

الجزء الاول

الفصل الأول : دور أجهزة الاتصال الجماهيرية في الحرب الدعائية المعاصرة •

الفصل الثاني : مدخل الى اسلوب تحليل المضمون •

الفصل الثالث : وظائف تحليل المضمون •

الفصل الرابع : خطوات تحليل المضمون •

الفصل الخامس : أساليب الكشف عن الدعاية في المضمون الاعلامي •

الفصل السادس : الأسس المنهجية لتحليل مضمون لصحف •

الفصل الأول

دور أجهزة الاتصال الجماهيرية في الحرب الدعائية المعاصرة

ان التقدم المذهل في أجهزة الاتصال الجماهيرية في عصرنا الحالى قد جعل من اليسير توصيل الأفكار والمعلومات بسرعة خيالية الى جميع أنحاء العالم •

ومن الطبيعى أن يتنبه صانعو السياسة الى هذه الظاهرة والى أن الاستخدام الذكى لأجهزة الاتصال الحديثة يمكن أن يكون أقصر الطرق وأقلها تكلفة وأكثرها تأثيرا لتحقيق أهداف معينة - لا تخلو في معظم الأحيان من العداونية - سواء على المستوى المحلى أو الاقليمى أو العالمى • أهداف تستهدف الجماهير الغفيرة بالدرجة الأولى •

ولقد ساعد على اقامة هذه العلاقة الجديدة المباشرة بين صانعى السياسة والجماهير الشعبية الغفيرة ثلاثة متغيرات حيوية حدثت أولا فى العالم الغربى ثم امتد تأثيرها الى العالم كله وهى :

أولا : اختراع وسائل الاتصال الجماهيرى وكان معنى هذا توفير أسباب الاتصال الرخيص والفعال بالكلمة والصورة بعدد أكبر من الناس بصورة لم يسبق لها مثيل فى التاريخ •

ومع إتقان هذه الوسائل وإنتاجها بالجملة (طباعة ، أفلام ، اذاعة ، تليفزيون) ، اتسع جمهور وسائل الاعلام بصورة مذهلة •

ثانيا : تزايد اعداد الملمين بالقراءة منذ بداية القرن التاسع عشر كنتاج جانبى للنموذج الديمقراطى للتعليم الاجبارى •

وقد أدنى هذا الى أن تصبح هذه الأعداد الكبيرة من الناس الملمين

بالقراءة هدفا للدعاية حيث كانت الكلمة المطبوعة وحدها الوسيلة المتوفرة للاتصال الجماهيري •

ثالثا : تزايد أهمية الجماهير نفسها كأدوات للنشاط السياسي على المستويين الداخلي والعاملي كنتيجة طبيعية للمثالية الديمقراطية بحيث أصبح الرأي العام عاملا حيويا يحسب حسابه في العمليات الدبلوماسية والسياسية •

ففي القرون الوسطى لم يكن من المهم في شيء استطلاع آراء العبيد بالنسبة لأي موضوع وذلك نتيجة طبيعية لعجز العبد عن تغيير لقوى التي تتحكم في حياته سواء بالنسبة للقضايا القومية أو الدولية • ولكن بعد أن تعلم هذا العبد ومنح السلطة السياسية (حتى التصويت) ، ولقن الأفكار الديمقراطية عن المساواة في الحقيق اختلف الوضع : إذ أصبح من الأهمية بمكان معرفة كيف يفكر وماذا يفكر فيه •

وبالتالي أصبح من المتحمل ان لم يكن من المحتم أن يوجد عننا أو هناك الشخص أو الأشخاص الذين يحاولون ادارة أفكاره له عن طريق الدعاية المنظمة الظاهرة منها والخفية •

ومعنى هذا — ببساطة — أن الجماهير قد أصبحت في عرفة واضعي السياسة وأصحاب القوى الاقتصادية في المجتمع أدوات للسياسة وليست صانعة حقيقة لها أو هكذا أرادوا لها أن تكون •

وبرغم أن التاريخ يعطى نماذج لجهودات دعائية منظمة وعيضة لم تعتمد على الوسائل التكنولوجية الحديثة في الاتصال بالجماهير فإن التأثير البالغ الأجهزة الاعلام الحديثة في مجال الدعاية والدعوة لا يمكن انكاره أو التقليل من شأنه •

وليس من شك في أن الدعاية الأيديولوجية المعاصرة ما كان لها أن تصل الى حجمها الحالي في غيبة هذه الأجهزة • ففي خلال العقود القليلة

الماضية أصبح في إمكان الدعاية أن تستخدم أجهزة اعلام جماهيرية ذات فعالية لم يسبق لها مثيل وذات حدود للعمل واسعة النطاق مثل الاذاعة والسينما - وأخيرا - التلفزيون :

والحقيقة أن التطور المستمر في هذه الأجهزة يزيد يوما بعد يوم من قدرة الدعاية على الوصول الى جماهير أكثر تعددا وعددا بل ومن قدرته على القفز في الفضاء متخطيا الحدود الدولية ، فلا شك أن الانجازات الجديدة في مجال العلم والتكنولوجيا وخاصة في مجال استخدام الفضاء الخارجي لتسهيل الاتصال تعطي امكانيات هائلة للدعاية السياسية الخارجية بصفة خاصة •

فعلى سبيل المثال ، بدأت الولايات المتحدة بعد اطلاقها أول قمر اتصال أمريكي Echo 1 في أوائل عام ١٩٦٠ العمل في مشروعات واسعة النطاق لاستخدام الفضاء الخارجي في البث المباشر للبرامج التلفزيونية الى الدول الأخرى مهما بعدت الشقة بينها ، وبذلك دخل التلفزيون أيضا حق الدعاية الخارجية على نطاق عالمي واسع ك مجال فريد في معركة الحرب الباردة •

وقد اعتبر اطلاق الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩٦٩ لأربعة أقمار صناعية من طراز Intelsat 3 كل منها يستطيع أن ينقل أربعة برامج تلفزيونية في وقت واحد ، خطوة هامة لخلق نظام اتصال عالمي عن طريق التلفزيون •

ولا تقتصر امكانيات الدول الكبرى اليوم على تحسين الوسائل التكنولوجية للاتصال بالجماهير بل ان جانباً كبير من جهدها يكرس في الوقت نفسه لقضايا التأثير في عقول الناس باستخدام وسائل خفية للدعاية وأساليب معدة بعناية لتقوية الايحاء بهدف شل قدره الناس على التفكير المستقل أمام شمولية التخطيط الدعائي •

وهكذا أصبحت الدعاية في عصرنا هذا سلاحا بالغ الخطورة بماله من قدرات سياسية عظيمة وبالتالي أصبح لزاما على الدولة الحديثة أن تلاحق ألوان الدعاية المضارة الموجهة الى رعاياها بالكشف والتحليل درءاً لخطرهما واعدادا للأسلوب الأمثل لمواجهةهما •

ولما كان العلماء الأمريكيون قد قاموا بدراسات كثيرة ن هذا المضمار ، وكان لهم قصب السبق في استخدام أساليب تحليل المضمون للكشف عن الدعاية وتحليلها ، فقد رأينا أن نعرض في هذا البحث للأساليب التي اتبعوها وأهم الدراسات التي قاموا بها •

واستكمالاً للفائدة فقد رأينا أن نختتم فصول البحث بدراسة تطبيقية لاستخدام أسلوب تحليل المضمون لكشف اتجاهات وأهداف الدعاية الاسرائيلية الموجهة للعرب ممثلة في التعليق السياسي للتلفزيون الاسرائيلي الموجه باللغة العربية في العام السابق لحرب أكتوبر ١٩٧٣ •

الفصل الثاني

مدخل الى أسلوب تحليل المضمون

حليل المضمون - كما تعرفه دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية - « أحد المناهج المستخدمة في دراسة مضمون وسائل الاعلام المطبوعة أو المسموعة وذلك باختيار عينة من المادة موضع التحليل ونقسيها وتحليلها كميًا وكيفيًا على أساس خطة منهجية منظمة » (١) .

