعمل في تحليل القصص والدراما، والأفلام والتمثيلات والمسلسلات، وتعتبر من أسهل وحدات التحليل، ومن الضروري جدًا قراءة الماد جيًا قبل استخدام هذه الوحدة لتفادي الخلط بين طبيعة الشخصيات في المضمون التحليلي.

• الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية:

ويقصد بها الوحدة الإعلامية التي يقوم الباحث بتحليلها، أي المادة التي يستخدمها منتج المضمون لتقديم رسالته للمتلقّي، ومن أمثلتها الكتاب، الفلم، القصّة، عمود، مسرحيات، رسوم متحركة، إعلانات، رسوم كاريكاتورية، مقال، تقرير... إلخ

• وحدة المساحة والزمن:

تستخدم للتعرف على المساحة التي تشغلها المادة التحليلية المنشورة في الكتب والمطبوعات، أو للتعرف على المدّة الزمنية التي استغرقتها المادة الإعلامية المذاعة أو المعروضة، ومن أهمّ مقاييس هذه الوحدة نجد الصفحة، أجزاء الصفحة، العمود، السننيمتر، الدقيقة ، الثانية... إلخ.

7- ملاحظات هامة بخصوص وحدات التحليل:

- ليس مشترطاً الاكتفاء باستخدام وحدة تحليل واحدة فقط، بل يمكن أن تستخدم أكثر من وحدة تحليل واحدة على قدر الحاجة.
- إنّ استخدام وحدة أو أكثر يرتبط أساساً بالضرورة البحثية، أي بخدمة أهداف البحث وإثرائه.
- إنّ اختيار وحدة البحث لا يأتي جزافاً، بل يستند إلى معايير موضوعية مثل هدف البحث، طبيعة المادة موضوع التحليل، الإمكانيات المتاحة لعملية التحليل.
- تستخدم وحدات: الكلمة – المساحة – الزمن- نوع المادة في البحوث التي تركز على الموضوع مباشرة،
- تستخدم وحدة الفكرة أو الموضوع في الدراسات التي تركز على معاني المضمون والعلاقات بين هذه المعاني.
- إنّ استخدام وحدة الموضوع أو الفكرة صعب ويتطلب وقتاً أكبر وجهداً أكبر ولكنه يعطي تحليلاً أعمق وأقوى.

مراجع للاستزادة والبحث:

- 1- يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
- 2- روجر ويمر، جوزيف دومينيك: مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، ترجمة: صالح أبو أصعب و فاروق منصور، ط1، المنظمة العربية للترجمة، توزيع مركز دراسات الوحدة العربية، الإمارات المتحدة العربية، 2013.
- 3- كامل محمد المغربي: أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ط4، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 4- سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2006.
- 5- عبد العزيز بركات: مناهج البحث الإعلامي، ط2، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2012.
- 6- ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: أساليب البحث العلمي، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 7- رحيم يونس كرو العزاوي: مقدمة في البحث العلمي، ط1، دار دجلة، عمان، 2008.
- 8- سعيد التّل وآخرون: مناهج البحث العلمي، ط1، منشورات جامعة عمان العربية للدراسات العليا، توزيع الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- 9- سامي محمد ملحم: مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط6، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2010.