

## المحاضرة السادسة

### فئات التحليل.

### Catégories d'analyse

ملاحظة هامة: ننبه طلبتنا الأعزاء أن هذه التقنية (تحليل المضمون) لا يمكن تقديمها إلى الطلبة في شكل محاضرات كلاسيكية معلوماتية تُنشر على الأنترنت، باعتبار أنها جزء من المنهجية، و المنهجية هي التطبيق أولاً و قبل كل شيء، بمعنى أن ما سوف نقدمه من محاضرات هنا، يحتاج إلى الكثير من الشروحات، فالمطلوب من الطالب الإحاطة بكل ما يتعلق بهذه التقنية من تطبيقات، و لا يعتمد كل الاعتماد على هذه المحاضرات فقط.

### مقدمة.

لقد توقفنا في آخر محاضرة عند الخطوة الثانية وهي عينات البحث، و في هذه الخطوة سوف نحاول التطرق الى فئات التحليل Catégories d'analyse كخطوة ثالثة من خطوات تقنية تحليل المضمون. إذا وصل الباحث إلى هذه الخطوة، يُفترض أنه قد حدد مجتمع بحثه، و أنه قد حدد أيضاً عينة بحثه، عليه الآن تحديد فئات التحليل، و ينبغي في هذه الخطوة، الانتباه إلى أمرين أساسيين:

- أن اختيار الفئات يرتبط أشد الارتباط بإشكالية و أهداف الدراسة.
- أنه لا ينبغي أن تزيد أو تنقص الفئات على احتياجات الإشكالية.

قد قلنا في الكثير من كتاباتنا حول تحليل المضمون، أن هذه الخطوة، تُعد أهم خطوة في تقنية تحليل المضمون، عليها تتوقف مصداقية كل الخطوات الآتية، بل و مصداقية النتائج التي قد يتوصل إليها الباحث من خلال دراسته.

و هي عبارة عن تقسيم الباحث للمضمون محل التحليل، إلى مقاطع كبرى يُقال لها فئات التحليل catégories d'analyse، و هي ترتبط أشد الارتباط بإشكالية و أهداف الدراسة كما قلنا، أي على الباحث اختيار الفئات التي تخدم الإشكالية فقط دون أن يزيد أو ينقصها منها.

نفهم مما سبق، أن الفئات هي أقسام أو أجزاء أو رسائل أو مقاطع .. تشترك في خصائص دالة داخل محتوى معين تشكل في مجملها المعنى العام الذي تهدف إليه الرسالة، بمعنى أكثر بساطة، الفئة هي قسم يجمع أشياء ذات خصائص مشتركة جمعها في ذلك القسم<sup>1</sup>.

أما عملية بناء الفئات Catégorisation فالمقصود بها عملية تصنيف المحتوى أو تقسيمه إلى فئات محددة لأن التصنيف المنظم لتلك المحتويات و تقسيمها إلى فئات تخدم إشكالية و أهداف الدراسة، هو الذي سيتيح قدرا أكبر من العلمية والموضوعية للتعميمات الناشئة عنها.

## 2 - خصائص الفئات.

قبل التطرق إلى مختلف أنواع و تسميات الفئات، علينا التطرق إلى طرق و شروط و صفات ينبغي مراعاتها عند البدا بالعملية، وإلا فسوف لن تصل الدراسة إلى نتائج دقيقة و ذات مصداقية.

وضع الفئات عملية مرنة: عكس ما يظنه البعض، فإن عملية وضع الفئات و تحديد طبيعتها، عملية جد مرنة و لا تشترط في هذا الإطار إلا تكييفها مع متطلبات البحث و بخاصة إشكاليته و الهدف منها.

عدم تداخل الفئات فيما بينها: أي أن تكون الفئات مستقلة عن بعضها البعض على الأقل في تحديدها، و عن طريق هذا التحديد و الحرص على عدم التداخل، يمكن أن تُحدد الوحدات و طبيعتها و من تمة معناها في السياق العام للمحتوى محل التحليل.

<sup>1</sup> Françoise Cordier, *Les représentations cognitives privilégiées*, Lille : Presse universitaire de Lille, 1993 , P 09.