وبرى ريتشارد بود أن تحليل المضمون يشمل مضمون الرسالة الاعلامية ومقصد مرسلها . فتحليل المضمون في رأيه منهج تحليل وأداة ملاحظة في نفس الوقت . فبدلاً من ملاحظة ساوك الأفراد مباشرة أو مطالبتهم بالاستجابة لمقاييس معينة ، فإن الباحث يرجع الى الرسائل التي يكتبونها وتحليله لمادة هذه الرسائل يمكنه معرفة الرد على تساؤلاته .

وتحليل المضمون بهذه الكيفية يسمح للباحث بأن يلاحظ الرسالة في الزمان والمكان الذي يحدده دون أن يشعر الراسل بذلك مما يوفر له مزيداً من الموضوعية ما كانت لتتاح لو أنه قابل الراسل شخصياً وأطلعته على هدفه (٢) .

وتحليل الموضوع ليس بطبيعة الحال جزءاً من عملية الاتصال التي تتطلب مرسل ورسالة وأداة اتصال ومستقبل ، ولكنه يقم نفسه على هذه العملية مركزاً على الرسالة الاعلامية كي يحصل عن طريق استخدام أدواته التحليلية على معلوماته الأساسية عن ملابسات الاتصال ، وبالتالي يمكنه عن طريق تلك المعلومات أن يتنبأ بطبيعة المصدر الذي أرسل

(١) International Encyclopedia of Social Sciences. Vol. (١)
12, p. 579 - 1908.

(٢) يعيب هذا الأسلوب عدم استطاعة صاحب الرسالة الرد على أخطاء الحلال أو قصوره في الفهم أو تحيزه .

الرسالة وبالمستقبل الموجهة الرسالة اليه (١) •

ويعرف بيريلسون تحليل المضمون بأنه وسيلة بحث يستخدمها الباحث لوصف « المحتوى الظاهر للرسالة الاعلامية وصفا كليا وموضوعيا ومنهجيا » (٢) •

ويستخلص بيريلسون صفات مميزة لتحليل المضمون هي:

- ١ — أنه يستخدم فقط في تعميمات العلوم الاجتماعية •
- ٢ — أنه يستخدم فقط أو بصفة أساسية في تحديد آثار الاتصال •
- ٣ — أنه لا ينطبق إلا على قواعد النحو والصرف في اللغة •
- ٤ — ينبغي أن يكون موضوعيا •
- ٥ — ينبغي أن يكون منظما •
- ٦ — ينبغي أن يكون كليا •

ويرى أن المهمتين الأولى والثانية تضيقان الى حد بعيد عن مجال تحليل المضمون أما السمات الأربعة الأخرى فهي ضرورية لصياغة تعريف دقيق لتحليل المضمون • فالعرض من السمة الثالثة هو استبعاد البعد البرجماتي في اللغة بمعنى أن تحليل المضمون ينبغي ألا يشغل نفسه إلا بالمحتوى الظاهر للاتصال وليس له أن يشغل نفسه لا بالمقاصد لباطنية التي قد تكمن في المضمون ولا بالاستجابات الكامنة التي يثيرها ومع ذلك فعالبا ما تستخدم نتائج تحليل المضمون كأساس لتفسير المضمون للكامن •

Bald, Richard, & Other, : Content Analysis of Communications, p. 1 - 17. Macmillan 1967. (1)

Berelson, Bernard : Reader In Public Opinion & Communication, p. 263. - 2 d. ed. Macm. 1967. (2)

أما مطلب الموضوعية فيرمى الى تعريف فئات التحليل بدقة تسمح للمحللين المختلفين لنفس المضمون بأن يصلوا لنفس النتائج •

ونجد من ناحية أخرى أن مطلب التنظيم يتضمن مصنيين مختلفين
إذمؤداه :

أولا : أن المضمون المتعلق بالمشكلة موضع البحث ينبغي أن يحلل بأكمله على ضوء الفئات الموضوعية ؛ والهدف من ذلك تفادى التحليلات الجزئية أو المتحيزة التي تختار - فقط - تلك العناصر التي تخدم العناصر التي تخدم هدف المحلل •

ثانيا : أن يكون التحليل بهدف الحصول على بيانات متصلة بمشكلة علمية أو بغرض علمي وأن يكون في مقدرة الباحث التعميم من نتائج تحليل المضمون •

أما المطلب الأخير وهو وجوب أن يكون تحليل المضمون كميًا فيمثل في حقيقة الأمر السمة الوحيدة التي اتفقت عليها جميع التعريفات ولعل ذلك لكونها أكثر السمات تمييزًا لأسلوب تحليل المضمون الذي يقوم أساسًا على رصد عدد مرات تكرار الفئات التحليلية في المضمون وذلك لقياس مدى التركيز النسبي على أمر ما (١) •

ويعرف كارل أريك Erik تحليل المضمون بأنه طريقة تستخدم لإعطاء وصف للرسالة الاعلامية المنقولة عبر وسيلة للاتصال ، وهذا الوصف يستخدم لاختبار فروض معينة بالنسبة لآثار متوقعة من رسالة محددة أو غير محددة المصدر أو لتقييم آثار الرسالة محل التحليل • ويستخدم الباحث عدة وحدات من التحليل كالكلمات أو العبارات أو

(١) جمال زكي وسيديس : أسس البحث الاجتماعي - دار الفكر العربي ١٩٦٢ ص ٢٧٠ الى ص ٣٧٢ •

الرموز وهدف تحليل المضمون هو إعطاء قياس كمي للمادة محل التحليل (١) •

أما الدكتور عبد الباسط محمد (٢) فيرى أن تحليل المضمين هو الأسلوب الذي يهدف الى الوصف الموضوعى المنظم الكمي للمحتوى الظاهر للاتصال • ويحدد السمات الرئيسية لأسلوب تحليل المضمون فيما يلي :

١ - يستخدم هذا الأسلوب في وصف مضمون مادة الاتصال •

٢ - يهتم الأسلوب بدراسة المضمون الظاهر للاتصال وليس من الضروري أن يشغل الباحث نفسه بمحاولة التعرف على نوايا ومقاصد الكاتب أو المتحدث وإن كان من الممكن تعيين دوافع الكاتب أو المتحدث من خلال كتاباته أو أحاديثه •

٣ - ينبغي مراعاة الموضوعية التامة في تحليل مضمون مادة الاتصال بحيث لا يتأثر الباحث بأهوائه الشخصية أو دوافعه الخاصة ولتضيق هذه الغاية توضع فئات محددة للتحليل يستطيع الباحث أن يستخدمها في دراساته كما يستطيع أن يطبقها غيره من الباحثين على محتوى المادة نفسها فيصلوا جميعا الى درجة كبيرة من الاتفاق والثبات •

٤ - ينبغي أن يتم تحليل مضمون مادة الاتصال بطريقة منحة فلا يصنف الباحث المراد التي تسترعى انتباهه فحسب أو التي تخدم فكرة معينة يأخذ بها وإنما يصنف جميع المواد المناسبة في العينة في ضوء جميع الفئات التي سبق تحديدها حتى يمكن الوصول الى تعميمات سليمة •

(١) EriE Karl W. : Mass Communication & Advertising - (1)
Stockholm 1967. p. II.

(٢) عبد الباسط محمد : اصول البحث الاجتماعى - لجنة البيان

٥ - يستلزم استخدام أسلوب تحليل المضمون ترجمة الفئات الى أرقام وذلك عن طريق رصد تكرارات الفئات المختلفة مع تحديد درجات لانتشار وسيلة الاتصال وشدة تأثيرها في جمهور القراء أو المشاهدين أو المستمعين •

ويرى الدكتور حامد ربيع أن تحليل المضمون يجب أن يفهم أساسا على أنه عملية عزل خصائص فكرية معينة والبحث عن مصادرها ، تكرارها ، ملابساتها ، علاقاتها الارتباطية بغيرها من الحقائق التي تدور حولها الرسالة موضع التحليل • هذه الديناميات الخفية هي التي التي يجب أن تكون موضع عناية التحليل والأسلوب لعلمي فقط هو الذي يسمح بوصفها على أنها تعبر عن صفتي الاضطراب والانتظام (١) •

نخلص مما تقدم الى أن هناك تشابها كبيرا بين التعريفات التي وضعها أكثر الباحثين عن تحليل المضمون وأنها تكاد تلتقى جميعها عند تعريف بيريلسن السابق ذكره •

تحليل المضمون في قياسات الرأي العام (٢) :

يرى بعض الباحثين أنه عند تحليل المضمون في قياسات الرأي العام لابد وأن تؤخذ في الاعتبار الفروض الثلاثة الآتية :

١ - يتم القيام بتحليل المضمون لتحقيق أحد الغرضين التاليين أو كلاهما :

(أ) الكشف عن أهداف ودوافع المرسل •

(ب) التعرف على الآثار المتوقعة لمحتوى الرسالة على اتجاهات الرأي العام •

(١) حامد ربيع - فلسفة الدعاية الاسرائيلية - ص ١٩٨ .
 (٢) أحمد بدر - صوت الشعب - دور الرأي العام في السياسة العامة - ص ٤٤٢ - ٤٤٧ .

٢ - يفترض في القوائم بتحليل المضمون أن المعانى التى يستوعبها هو من الرسالة الاعلامية هى نفسها المعانى التى يقصدها المرسل ، وهى نفسها التى يفهمها الجمهور من الرسالة

٣ - يفترض في الوصف الكمى لمحتوى الرسالة الاعلامية - أن تكون الوحدات المكونة للرسالة (الكلمات - الجمل - المقاطع .. الخ) ذات وزن متساو في الأهمية • أما اذا افترضنا أن كلمة أو جملة فقط في الرسالة لها من الأهمية والوزن ما للرسالة كلها - فان طريقة تحليل المضمون لا تنطبق في هذه الحالة (١) •

وتساوى الوحدات المكونة للرسالة الاعلامية في الوزن ليس معناه المساواة في الوزن والأهمية لقصة أو حدث يحتل الصفحة الأولى - مثلا - وقصة أو حدث آخر تتضمنه إحدى صفحات الجريدة الداخلية بل يؤخذ هذا وذاك في الاعتبار ويعطى كل منهما درجة مختلفة •

وهناك عوامل أخرى لابد أن يأخذها كذلك القوائم بتحليل المحتوى في الاعتبار ، كالأسلوب الذى يعالج به الموضوع أو الحدث ودرجة تغطية الموضوع وما الى ذلك •

ويرى لفيق من الباحثين أن أسلوب تحليل المضمون أسلوب ملائم للكشف الاستطلاعى ، لكنه يجب أن يستكمل بضوابط أخرى • نظرا لأن النتائج التى يتوصل إليها البحث قد لا تزيد في أحيان كثيرة عن ترجمة الانطباعات الشخصية الى أرقام واحصائيات •

ومن أمثلة الضوابط التى تعتبر عناصر مكملة لأسلوب تحليل المضمون ما يلى :

(أ) المقارنة المنهجية - أى مقارنة نفس الرسالة في فترتين زمنييتين مختلفتين أو مقارنة رسالتين تتحدثان في جميع الخصائص فيما عدا متغير واحد كالاتجاه الحزبى أو عدد مرات الصدور • • • الخ •

(١) تطبيقا لهذه القاعدة فان مقالات محمد حسنين هيكل الشهيرة « بصراحة » لا تخضع لتحليل المضمون •••

(ب) إضافة أسلوب التحقيق غير المباشر ، أى جمع المعلومات من مصادر أخرى غير الرسالة الاعلامية موضع الدراسة •

(ج) تعدد القائمين بعملية التحليل ثم مقارنة النتائج التى يتوصل إليها كل منهم •

يستخدم تحليل المضمون حاليا على نطاق واسع لتحليل الدعاية والتحليل السياسى ودراسة اتجاهات الرأى العام فى المجالات التالية :

١ - التعرف على اتجاهات الرأى العام الأجنبى ، وخاصة بالنسبة لبعض القضايا المتعلقة بدولة أو دول أخرى • وذلك لأن من العسير تطبيق أساليب القياس الأخرى على شعوب الدول الأجنبية (١) •
وتتم عملية التحليل من خلال دراسة المواد التى تقدمها الصحف أو الإذاعة أو التليفزيون أو السينما أو الكتب والنشرات •

٢ - التعرف على المفاهيم التى استقرت فى مجتمع معين والتى يمكن أن تؤثر على المرفق السياسى الداخلى أو الخارجى لدولة معينة • وبالتالي تخطيط الاستراتيجية السياسية والاعلامية فى ضوء ذلك •

ففيما يتعلق بتخطيط الاستراتيجية السياسية ، فان تحليل المضمون يساعد على بناء الخطة البعيدة المدى ، وعلى تبين النوايا الحقيقية للحزب السياسى أو للسلطة الحاكمة • فضلا عن ان تحليل المضمون بالغ الأهمية بالنسبة للدبلوماسية وذلك لأن مقتضيات عمله لا تسمح له بالاتصال المباشر بالمجتمع الذى يعيش فيه ومن ثم فهو يستطيع عن طريق الوثائق التى يعتبر بالنسبة لها أكثر الناس اقترابا منها ومعرفة بها وامكانية لتقييم مدلولها أن يصل الى التحليل المواقف التى تستتر خلف تلك الوثائق وكذلك من جانب آخر فإن كونه فى موقع الوثيقة يسمح له بفهم أكثر دقة وأكثر واقعية من جهاز وزارة الخارجية البعيد عن موقع الرسالة (٢) •

(١) لا تسمح الدول المستقلة كاملة السيادة لاية جهة اجنبية بقياس الرأى العام شعبها مباشرة أو بالواسطة اذ أن هذا يعتبر امتحانا لسيادة الدولة وعملا بن أعمال التجسس ••

(٢) حامد ربيع - نظرية الدعاية الخارجية ص ٢٥ - ص ٣١ •

(م ٢ - تحليل مضمون الدعاية)

أما بالنسبة للدعاية فمن الملاحظ أن من الملامح الأساسية للاعلام الدولي محو الفروق في المكان والزمان بفضل وسائل الاتصال الحديثة التي تستخدم كسلاح للتأثير على أفكار الآخرين وآرائهم وللحصول على عدة درجات من التأثير ، وهذا يظهر أهمية تحليل المضمون في اكتشاف الدعاية وفي تحليل تكتيكها وآثارها (١) .

ويستخدم تحليل المضمون كذلك في تحليل وسائل الاتصال للتعرف على الرأي العام السائد (٢) ، وتحليل شخصيات القادة والسياسيين من خلال تحليل مضمون كتبهم وخطبهم (٣) ، وفي قياس العوامل التي تؤثر في التغيير السياسي (٤) .

ولقد حصر بيرلسون الاستعمالات المختلفة لتحليل المضمون و صنفها في ثلاث فئات رئيسية هي :

١ - تحديد سمات المضمون :

ويندرج تحت هذا نماذج مختلفة من الدراسات التي تستهدف :

— وصف الاتجاهات في مادة الاتصال .

و — تتبع نمو التعليم وتطوره .

— الكشف عن الاختلافات الدولية كما تفصح عن نفسها في مواد

الاتصال .

— انشاء وتطبيق معايير للاتصال .