معبرة بما فيه الكفاية عن إشكالية و أهداف التحليل: أي أن تكون لها علاقتها بإشكالية و أهداف الدراسة، علماً أن استخدام فئات كثير ومتفرعة، قد تؤدي الى تشابك الموضوع وتداخله، والصعوبة في قراءة نتائجها، إذن ليس هناك زيادة أو نقص في عدد الفئات المختارة بل هناك قدر كاف للإجابة عن الإشكالية.

و قد عرض خبراء المنهجية، مجموعة من الفئات التي قد يختار منها الباحث ما يخدم إشكاليته و أهداف دراسته، فهي إذن و إلى حد ما وُضعت فقط لتوجيه الباحث، بمعنى أنه إذا لم يجد ما يخدم إشكاليته منها، عليه أن يستحدث فئات مواتية، لما يريده من دراسته.

و لما كانت المضامين الإعلامية (بحسب التخصص) تشمل على بعدين لبناء الرسالة أي الشكل و المضمون، لأن الثنائي يعكس وظائف عناصر العملية الاتصالية حيث تشكل الرسالة و حاملها (الشكل) أهمية بالغة في وصول الرسالة إلى مبتغاها و تحقيق الهدف الذي بُنيت من أجله، كما يعكس المضمون أهمية أخرى في إحداث مضمون الرسالة، التأثير الذي سَطرت من أجله.

فإن فئات التحليل في هذا الإطار تنقسم بدورها إلى \*

#### أ – فئات الشكل. (كيف قيل؟).

تدرس هذه الفئات، الشكل الذي جاءت عليه المضامين محل التحليل، أي إذا كان من متطلبات الإشكالية دراسة الشكل، فما على الباحث إلا أن يحدد فئات الشكل التي يحتاجها مما سيأتي.

**فئة اللغة:** تبحث فئة اللغة، في طبيعة و كثافة و طريقة استعمال الألفاظ و التراكيب و الدلالات و الأبعاد التي تم على أساسها إنجاز مضمون من المضامين، و على هذا الاعتبار فهي تأخذ عدة تصانيف في تقنية تحليل المضمون، منها اللغة الأدبية، اللغة الإعلامية، اللغة التعبيرية، اللغة اللفظية و غير اللفظية، اللغة الفصحى، اللغة العامية، و ذلك حسب ما يريده الباحث من إشكاليته و الهدف من دراسته.

\* لقد قلنا في بداية المحاضرات، أنه ليس بالضرورة اختيار فئات الشكل إلا إذا كان ذلك من متطلبات الإشكالية و قد فسرنا ذلك بما فيه الكفاية.

**فئة شكل العبارات:** تبحث هذه الفئة في طبيعة و شكل العبارات التي بني عليها المضمون محل الدراسة، و قد تصلح هذه الفئة أكثر عند استعمالها في تحليل مضمون الخطابات السياسية، حيث تلعب العبارات أدواراً مختلفة في إيصال الرسائل إلى الجمهور حسب ما يعتقده المرسل، فهي أثناء الحملات الانتخابية، جديرة بالتحليل لأن عليها تقع درجة الإقناع.

**فئة الموقع:** تبحث هذه الفئة عن موقع المادة محل التحليل و دلالاته في المضمون، باعتبار أن الموقع له مكانة دلالية في تقديم المعنى الذي تحاول الرسالة إيصاله للمتلقي، أما إذا تعلق الأمر بالمضامين السمعية أو السمعية البصرية، فإن الباحث يمكنه دراسة و تحليل مواقع المادة محل التحليل، بالتوقيت المبرمج لها، الصباح، المساء، بعد الظهر، في السهرة، أو آخر الليل .. أو مواقعها الأسبوعي، السبت، الأحد ... أو موقعها في المضمون في حد ذاته (البداية، الوسط، النهاية)، فكل توقيت له دلالاته الخاصة أيضاً، على الباحث تحديدها و تحديد موقعها.

**فئة المساحة أو الزمن:** فئة المساحة، هي تلك الفئة التي تبحث في حجم المحتوى محل التحليل في المضمون، إذ من المفروض أنه كلما كان الموضوع كبيراً من حيث المساحة التي يحتلها في الحامل، كلما كان ذلك دليلاً على أهميته، في غالب الأحيان تستعين فئة المساحة بوحدة السنتيمتر المربع لقياس مدى انتشار المواضيع أو الأفكار أو الجمل ..

كما أن للمدة الزمنية أيضاً، أهمية بالغة في تحديد أهمية الموضوع عند القائم به، فكلما طال عرض الموضوع، كلما يُفترض أنه مهم على الأقل بالنسبة للمرسل، ففئة الزمن أو المدة الزمنية، هي تلك الفئة التي تُستعمل لقياس المواد السمعية البصرية على وجه الخصوص، و كل المواد التي يكون فيها متغير الزمن هو المحدد الرئيسي في عرضها، يقوم الباحث إذا اختار هذه الفئة، بحساب المدة الزمنية التي يستغرقها مضمون معين أو جزء منه، كأن يكون برنامج تلفزيوني أو إذاعي معين، أو مقاطع محددة أو تحديد الفترة الزمنية لكل زاوية من زوايا البرنامج أو قياس مدة تدخل الفاعلين في المحتوى أو ضيوف الحصة .. وهذا حسب المدة الزمنية المخصصة للبرنامج، ويتم ذلك بالثواني أو الدقائق أو الساعات أو أي مقياس آخر يرى فيه الباحث أنه مناسباً لتحليله

فئة الصور و الرسوميات: قد تأخذ هذه الفئة عدة أشكال و أنواع منها الصور الفوتوغرافية Photos، صور فيلمية، الكاريكاتورية Caricatures، الأشكال Figures، الجداول Tableaux المخططات Diagrames .. و تأخذ هذه الفئة في المضامين، أهمية اللغة في زيادة فهم مقاصد المحتوى، و عليه على الباحث أن يحددها بدقة من حيث النوع و المؤشر الذي يريد دراسته.

فئة العناصر التيبوغرافية. تُستعمل هذه الفئة في البحث عن تراكيب المضمون في كل مقال أو برنامج أو فيلم، تلعب أدوار جد مهمة في إدراك القارئ أو المشاهد لذلك المضمون، و عن طريقها تتحدد درجة الأثر الذي قد يحدثه المضمون على المتلقي. و يمكن أن تشمل العناصر التيبوغرافية على: العنوان، الألوان .. أما من حيث فنون الكتابة الصحفية، فقد تأخذ هذه الفئة عدة مؤشرات بحسب متطلبات الدراسة و أهدافها، على سبيل المثال، الخبر الصحفي، التقرير الصحفي، التحقيق الصحفي، الحديث الصحفي، المقال الصحفي، التعليق الصحفي، العمود الصحفي.

بعض المراجع التي يمكن الاعتماد عليها للمزيد من فهم هذه التقنية و بعض التطبيقات لها:

1. عبد الحميد محمد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1985.
2. عبد الحميد محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة: عالم الكتب، 2000.
3. طعيمة رشدي أحمد، تحليل المحتوى في العلوم الانسانية، مفهومه، أسسه، استخداماته، القاهرة: دار الفكر العربي، 1987.
4. ريتشارد بد وآخرون، تحليل مضمون الإعلام المنهج والتطبيقات العلمية. (ترجمة: محمد ناجي الجوهري)، المملكة العربية السعودية: دار قدسية للنشر، 1983.
5. محمد حسين سمير، بحوث الإعلام الأسس و المبادئ، القاهرة: عالم الكتب، 1976.
- 6.

## المحاضرة السابعة

### فئات المضمون.

تتميمًا ، للمحاضرة السابقة عن فئات الشكل، نتطرق في هذه الأسطر إلى فئات المضمون، أي الفئات التي تحاول الإجابة عن السؤال: ماذا قيل؟، وقد يأتي المضمون - وبخاصة في وسائل الإعلام - على عدة أشكال و أصناف، و عليه فإن الفئات الخاصة به، هي كذلك متنوعة، على الباحث أن يحدد ما تريده إشكاليته و الهدف من دراسته، و من بين ما اقترحه خبراء المنهجية من فئات تدخل في هذا الإطار، ما يلي:

**فئة الموضوع** تعد فئة الموضوع، من أكثر الفئات استعمالًا في تقنية تحليل المضمون، لما لها من أهمية في تحديد على ما يدور المحتوى محل التحليل من مواضيع؟، و على هذا الأساس يقوم الباحث بتقسيم المحتوى المراد تحليله، إلى مجموعة من المواضيع تدور في مجملها حول ما يمكن أن يخدم إشكاليته و الهدف من دراستها.