Dezer, L. & Others : Op. cit., p. 444-450. (١)

Schettler, Clarence : Public Opinion In American Society. p. 218-240. Harper 1969. (٢)

The American Science of Politics. p. 185 - 191. University of California Press. 1967. (٣)

Berelson, Bernard & Janwitz : Op. cit., p. 646-654. (٤)

— المساعدة في عمليات البحوث الفنية •

— تحليل وسائل الدعاية •

— قياس مدى الاقبال على قراءة مواد الاتصال •

— اكتشاف سمات الأسلوب في الكتابة الأدبية •

٢ — تحديد غاية مادة الاتصال وأهداف مقدميها ، ويشمل ذلك :

— التعرف على أهداف مقدمى مواد الاتصال وسائر سماتهم الأخرى •

— تحديد الحالة السكولوجية للأشخاص والجماعات •

— الكشف عن وجود الدعاية (للأغراض القانونية أساسا) •

٣ — تحديد آثار مادة الاتصال ، ويتضمن ذلك :

— الكشف عن الاتجاهات وجوانب الاهتمام والقيم (النماذج

الثقافية) للجمامير المختلفة •

— الكشف عن مراكز الاهتمام في المضمون •

— وصف الاستجابات الاتجاهية والسلوكية بوسائل الاتصال •

وسنعود الى هذا الحديث بتفصيل أوفى في فصول البحث القادمة ،

تاريخ تحليل المضمون :

كن الباحثون في الصحافة أول من استخدم تحليل المضمون ثم تبعهم الباحثون في علم الاجتماع • ولقد تأثر التطور في استخدام تحليل المضمون بالتطور في المجالات الأخرى وبالخاصة التاريخية لاستخدامات عملية

معيّنة • ومن أوائل الأبحاث في تحليل المضمون مؤلف للباحثين تشارلز ميلز وولتر ليبمان نشر سنة ١٩٢٠ محتويا على تقييم لصحيفة النيويورك تيمز •

وقد ركز الباحثان فيه على عرض الصحيفة للأنباء المتعلقة بالثورة الروسية عن طريق دراسة الأعداد التي أصدرتها ما بين مارس ١٩١٧ ومارس ١٩٢٠ • وقد توصل الباحثان من دراستهما الى أن « التيمز » قد فشلت في عرض صورة غير متحيزة عن الثورة الروسية ، إذ أنها لم تعطى للقارئ الفرصة ليتخذ وجهة نظر مستقلة • وكان المنهج الذي اتخذه الباحثان هو مقارنة رأى واضع أو كاتب المقالة بالحقائق الموضوعية (١) •

ولقد تركزت دراسات تحليل المضمون بعد ذلك في مدرسة الصحافة بجامعة كولومبيا وكان من أهمها الدراسة التي نشرها مالكوم ويلبي بعنوان « صحافة بلدنا » عام ١٩٢٦ وقد استخدم في تلك الدراسة فئات مباشرة للتحليل مثل الشئون المدنية — السياسية — العمل — الجريمة — الطلاب — الرياضة • والى جانب الدراسات الصحفية ، اتخذت بعض اللدراسات المبكرة لتحليل المضمون الأعمال الأدبية ميدانا لنشاطها — بغرض تحليل مختلف سمات الأساليب في الشعر والنثر الانجليزي مثل طول الجملة ، حروف الوصل •• الخ) والوصول عن طريق ذلك الى المؤلف الحقيقي لبعض الأعمال الأدبية المجهولة أو المشكوك في نسبتها الى المؤلف • غير أن هذه الدراسات لم تلق تقديرا كبيرا من أساتذة الأدب (٢) •

وفي عام ١٩٣٠ نشرت جامعة كولومبيا دراسة جديدة عن تحليل مضمون الأنباء الخارجية في الصحف الصباحية الأمريكية ، ولقد ازدادت

Golcman, R. M. : Content Analysis. p. 296-299 - Public (1)
Opinion Quarterly, No. 2., 1950.

Dex-er, L. & Manning, D : People, Society & Mass (٢)
Communication. p. 416-17. Macmillan 1964.

استخدامات تحليل المضمون أثناء الحرب العالمية الثانية نتيجة لزيادة الاهتمام بالدعاية وأثرها على الرأي العام وانتشار الراديو كوسيلة بالغة الأهمية من وسائل الاتصال الجمعي ، وفي عام ١٩٤٩ أصدر لازويل كتابه المعنون « لغة السياسة » حيث ضمنه الطرق الكمية لتحليل المضمون دون أن يغفل الطرق الكيفية .

وفي عام ١٩٥٢ نشر برنارد بيريلسون كتابه الشهير ، « تحليل المضمون في أبحاث الاتصال » الذي يعد أهم الكتب التي ظهرت حتى الآن في تحليل المضمون حيث جمع فيه طرق تحليل المضمون والمنهج المستخدم سواء في تحديد العينة أو وضع فئات التقسيم والعد ، وكذلك في حساب الصدق والثبات في استخدام الفئات (١) .

ولعله لم يكن من قبيل المصادفة ظهور كتاب بيريلسون عام ١٩٥٠ تلك السنة التي شهدت اندلاع نيران الحرب الباردة بين المعسكرين الرأسمالي بقيادة الولايات المتحدة والاشتراكي بقيادة الاتحاد السوفييتي ، وزيادة الاهتمام بدراسة أكثر الأساليب تأثيرا في تحريض الرأي العام وتوجيهه .

الفصل الثالث

وظائف تحليل المضمون

نعرض في هذا الفصل لأهم وظائف تحليل المضمون ، كما نتضح من القضايا الأساسية التي استخدم في بحثها وطرق استخدامها فيها •

وتندرج هذه الوظائف تحت ثلاثة تصنيفات رئيسية هي :

- أولا – دراسة خصائص المضمون من حيث المادة •
- ثانيا – دراسة خصائص المضمون من حيث الشكل أو طريقة العرض •
- ثالثا – دراسة خصائص منتجي المضمون •

أولا : دراسة خصائص المضمون من حيث المادة

تتفرع هذه الدراسة الى مجموعة من الدراسات على النحو التالي :

١ – وصف الاتجاهات الظاهرة في مادة الاتصال والتغيرات التي حدثت في مضمونها في فترات زمنية مختلفة :

وهذا الوصف لاتجاهات مادة الاتصال مفيد في حد ذاته ، بالاضافة الى أنه يزودنا ببيانات ترتبط بالتغيرات الحادثة سواء فيما يتصل بالقائمين على اتصال أو فيما يتصل بالجمهور •

وقد استخدمت هذه الطريقة في مقارنة مدى استخدام أدوات الاتصال الأنواع معينة من الأنباء (مثل أنباء التجارة المحلية) أو الدوافع (اقتصادية أو قومية أو حربية أو دولية أو دينية) أو الشعارات في فترات زمنية مختلفة •

ولقد تبين مثلا من تطبيق هذه الطريقة على اتجاهات شعارات عيد « أول مايو » بالاتحاد السوفيتي من عام ١٩٢٤ الى عام ١٩٤٣ ، أن هذه الشعارات تطورت من الدعوة الى الثورة العالمية الى الاقتصار على الشعارات القومية خلال الحرب العالمية الثانية .

كما اتضح من تطبيقها على الدعاية في تلك الحرب أنها كانت بالمقارنة بالحرب العالمية الأولى أقل انفعالية وخطابية وأكثر ميلا للصدق .

٢ - دراسة تتبع تطور العلم :

يفيد تحليل مضمون التراث العلمى فى وصف تطوره . فتحليل تطور علم الطبيعة فى إنجلترا وألمانيا وفرنسا خلال القرنين الثامن عشر والتاسع عشر كشف عن فترات (تشبه الموجات) من الانتاج المبدع .

ومن دراسة لتطور اهتمامات الدراسات السوسولوجية بالولايات المتحدة الأمريكية خلال الخمسين سنة الأخيرة عن طريق دراسة توزيع المقالات فى المجلة الأمريكية لعلم الاجتماع ، تبين زيادة اهتمام المجلة فى السنوات الأخيرة بمشكلات السكان والأجناس والقوميات ، وعناهج البحث ، على حساب الصفحات المخصصة للنظرية الاجتماعية ، وتاريخ علم الاجتماع والاصلاح الاجتماعى .

على أنه لا بد من التحقق من الدعاوى المتضمنة فى هذا الاستخدام لتحليل المضمون فمعظم الدراسات التى استخدمت تحليل المضمون هذا الغرض تعتمد على مصدر واحد للبيانات أو على مجموعة صغيرة من المصادر ، تمتد خلال فترة طويلة نسبيا من الوقت ، ويتطلب استمرار ملاءمة واتساق البيانات اهتماما خاصا .

فمثلا قد لا تعطى دراسة عدد قليل من المجلات عينة صادقة لبحث المضمون أو المجال المراد دراسته خلال فترة طويلة من الوقت بسبب

ظهور مجالات أكثر تخصصاً تمثل فروعاً من المجال موضع الدراسة في الفترة الأخيرة .

وكذلك فإن التغيرات التي تحدث في عدد من المجالات في مجال معين غالباً ما تعكس تغيرات في سياسة المحررين أكثر مما تعكس تغيراً حقيقياً في الاهتمام بالمجال ذاته .

٣ - الكشف عن الفروق بين مضمون الاتصال بالدول المختلفة :

يؤدي التحليل المنظم للمضمون الى الكشف عن الفروق في كيفية معالجة وسائل الاتصال المختلفة كالصحافة والاذاعة والسينما والمسرح للموضوعات المختلفة ، وكيف تختلف صياغة الدول المختلفة لنفس الحدث : مثل الحروب أو الأزمات الدولية التي تتساوى احاطتها بها ، وما هي الأنباء التي يشيع الاهتمام بها على المستوى العالمي وما هي الفروق الرئيسية بين الصحف والاذاعات والمسرحيات والأفلام الأمريكية والانجليزية والفرنسية والروسية مثلاً . مثل هذه الأسئلة يمكن الاجابة عليها بعد التحليلات المقارنة للمضمون ، التي تكشف عن الفروق في بؤرة الاهتمام لدى جماهير الأمم المختلفة .

ففي دراسة مقارنة لمضمون المسرحيات الشعبية قبل الحرب العالمية الثانية في كل من أمريكا وألمانيا النازية ، اتضح أن الجانب الأكبر من موضوعات المسرحيات الأمريكية في ذلك الوقت كانت تدور حول الحب (٦٠٪) وانتصار الخير (٣٦٪) أما المسرحيات الألمانية فكانت تدور حول البطولة (٦٤٪) وانتصار القوة (٣٣٪) .

والواقع أنه يمكن عن طريق مثل هذه الدراسات وامثالها تعيين الفروق الأساسية ليس فقط في اتجاهات الدعاية بل أيضاً في الطابع القومي للدول المختلفة .

٤ - المقارنة بين وسائل الاتصال المختلفة ومستويات الاتصال :

لا تجذب وسائل الاتصال المختلفة ومستويات الاتصال المتباينة جماهير مختلفة فحسب بل انها كثيرا ما تتناول الموضوعات الواحدة بطرق متعددة .

ويبين التحليل المقارن لمضمون الاتصال أوجه الاختلاف في معالجة المضمون الواحد بين وسيلة اتصال وأخرى ، فعلى سبيل المثال يمكن الكشف عن مدى الدقة والالتزام في نقل بعض القصص الأدبية الى أفلام عن طريق مقارنة التغييرات التي حدثت في ٢٤ قصة من روائع الأدب بعد تحويلها الى أفلام وذلك فيما يتعلق بالحوار والشخصيات ، والأحداث والمشاهد والتسلسل والخاتمة ومقدار الاهتمام بالعقدة الرئيسية في كل من القصة ككتاب وكفيلم .

٥ - فحص مضمون الاتصال في ضوء ما يستهدفه :

لكل نافذة من منافذ الاتصال أهدافها المعلنة أو الضمنية ، ومن مزايا تحليل المضمون التوصل الى وصف مدى تعبير المضمون المعين عن الأهداف التي يرمى اليها .

فمن الممكن مثلا عن طريق تحليل مضمون برامج التليفزيون التي يقدمها في فترة محددة ، ونسبة ما يقدم من كل فئة من فئات لبرامج الى المجموع الكلي لوقت الأرسال ، تبين مدى اتساق هذه لبرامج مع الأهداف الموضوعية أو عدم اتساقها وتحديد التغييرات المطروحة في ضوء ذلك .

٦ - إنشاء معايير وتطبيقها على مادة الاتصال :

يختص تحليل المضمون بوصف مضمون وسائل الاتصال ، أما اذا أريد تقييم هذا المضمون فان الأمر يتطلب وضع معيار أو معايير معينة للمقارنة .

ويستخدم تحليل المضمون عادة ثلاثة معايير لتقييم الاتصال على النحو التالي :

- (أ) تقييم الأداء طبقا لمعايير اجتماعية •
- (ب) تقييم الأداء بمقارنة جزء من المضمون بجزء آخر •
- (ج) تقييم الأداء بمقارنة المضمون بمعيار خارجي ليس من ذات المضمون :

وفي كل هذه الحالات يتطلب الأمر أن يضع المعايير شخص آخر غير المشرف على الاتصال تجنباً للتحيز •

ويتضمن الأساس الثانى للتقييم اقامة معايير داخلية ، أى من داخل المضمون ذاته ، يقارن فيه جزء من المضمون بجزء آخر •

فمثلا فى دراسة للسلوك الأخلاقى وغير الأخلاقى لصحف معينة ، قيمت اصحف على أساس معيار متوسط ، بين المسئولية الاجتماعية والنزعة الى الاثارة •

واستمدت المعايير من مقارنة نسبة مساحات عناوين الصفحة الأولى المخصصة لثلاثة موضوعات جادة هى (المشكلات الأجنبية ، اقتصاد الولايات المتحدة ، الوحدة القومية) بنسبة المساحات المخصصة لعناوين ثلاثة موضوعات متعلقة بالاثارة هى : (الجزى وراء المال ، الجنس ، المال والجنس) •

ويطرح المساحات المخصصة للموضوعات الأخيرة من الأولى أمكن الحصول على مقياس موحد لمعيار الجدية لكل صحيفة • وقد طبق هذا المقياس على أربعين صحيفة تم ترتيبها تنازليا • وقررن بينها على أساس أن هذا هو معيار تحديد « أحسن صحيفة » •

أما المنهج الثالث للتقييم فيقوم على أساس معيار من خارج المضمون • فمن قبيل ذلك مطابقة نسبة توزيع الشخصيات الروائية التى

تنتمي للأجناس المختلفة في القصص القصير الأمريكي المنشور في بعض المجلات الشهيرة على نسبة التوزيع الفعلي للأقليات الجنسية من واقع التعداد الرسمي العام (١) .

وثمة مقارنة أخرى مفيدة استخدمت في تقييم أداء الصحيفة وذلك عن طريق تحديد مدى ذكر الصحف البريطانية للوقائع الأساسية التي تتصل بحدث هام ، وقد انشأ المحللون قائمة رئيسية تتكون من ٣٣ واقعة تمثل ما حدث بالفعل وروجع على أساسها مضمون تلك الصحف . ومن للجدير بالذكر أن درجات تسع جرائد منها قد تراوحت بين ٥ ، ٢٣ ، ٣٠ .

ثانيا : دراسة خصائص المضمون من حيث الشكل

أو طريقة العرض

طبقت هذه الدراسة في مجالات مختلفة نورد طرفا منها ها على سبيل التوضيح ،

١ - الكشف عن أساليب الدعاية :

يمكن أن نعتبر عددا كبيرا من دراسات المضمون، بل معظمها ، تحليلات للدعاية : فدراسة ما تقدمه افتتاحية الصحيفة من اتجاهات يصح في حقيقة الأمر تحليلا للدعاية وتصبح فئاته « أساليب دعائية » وهذه الطريقة يمكن تقريبا اعتبار كل فئة مستخدمة في تحليل المضمون « أسلوبا للدعاية أو فئة في تحليل الدعاية » لأن كل فئة استخدمت تقريبا في وقت أو آخر في تحليلات لمواد قصد بها التأثير في الاتجاهات أو السلوك إزاء مسائل خلافية ، وهو ما تستهدفه الدعاية .