و للعمل بهذه الفئة بأكثر دقة، ينبغي على الباحث تقسيمها إلى مؤشرات أو فئات فرعية، على أن تأخذ هذه المؤشرات أصناف كثيرة و متنوعة بحسب ما تتطلبه الإشكالية، فقد نجد تلك الأصناف على سبيل المثال (مواضيع سياسية، مواضيع اقتصادية، مواضيع ثقافة، مواضيع اجتماعية، مواضيع دينية ..)، كما قد نجدها على شكل (مواضيع داخلية، مواضيع خارجية ..)، أو (مواضيع خاصة بالنساء، مواضيع خاصة بالرجال، مواضيع خاصة بالأطفال ..) وهكذا وليك.

**فئة الاتجاه:** عندما يريد الباحث معرفة اتجاه المضمون إزاء قضية أو قضايا معينة في مضمون معين، فما عليه إلا أن يستعين بهذه الفئة التي تستعمل في محاولة معرفة الاتجاه الذي قد يأخذه المحتوى إزاء مادة معينة، و على هذا الأساس فإن المؤشرات التي قد تكون في هذه الفئة هي، مؤيد أو معارضة أو محايد، و لا ننسى أن تقنية تحليل المضمون مرنة، بمعنى أن هذه المؤشرات هي ليست ثابتة إذ يمكن للباحث الاعتماد على مؤشرات أخرى يرى فيها منفعة في الإجابة عن إشكالية دراسته.

**فئة القيمة:** تحتاج هذه الفئة تركيزًا أكبر من طرف الباحث عند تحديدها، ذلك أنها تعد، شديدة التغيير و التأويل، فهي تفرض على الباحث رسم حدود دقيقة و علمية بين

القيم التي يحملها المضمون و القيم التي يؤمن بها، ورغم ذلك تبقى فئة القيم، من بين أهم الفئات التي يمكن استعمالها للبحث عن مختلف ما يطرحه المضمون من قيم. وحتى تسهل عملية تحديد القيم التي يريد الباحث دراستها من خلال مضمون معين، فما عليه إلا أن يقسمها إلى مؤشرات تخدم و بشكل دقيقة مقاصده، مثلا = أن تكون (قيم سلبية، قيم إيجابية) أو (قيم سياسية، قيم دينية، قيم أخلاقية، قيم اجتماعية.. ) أو ما شابه ذلك من تصنيفات.

**فئة الأهداف:** بناء على أن لكل مضمون هدف أو أهداف يريد الوصول إليها، فإن فئة الأهداف هي تلك الفئة التي تستعمل في البحث عن ما قد يشكل الهدف أو الأهداف التي يسعى القارئ على الرسالة إيصالها للقارئ أو المستمع أو المشاهد قصد التأثير فيه أو توجيهه وجه معينة.

و عليه فإن الباحث في هذه الفئة، يمكنه أن يحدد الأهداف المتضمنة في المحتوى محل التحليل، أو أن يحدد هو أهداف و النظر فيما إذا موجودة في ذلك المحتوى أم لا .  
**فئة الجمهور المستهدف:** الجمهور هو السبب والغاية، مهما كانت طبيعة الرسالة المستقبلة: دينية، سياسية، فكرية أو علمية، ومهما كانت الوسيلة المستعملة في نقلها، صوت، صورة أو لغة، مباشرة أو غير مباشرة، فردية أو جماعية<sup>1</sup>.

تستعمل فئة الجمهور المستهدف، في محاولة تحديد و تشخيص الجمهور المقصود بالرسالة، وعلى هذا الأساس يمكن أن يقسم الباحث هذه الفئة إلى عدة أصناف منها على سبيل المثال (رجال و نساء)، أو (جمهور عام و جمهور خاص و جمهور عادي) أو إلى (جمهور مفترض و جمهور فعلي و جمهور متعرض و جمهور فعلا ..).