ومما يجدر ذكره أن أكثر أنواع الفئات استخداما في عدد كبير عن هذه

Berelson, B. & Salter, P. : Majority and Minority American (1)
«An Analysis of Magazine Fiction» Public Opinion
Quarterly Vol. X, 1946.

التحليلات هي فئة الموضوع ، فقد ثبت أن تحليل مادة الاتصال في ضوء فئات الموضوع أفضل من تحليله في ضوء ما يفترض من مقاصد وآثار •

ولقد أمكن عن طريق تحليل موضوعات الدعاية خلال الحرب العالمية الثانية تحديد أهداف الدعاية في أربع فئات رئيسية هي :

- (أ) إثارة الكراهية للعدو •
- (ب) دعم صداقة الحلفاء •
- (ج) المحافظة على صداقة المحايدين وضمان تعاونهم ان أمكن •
- (د) القضاء على الروح المعنوية للعدو •

على أن هذا العرض السريع لبعض الفئات التي استخدمت في « تحليل الدعاية » لا يمكن أن يلغى الخاصية التي ترتبط غالبا بكلمة الدعاية إلا وهي المضمون الانفعالي للمادة •

ولقد قامت فعلا بعض المحاولات لقياس قدرة مختلف أنواع الدعاية على إثارة الانفعالية • فمن ذلك الدراسة التي أجريت لحملة انتخابات الرئاسة الأمريكية عام ١٩٤٠ ، والتي كشفت عن أن المضمون العاطفي لمواد الجرائد في المعركة كان أشد من اللهجة العاطفية لمواد الراديو ، وأن اللهجة العاطفية للدعاية خلال الشهر الأخير للمعركة تضاعفت عما كانت عليه من قبل •

٢ - قياس الانقرائية ومدى الفهم :

مقياس جاذبية المواد المطبوعة للقراءة يعد أحد مقياسين رئيسيين لتحليل المضمون يستخدمهما رجال التربية في تحليل الكتب المدرسية عن طريق إثارة السؤالين الآتيين :

(أ) ما هي العوامل التي تميز المواد التي يسهل أو يصعب قراءتها أو فهمها ؟

(ب) ما هو الاختلاف في الأسلوب بين قصتين ؟

ولقد استخدم التربويون اجابة مثل هذه الأسئلة لاختيار وانتاج الكتب المناسبة لمختلف القدرات •

ويمكن ان نعد تطور مقاييس القابلية للقراءة مقياسا للتمايز اخترايد ، ففى البداية كان التركيز على « الكلمة » فقد قامت الدراسات الأولى للقابلية للقراءة على تحديد نسبة الكلمات « السهلة » الى « الصعبة » وذلك فى ضوء قائمة مقننة للكلمات •

وفى السنوات التالية أضيفت عناصر أخرى لبحثها مثل : طول الجملة ، الجملة البسيطة ، الجملة الناقصة التى لا تحتوى على فعل ، والجملة ذات الفعل والفاعل ... الخ •

٣ - الكشف عن طابع الأسلوب :

جذبت مشكلات الأسلوب الأدبى والخطابى الدارسين منذ وقت طويل ، وقد كتب الكثير من الكتب فى هذا الموضوع •

وتتارل الدارسون بالتحليل الكيفى أسئلة مثل : ما هو الطابع الشعرى للكلام ؟ كيف يختلف الأدباء فى الأسلوب الأدبى ؟ كيف تتغير الحيل الخطابية عبر الزمن ؟ متى كتبت أعمال معينة ؟ ومن كتبها ؟ الى غير ذلك من التساؤلات التى تخرج عن نطاق اهتماماتنا فى هذا لكتاب •

ثالثاً : دراسة خصائص منتجى المضمون

وتعد هذه الوظيفة أهم وظائف تحليل المضمون قاطبة وخاصة في مجال الدعاية ، وتستخدم عادة لتحقيق الأهداف المبينة فيما يلى :

١ - تحديد نوايا منتجى الاتصال وخصائصهم الأخرى :

يعتبر تحديد نوايا منتجى المضمون الهدف الرئيسى لتحليل المضمون • والمنطق الأساسى الذى يقوم عليه هذا الاستعمال هو : أن المضمون له كذا من الخصائص ، إذن فان منتجيه لديهم كذا وكذا من النوايا •

وتحليل المطابقة فى المضمون قد يؤيد الاستنتاجات المتعلقة بوحدة الهدف • ففى خلال الحرب العالمية الثانية أجريت تحليلات حكومية رسمية للكشف عن مدى تعاون وزارتى الدعاية الألمانية والايطالية فقيس الاتصال بين راديو برلين وراديو روما بعدة طرق - مثل مقدار الاهتمام ببعض الحوادث دون البعض الآخر ، والتوقيت العام ، ومعالجة الأنباء والتعليق عليها ، وتشابه موضوعات الدعاية • الخ •

وتعد الدراسة التى قام بها الدكتور سيد عويس للرسائل التى أرسلت الى ضريح الامام الشافعى بالبريد (القاهرة ١٩٦٥) من هذا النوع الذى يحاول أن يحدد فيه الباحث خصائص منتجى المضمون ، فقد حلل الباحث ١٦٣ خطابا تحليلا كيميا وكيفيا ، ثم انتهى الى تفسير الظاهرة واضعا فى الاعتبار مقومات ثقافتنا ، والعوامل التى أثرت فيها منذ حضارة الفراعنة حتى العصر الحاضر (١) •

على أن الاستنتاجات عن منتجى المضمون قد تكون غير صحيحة اذا أقيمت على أساس من تحليل المضمون فقط • ذلك أن تفسيرات الدافع تكبرن دائما صعبة • فقد يتفق جزء من المضمون مع أكثر من فرض عن خصائص أو نوايا منتجى المضمون • كما أن تداخل المفاهيم والشعارات

(١) سيد عويس : من ملامح المجتمع المصرى المعاصر : ظاهرة رسائل الامام الشافعى - المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية - القاهرة ١٩٦٥ .

السياسية في الدول النامية يجعل من محاولة تحديد النوايا أمرا مستحيلا في معظم الأحيان • •

٢ - تأمين المخابرات السياسية والحربية :

بذلت جهود جادة خلال الحرب العالمية الثانية للحصول على معلومات في شتى الميادين عن دراسة مضمون مادة الاتصال •

وقد استخدمت هذه الدراسات من الجانبين في محاولة استنباط إجابة تتصل بموضوعات سياسية أو حربية هامة مثل : ما هو رد فعل جمهور العدو لدعايتنا ، وما هي حالتهم المعنوية ، وما هي تدبيراتهم لوقفنا الحربى وما الذى سيقدمون على فعله مستقبلا ؟

وقد أشيعت مزاعم عن امكانيات هذه الوظيفة من وظائف تحليل المضمون • فمن ذلك ما يرويه بعض المحللين الذين كانوا يعملون بهيئة الاذاعة البريطانية من أنهم كانوا ينجحون في بعض التنبؤات عن الخطط الحربية الألمانية •

كما يتضمن سجل العمل الحكومى - بأمرىكا - خلال الحرب العالمية الثانية ، عددا من التنبؤات الناجحة للأعمال الحربية الكبيرة ، وربما كان أكثرها تمثيلا للتنبؤات البريطانية عن السلاح السرى الألمانى ، في وقت (١٩٤٣) كان يوجد فيه بعض الشك عما إذا كان لدى الألمان سلاح سرى وما هو هذا السلاح ، وقد قام المحللون البريطانيون بسلسلة من الاستدلالات الدقيقة ، لم يحددوا بها حيازة الألمان للسلاح فحسب بل حددوا نوعه بشكل عام وبعض التواريخ الحاسمة في تطوره واستخدامه •

وكانت أسس تحليلهم هي التعميمات التى انتهت اليها دراساتهم السابقة بأن « دعاية الألمان (في بلدهم) تصلل عن عمد الشعب الألمانى في مسائل تتصل بزيادة قوة ألمانيا » واستنتج الافتراض بأن « جوبلز » كان حريصا على عدم اعطاء وعد للجمهور الألمانى بالثأر (أو القصاص) ، قبل تاريخ تنفيذ الوعد بكثير « لكى لا يزيد الوهم الشعبى » •

وفي مناسبات أخرى ، استنتج المحللون استنتاجا صحيحا أن الألمان لم يخططوا للتحرك الى أسبانيا ، ومراكش الأسبانية في مارس ١٩٤٣ ، وإنما كانوا يخططون لهجوم كبير على الجبهة الروسية .