**فئة المصدر:** ينبغي على الباحث الذي يستعمل هذه الفئة، أن ينقب عن طبيعة المصدر أو المصادر التي اعتمدها المضمون.

إن معرفة مصدر أو مصادر الرسالة، يمكن أن ينعكس على طبيعة المعلومة و مصداقيتها، فهي ضرورية لتحديد حجم أهمية المعلومات التي يحتويها المضمون محل التحليل، و قد تكون من مؤشرات هذه الفئة، مثل وكالات الأنباء و توقيع الصحفي و

<sup>1</sup> علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي - دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر- (1995 2006)، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2007، ص 20.

التصريحات الرسمية أو المصادر الداخلية و المصادر الخارجية، أو تصنيفات أخرى مثل، توقيع الصحفي، بدون توقيع، مصادر أخرى ..

فئة الفاعل: تعمل هذه الفئة على تحديد الشخص أو الأشخاص أو الجهة أو الجهات التي تظهر في المحتوى محل التحليل و يكون لها شأن في حدوث القضايا أو الأحداث وقد يكون ذلك الدور رئيسيا أو ثانويا ً حسب طبيعة الدراسة و أهدافها،

و على هذا الأساس فإن هذه الفئة تبحث عن من يشكل محور القضايا المطروحة في المحتوى، فقد تكون شخصيات سياسية، أو أحزاب سياسية، أو خبراء و مختصين أو هيئات أو منظمات ..

فئة الموقف أو المواقف: نقصد بفئة الموقف أو المواقف في تقنية تحليل المضمون، تلك الفئة التي تحاول البحث فيما يتخذه صاحب المضمون من مواقف إزاء قضايا معينة أو أشخاص معينين أو أوضاع أو سياسات ..

أما عن مؤشرات فئة المواقف، فهي متروكة للباحث الذي عليه أن يحددها وفق متطلبات إشكالية دراسته و الهدف منها، إلا أننا نستطيع طرح بعض الأمثلة حولها فيما يلي:

(مع القضية، ضد القضية، لا موقف)، (موقف هجومي، موقف دفاعي، موقف انفعالي).

هذا و قد يجد الطالب، فئات أخرى في بعض الكتب المنهجية الخاصة بتقنية تحليل المضمون، عليه أن يتعامل معها بنفس الطريقة التي أتينا عليها فيما سبق، أي تحديدها و تحديد مؤشراتهما حتى يسهل التعامل معها فيما بعد أي عند تحليلها كمياً ً من خلال المضمون التي تحتويه، مع التنبيه أن الفئات المعروضة بما فيها تلك التي سبق ذكرها، ما هي إلا توجيهات يمكن أن يأخذ منها الباحث، كما يمكنه اختيار فئات أخرى يرى فيها أكثر نفعاً لإشكاليته و أهداف دراسته.



## المحاضرة الثامنة

### وحدات التحليل Unités d'Analyse.

#### (أ - وحدات الشكل).

تعد عملية تحديد وحدة أو وحدات التحليل Unités D'analyse في تقنية تحليل المضمون، الخطوة الرابعة التي على الباحث تحديدها والعمل بها، وهي في أبسط معانيها تعنياً سيتم حسابه فعلاً "، فهي ترتبط بالأبعاد الكمية البحتة لتحليل المضمون، وهذا الإجراء يحتاج من الباحث التمعن فيما يمكن أن يصلح كوحدة تحليل في طبيعة إشكاليته، أو هي الوسيلة التي يتبناها الباحث عند تحليله للمضمون قصد قياس مدى تواجد أو عدم تواجد مكونات الفئة.

و مثلما ذكرناه عن الفئات فيما يخص تقسيمها إلى فئات الشكل وفئات المضمون، فإن وحدات التحليل هي الأخرى تنقسم إلى وحدات الشكل و وحدات المضمون، وذلك حسب ما تم اختياره من طرف الباحث لفئاته، بمعنى آخر أن لدراسة فئات الشكل وتحليلها، يحتاج الباحث إلى وحدات خاصة بالشكل، ويحتاج إلى وحدات المضمون في دراسته لفئات المضمون، سوف نعرض أهم الوحدات التي يمكن أن يستعين بها الباحث في تقنية تحليل المضمون.

وحدة السنتمتر المربع (سم<sup>2</sup>): تستعمل هذه الوحدة عندما يكون الباحث بصدد دراسة مساحة المحتوى مثل الصحف في مختلف أشكالها، ووحدة السنتمتر المربع (سم<sup>2</sup>) هي وحدة تقاس بها مساحات ما يدراد قياسه من مواضيع في مضامين المكتوبة، كما قد تستعمل لقياس مساحة العناوين و الصور و الرسومات .. فهي مهمة باعتبار أن الحجم الذي يأخذه الموضوع أو الصور أو الرسومات .. قد يكون مؤشر على أهميته - على الأقل بالنسبة لواقع الرسالة - و عليه فمن المهم معرفة حجم الفئات المدروسة في محتوى معين.

وحدة التعمين: لوحة السنتمتر المربع، تستعمل وحدة الزمن في المضامين السمعية أو السمعية البصرية، باعتبار أن حجمها يكمن في مدتها، و عليه فإن الباحث في

هذه الوحدة يستعمل الدقائق أو الثواني أو حتى الساعات، للاستدلال على الحجم الذي تأخذه الفئة أو الفئات في المضمون الذي يقوم بتحليله.

وحدة اللقطة: عندما يكون الباحث بصدد تحليل مادة أو مواد سمعية أو سمعية بصرية، فقد يحتاج إلى هذه الوحدة التي تعتبر الوحدة الأساسية لكل ما تلتقطه الكاميرا، و تتحدد اللقطة بتغيري الفضاء و الزمن و يكون مجموع اللقطات مشهدا ، و تستخدم اللقطة عادة في لفت انتباه المتفرج للشيء المصور، أو إبعاده عنه.

هذا و قد يجد الطالب وحدات أخرى يمكن أن يعتمد عليها في بحثه الخاصة بتطبيق تقنية تحليل المضمون، المهم أن تكون الوحدة قابلة للقياس و العدد، القياس فيما يخص وحدات الشكل و الحساب، و التكرار فيما يخص وحدات العد، و لهذا سميت بوحدات لأنها أصغر عنصر في أدوات و إجراءات تقنية تحليل المضمون، و هي التي ينبغي أن تظهر في الجداول الكمية التي سوف يبنها الباحث في الجزء الخاص بالتحليل الكمي من دراسته.

## المحاضرة التاسعة

### .Unités d'Analyse التحليل

#### (أ - وحدات المضمون).

وحدة الكلمة: و هي أصغر وحدات تحليل المضمون، تدل على معنى، متميزة بملامحها الصرفية والتركيبية والدلالية والمعجمية والصواتية.... إلخ<sup>1</sup>، ووحدة الكلمة قليلة الاستعمال في الدراسات التحليلية رغم أهميتها في استنطاق المضامين، خاصة منها الخطب السياسية التلقائية للزعماء أو رجال السياسة، حيث يمكن من خلال تحليل و حساب بعض الكلمات الدالة، الوصول إلى مواقف تلك الشخصيات و آراءها إزاء مختلف القضايا، بل و حتى خلفياتها الإيديولوجية و العقائدية.

وحدة الفكرة: من أكثر الوحدات استعمالاً في الدراسات الإعلامية الاتصالية، و ذلك لما لها من أهمية بالغة في تحديد المحتوى و إعطائه المعنى الحقيقي و التوجه المرسوم، وهي لا تتوقف عند حدود معينة كالكلمة أو الفقرة، بل تمتد ما امتد معناها، فقد تكون في كلمات معدودات أو جملة طويلة أو فقرة .. فمتى انتهى معناها انتهت الفكرة، على هذا الأساس ينبغي على الباحث التعامل بهذا المنطق إذا قرر استعمال وحدة الفكرة.