٣ - تحديد الحالة السيكولوجية للأشخاص والجماعات :

يعتمد في الحصول على الاستدلالات المتصلة بالحالة السيكولوجية للأفراد والجماعات على تحليل المواد الرمزية التي ينتجها هؤلاء الأشخاص .

ويتضمن هذا التحليل سجل الحالة الاجتماعية أو المقابلة العلاجية أو اختبارات أو أنواع الابداع الخيالي أو الخطابات أو المذكرات اليومية أو أى وثائق شخصية أخرى .

وقد زاد في السنوات الأخيرة تطبيق المناهج الكمية في تحليل الوثائق الشخصية وبناء على استعراض التراث في هذا المجال فان الدراسة التي تمكن من بناء شخصية أحد الأشخاص على أساس جمع الوثائق الشخصية تعد في غاية الأهمية إذ أنها توضح مفهوما جديدا لوظيفة الاحصاء : هي جمع الأحداث والسّمات في حدود شخص معين . وإذا تمت البداية المرجوة لهذا المنهج فانها ستمدنا بمعبر هام يصل بين وجهتي نظر الاحصائية والاكليبيكية .

ويستدل على سمات شخصية المفحوصين من استجاباتهم لمنبهات خاصة (بقعة حبر ، صورة ، جملة ناقصة) والتفات الشخص للشكل بدلا من اللون ، أو للكلمة بدلا من الأجزاء المتفرقة ، أو للقصاص العدوانية بدلا من السلمية . الخ مما يزود المحلل بالبيانات التي يميز على أساسها المفحوص من الناحية النفسية .

الفصل الرابع

خطوات تحليل المضمون

تحدد خطوات تحليل المضمون فيما يلي :

- أولا : تحديد المفاهيم والفروض العلمية
 - ثانيا : اختيار العينة
 - ثالثا : تحديد وحدات التحليل وفئاته
 - رابعا : قياس ثبات التحليل
 - خامسا : التحليل الاحصائي وتفسير النتائج
- وستحدث فيما يلي عن كل من هذه الخطوات بشيء من التفصيل :

أولا – تحديد المفاهيم والفروض العلمية

المفاهيم :

يعتبر تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية أمرا ضروريا ، فلا بد من تحديد المفاهيم التي تستخدم ، وكلما تم هذا التحديد بالدقة والوضوح كلما كان البحث أكثر دقة وتحديدا . والمفهوم هو الوسيلة الرمزية التي يستعين بها الانسان للتعبير عن المعاني والأفكار المختلفة بغية توصيلها للآخرين . وتعتبر المفاهيم دائما عن الصفات المجردة التي تشترك فيها الأشياء والوقائع والحوادث دون أن تعنى واقعة أو حادثة بعينها أو شيئا بذاته .

وهناك صعوبة في تحديد المفاهيم لأنه قد يكون لبعض المفاهيم أكثر من معنى ، أى أنها قد تستخدم في عبارات مختلفة بمعاني متعددة . وكذلك قد يتغير المعنى الذى يؤديه المفهوم بمرور الوقت نتيجة لتقدم

العلوم • ولتحديد المفاهيم العلمية لا بد من تحديد الخصائص البنائية والخصائص الوظيفية للمفهوم •
ونعنى بالخصائص البنائية للأشياء :

المواد التي تتكون منها هذه الأشياء وكذلك التغيرات التي تطرأ على خصائص هذه المواد •

أما الخصائص الوظيفية فنعنى بها : الوظيفة أو مجموعة الوظائف التي تؤديها هذه الأشياء •

وبذلك يمكن أن ينصب تعريف المفهوم على لجانب البنائي أو الجانب الوظيفي أو كليهما حسب مقتضيات البحث وأهدافه (١) •

الفروض :

الفرض هو « تعميم مبدئي نظل صحته وصلاحيته موضع اختبار » (٢) وتحليل المضمون يعتمد على الفروض التي تظهر في صورة قضايا هامة من واقع المشكلة محل البحث ، وقد تكون دراسة استطلاعية من خلال واقع المشكلة ، وقد تكون دراسة استطلاعية من خلال الملاحظة •

فقد يفترض أن الرسالة موجهة من وجهة نظر عدائية معينة ، ثم يختبر ذلك الفرض بتحليل المضمون ، واتجاه اختبار الفروض بتحليل المضمون تعتبر مرحلة متطورة في التحليل عن الأبحاث الوصفية البحتة ، لأن وضع الفروض يساعد على التنبأ على عكس الدراسة الوصفية التي تتفتى بوصف المادة فقط (٣) • وان كان البعض — مثل جاهودا — Jahoda يركز على

(١) د . عبد الباسط محمد : أصول البحث الاجتماعي — المرجع السابق — ص ١٥٧ — ص ١٦٩ •

(٢) Chutz, William : On Categorizing Qualitative Data In Content Analysis. p. 503. Public Opinion Quarterly, Winter 1958.

Budd, Richard : Op. cit., p. 869. (٣)

أهمية البحوث التي قد تجرى لاستنباط الفروض فقط كالبحوث الاستطلاعية
مثلا (١) .

ومن الملاحظ عند وضع الفروض أنه لا يمكن وضعها من فراغ
فلا بد أن تتضمن بالتالى المدركات النظرية التي تعطى دورا للاتصال
في تحليل النظم السياسى والتغير الاجتماعى ، خاصة وأن المضمون فى مادة
الاتصال هو انعكاس للتنظيم الاجتماعى السائد والنظام القيمى للمجتمع
أو للجماعات المختلفة (٢) .

ثانيا - اختيار العينة

العينة فى تحليل المضمون أكثر دقة وتعقيدا ذلك لأن منهج العينة فى
مواد الاتصال ما زال متخلفا . فالعينة يجب أن تكون ممثلة لكل من
حيث الخصائص والوحدات . ففى حالة الصحف - مثلا - لا يكفى احصاء
الصحف اتى تصدر فى جهة ما واختيار عينة عشوائية من بين تلك
الصحف ، ذلك لأن الصحف تختلف فيما بينها من ناحية درجة توزيعها
وانتشارها وتمثيلها للمناطق الجغرافية المختلفة وتعبيرها عن اتجاهات
فئات أو احزاب سياسية معينة . وللتغلب على تلك المشكلة تقسم الجرائد
تبعاً لتوزيعها ، ولكن من وجهة نظر تحليل المضمون لا يمكن القول عن
يقين تام أن العينة - بهذا الشكل تكون - ممثلة تمثيلا صادقا لمادة
البحث . وبصفة عامة يجب أن نلاحظ أموراً ثلاثة عند اختيار عينة تحليل
المضمون من مواد الاتصال هى :

(أ) يراعى فى اختيار العينة تمثيل كل فئة من فئات العينة بنسبة
وجودها فى المجتمع .

Jahoda, M., : Research Methods In Social Relations. (١)
p. 330-335. New York, 1951.

Dexter, L. & Others : Op. cit., p. 485-487. (٢)

(ب) عند اختيار عينة نأخذ في اعتبارنا الجرائد ذات التوزيع المرتفع .

(ج) في حالة مقارنة صحف دولتين أجنبيتين يمكن اختيار الجريدة الرسمية في كل .

وإذا ما انتهينا من الخطوة الأولى يلي ذلك الخطوة الثانية وهي :
اختيار العينة الزمنية : إذ ينبغي تحديد الفترة التي تشملها الدراسة .
وتختلف الفترة الزمنية من بحث إلى آخر حسب طبيعة المشكلة والهدف من الدراسة .