وحدة الجملة: نعني بهذه الوحدة، "مجموع الوحدات التي يصح أن يقف بينها (الكلمات) بالإضافة إلى درجة الصوت والتنغيم والمفصل، ونحو ذلك مما يدخل في إيضاح المعنى"<sup>2</sup>، و يمكن للباحث عند استعمال وحدة الجملة، أن يستدل ببعض إشارات الترقين، مثل الفاصلة أو النقطة الفاصلة، أو النقطة .. فمتى انتهت الجملة، ينبغي عليه حسابها و الانتقال إلى جملة أخرى.

<sup>1</sup> سليم بابا عمر، لسانيات العامة الميسرة : علم التراكيب، ص 19.

<sup>2</sup> ماريو باي، أسس علم اللغة (ترجمة : أحمد مختار عمر)، ص 112.

و تنصح الباحثة نادية سالم، إلى ضرورة أن يأخذ الباحثون العرب عند تحليلهم لمضمون الرسالة الإعلامية، خصوصيات بنية الجملة في اللغة العربية و العلاقة التي تربط بين مفردات اللغة و نظام المعاني<sup>3</sup>.

**وحدة العبارة:** العبارة هي مجموعة من الألفاظ قد تؤلف جزءا ً من جملة أو أكثر، بطريقة خاصة في التعبير.

و قد يجد الباحث الكثير منها في مختلف المضامين، فهي مستعملة بكثرة لمعانيها القطعية، على شاكلة العالم الثالث، الشعب مصدر السلطة، النفط مقابل الغذاء .. وهي مفيدة في تحليل المضمون و على العديد من الأصعدة، فيمكن من خلالها معرفة توجهات القائم على المضمون، و مواقفه، و رسائله التي ينوي تمريرها للمرسل إليه، مع امكانية أن تكون العبارات شعارات يرفعها القائم على المضمون لتوضيح أفكاره أو الادعاء لها.

**وحدة الفقرة:** الفقرة هي مجموعة جمل مترابطة لفظا ً ومعنى ً، تطوّر فكرة واحدة، و قد تكون نصا ً مستقلا ً، بعنوان مستقل، أو تكون جزءا ً من مقالة تتكون من عدة فقرات، أو جزءا ً من بحث أو كتاب، كما أنه لا يوجد حجم محدد للفقرة، ولكن في العادة يتراوح عدد الجمل فيها ما بين 5 إلى 12 جملة يتم تمييزها بترك فراغ بسيط يساوي مساحة خمسة أحرف أو 2.5 سم قبل بدايتها، أي في لغة الكتابة الآلية Tabulation، و التوقف عن الكتابة عند نهايتها و الانتقال لسطر جديد لعمل فقرة أخرى.

**وحدة الموضوع:** من بين خصائص هذه الوحدة في تقنية تحليل المضمون، أنها قد تكون فئة و وحدة في نفس الوقت، و هي أكبر الوحدات المعمول بها في إطار هذه التقنية، كوحدة يعني أن معيار القياس في التحليل، يكون المواضيع التي حددها الباحث في فئات تحليله، و بالضبط فيما حدده كمؤشرات تلك الفئحة إذا اختار فئة الموضوع مثلا ً، و تم تقسيمها إلى المؤشرات التالية: سياسي، اقتصادي، اجتماعي، ثقافي، رياضي، فني .. فما

نادية سالم، نقلا ً عن: صالح بن بوزة (مناهج بحوث إعلام: التصنيفات المختلفة و بعض القضايا الخلافية). المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 11 و 12، السنة 1995، ص 57.

عليه - إذ اختار وحدة الموضوع - إلا أن يحسب تكرار كل مؤشر على حد في المحتوى محل التحليل.

مجمل القول، أن الفئات والوحدات تحدد أوت صاع، وفق:

- إشكالية و أهداف الدراسة، أي على أساس الهاجس الذي حرك الباحث و البحث و المقاصد التي يصبو إليها.
- طبيعة الحامل و خصائصه، ففي ميدان الإعلام على وجه الخصوص، يمكن أن يتعرض الباحث إلى أصناف مختلفة من الحوامل مثل الصحف المكتوبة أو الحوامل السمعية أو السمعية البصري أو مضامين.
- احتياجات الدراسة و أبعادها، مستويات الدراسة و إمكانيات الباحث و القوت المتوفر له إنجاز بحثه و استعمال تقنية تحليلي المضمون.
- يمكن أن تحدد قبل الاحتكاك بالمضمون محل الدراسة، أو بعد الاطلاع المتكرر له، فإذا كان الباحث متمكن من تقنية تحليل المضمون، فهو يبي كيف يمكنه تحديد فئات التحليل قبل التعرض للمضمون، حيث يربطها بإشكالية و أهداف الدراسة، أما إذا كان من صنف المبتدئين، فهو الأحسن الاحتكاك بالمضمون و النظر في مختلف الفئات التي يمكن اختيارها.
- تقسم الفئات إلى عناصر يـ قال لها المؤشرات أو الفئات الفرعية، الفئات كما هي قد لا توفي بالأغراض العلمية المطلوبة في تقنية تحليل المضمون، لذلك ينبغي على الباحث تقسيمها إلى فئات فرعية أو مؤشرات حيث يتم حسابها، إذ في نهاية المطاف حساب المؤشرات يعني حساب الفئة ما دام أنها متفرعة عنها.

للمزيد من الاستبصار في موضوع تقنية تحليل المضمون في بحوث الإعلام و الاتصال، نحيل الطالب إلى بعض المراجع الأساسية في هذا الشأن:

- 1 - أحمد مرسلبي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
- 2 أحمد عظيمي: منهجية كتابة المذكرات و أطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، 2009.
- 3 رشدي طعيمه: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية (مفهومه، أسسه ، استخداماته)، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1987.

- 4 رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار هومة، الجزائر، 2002.
- 5 سمير محمد حسين: تحليل المضمون، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1983.
- 6 شريف درويش اللبان و هشام علية عبد المقصود: مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، ط1، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2008.
- 7 عواطف عبد الرحمن وأخريات : تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، دارالعربي، القاهرة، 1983.
- 8 فاطمة عوض صابرو ميرفت علي خفاجة : أسس ومبادئ البحث العلمي ، ط 1 ، مكتبة و مطبعة الاشعاع الفنية ، الاسكندرية ، مصر ، 2002 .
- 9 محمد زيان عمر: البحث العلمي (مناهجه و تقنياته)، ط8، الهيئة المصرية العامة للكتاب، جدة، 2002.
- 10 محمد شلبي : المنهجية في التحليل السياسي (المفاهيم، المناهج، الاقترابات و الأدوات)، ط4، دار هومه، الجزائر، 2002.
- 11 محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1985.
- 12 موريس أنجريس، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبة، الجزائر، 2005.

13

- 1 Angers Maurice, (2000). Initiation pratique la méthodologie des sciences humaines, 5e édition Éditeur: CEC.
- 2 Bernard Berelson, (1952). Content analysis in communication research, GlencoeIll : Free Press.
- 3 Berry et Moisdon In : Hervé Dumez, Méthodologie recherche qualitative.
- 4 De bonville jean, (2000). L'analyse de contenu des médias, Bruxelles: De Boeck.
- 5 ÉMILIE BOSSÉ, (2012). analyse de contenu épistémologique de manuels de mathématiques destinés aux élèves du deuxième cycle du primaire, Mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en éducation, université du Québec à Montréal.
- 6 Jim Macnamara, (2005). Media Content Analysis – Uses, Benefits & Best Practice Methodology, Asia Pacific Public Relations Journal, N° 6, 1– 34.
- 7 Krippendorff Klaus, (1980). Content analysis: an introduction to its methodology, USA : beverly hills.
- 8 Laurence Bardin, (1977). L'analyse de contenu. Paris: Presses universitaires de France.

- 9 Morin Edgar, (2005). Etude de l'image des sciences projetée par un manuel de sciences pour le primaire. Mémoire de maîtrise, Québec: Université Laval.
  - 10 Rasha Kamhawi and David Weaver,(1999). (Mass communication research trends from 1980 to 1999), Journalism and Mass Communication Quarterly.
  - 11 Simon Laflamme, (2007). (Analyses qualitatives et quantitatives: deux visions, une même science), Nouvelles perspectives en sciences sociales N° 31, 135 - 155.
  - 12 Van Royen P, (2007). Cours d'introduction à la recherche qualitative. Bruxelles : Institut médecine tropicale de Bruxelles.
-