أما الخطوة الثالثة فتتمثل في تحديد وحدة التحليل : هل سيعتمد التحليل على المقالة ، أو على العناوين الرئيسية ، أو المقالة الافتتاحية .
يتضح مما تقدم أن اختيار العينة في تحليل المضمون يعتمد على ثلاث مراحل :

- ١ - اختيار العينة من المصدر مع مراعاة نسبة توزيعه أو نشرها .
(أى جريدة أو أى محطة اذاعية أو أى فيلم) .
- ٢ - تحديد عينة زمنية أى فترة زمنية ستغطيها العينة .

٣ - تحديد عينة من الوحدات بمعنى تحديد أى جزء من مواد الاتصال سيجرى عليه التحليل - وهذا يرجع للاختيار الفردي للباحث : هل هي العناوين الرئيسية ، أم المقالة الافتتاحية ، أو أى جانب آخر يعتبر أصح للتعبير عن سياسة الجريدة .

وللتخلص من العناصر الذاتية والتحيز يمكن اتباع أحد الطريقتين التاليين :

- ١ - يمكن دراسة أكثر من وحدة مثل تحليل العناوين الرئيسية ومضمون المقالات الافتتاحية معا .

- ٢ - تقسيم الجريدة تعسفيا حسب السطور أو المساحة (١) •

ثالثا - تحديد وحدات التحليل وفئاته (٢)

يقتضى تحليل المضمون وضع عناصر المضمون في صور عددية ، كما يقتضى عد الجوانب ذات الدلالة في المضمون استخدام تقسيمات فرعية ثابتة تستخدم كأساس لذلك •

(أ) وحدات تحليل المضمون

في تراث تحليل المضمون خمس وحدات أساسية لتحليل الرموز اللفظية هي : الكلمات ، والموضوعات ، والشخصيات ، والمفردات ، ومقاييس المساحة والزمن •

ونتحدث عن كل وحدة من هذه الوحدات فيما يلي :

١ - وحدة الكلمة :

الكلمة أصغر وحدة من الوحدات المستخدمة في تحليل المضمون • وهذه الوحدة (والتي تتضمن الكلمة ومكوناتها كالجمل) مرادفة لما يطلق عليه لازويل (الرمز) أو « وحدة الرمز » ومرادفه أيضا لما يطلق عليه ليتس وبول « المصطلح » ويترتب على استخدام الكلمة كوحدة في تحليل المضمون حصول الباحث على قوائم يسجل فيها تكرارات ورود كلمات أو فئات مختارة من المادة موضع التحليل •

وتظهر صعوبة استخدام الكلمة في حالة الكشف عن بعض المفاهيم المجردة التي استقرت في مجتمع ما كالحرية والديمقراطية والعدالة (٣) •

Jahoda, M. : Op. cit., p. 330-335.

(١)

(٢) لمزيد من التفصلات راجع :

جمال زكي والسيد يس - أسس البحث الاجتماعي - دار الفكر العربي ١٩٦٢ - من ص ٢٧٨ إلى ص ٢٨٩ •

Lasswell, H. : An Experimental Comparison of Four (٣)

Ways of Coding Editorial Content Public Opinion Quarterly.

Dec. 1942. p. 362-370.

٢ - وحدة الموضوع :

الموضوع هو وحدة التحليل الثانية من بين الوحدات الكبرى لتحليل المضمون • والموضوع - في صورته المختصرة - عبارة عن جملة بسيطة ، مثلا فعل وفاعل ومفعول • وبمعنى آخر فالموضوع عبارة عن فقرة تدور حول مسألة معينة •

والموضوع من أهم وحدات تحليل المضمون وأصعبها في الوعث نفسه لأنه يكتشف عن الآراء والاتجاهات الرئيسية في مادة الاتصال •

وتختلف طبيعة الموضوعات - بطبيعة الحال - حسب نوع المادة ، وقد استخدم الموضوع كوحدة التحليل في المسائل السياسية وغير السياسية • ومن أمثلة الأولى موضوع مثل « إن انجلترا لم تشترك في الحرب بنفسها ، ولكنها دفعت بحلفائها ليحاربوا من أجلها » ؛ ومن الأمثلة على الموضوعات غير السياسية موضوع مثل « ان الرشوة تسود المجتمع الأمريكي » •

وتبدو صعوبة الموضوع كوحدة من وحدات التحليل اذا نظرنا الى الجهود الذي يتطلبه من الباحث في قراءة كافة المقالات مثلا لمعرفة الأفكار الرئيسية التي تدور حولها كل مقالة •

٣ - وحدة الشخصية :

تستخدم الشخصية الخيالية أو التاريخية كوحدة في تحليل القصص والدراما وفصول التراجم والسير ، وتقدم القصة في مجموعها أساسا صالحا للتصنيف الدقيق ، غير أنه ينبغي أن تقرأ القصة كلها قبل أن يتخذ أى قرار يتعلق بالتحليل ، ويذكر بيريلسون أمثلة عديدة لتحليل الأدب الروائي ، والأفلام السينمائية ، ولذاغات الراديو ومقالات التراجم والسير •

وقد يبدو هناك تشابه بين وحدة الشخصية ووحدة الكلمة في حالة الأشخاص ، ولكن وحدة الكلمة عندما تهتم بشخص معين فانهم تهتم به

لأنه يعبر عن فكرة أو اتجاه ، بينما تهتم وحدة الشخصية بتحليل الشخصية وتطورها في عمل أدبي أو في التراجم والسير .

٤ - وحدة المفردة :

المفردة هي الوحدة التي يثبغ استعمالها في تحليل المضمون ، ويقصد بها الوحدة الطبيعية التي يستخدمها منتج مادة الاتصال . وتختلف المفردة باختلاف وسيلة الاتصال ، فقد تكون كتابا ، أو مقالة أو قصة ، أو حديثا ، أو برنامجا اذاعيا أو خطابا وتستخدم المفردة كوحدة للتحليل إذا كانت هناك عدة مفردات ، وكانت الاختلافات داخل كل مفردة طفيفة أو غير ذات دلالة ، وهكذا يمكن - مثلا - تصنيف القصص حسب موضوعاتها الى سياسية واجتماعية واقتصادية ، ويوليسية . . . الخ ولكن إذا احتوت كل مفردة على فئات عديدة فلا يصلح استخدام المفردة كوحدة للتحليل .

٥ - وحدة مقاييس المساحة والزمن :

تتمثل هذه المقاييس في تقسيم المضمون تقسيمات مادية مثل عدد السطور ، أو الصفحات (بالنسبة للمواد المقروءة) أو عدد الدقائق (بالنسبة للمواد المسموعة) ، أو وحدات الطول (في الأفلام السينمائية) .

(ب) فئات تحليل المضمون (١)

يتوقع نجاح أو فشل تحليل المضمون على الفئات التي يستعملها الباحث . وقد نجحت دراسات معينة في تحقيق أهدافها الى حد بعيد ، لأنها صطنعت فئات للتحليل واضحة الحدود ، الى جانب أنها كيفتها مع مشكلة البحث ومع طبيعة المضمون .

(١) جمال زكى والسيد يس : أسس البحث الاجتماعى ص ٣٧٦ - ٣٩١ .
وقد اقتبسنا من هذا المرجع فى أكثر من موضع ولذلك لزم التسويه .

وينبغي — منذ البداية — التفرقة بين المادة والشكل • إذ يثار عادة بالنسبة للمادة سؤال ماذا كتب أو قيل؟ وبالنسبة للشكل سؤال: كيف كتب أو قيل؟ وبالرغم من أن الحدود بين هذين النوعين من الفئات: « ماذا قيل » « وكيف قيل » ليست دقيقة تماما، إلا أنه من المقيد إتباعها في استعراض الفئات التي تستخدم في تحليل المضمون (١):

أولا — فئات موضوع الاتصال (ماذا قيل):

هناك عدة فئات تندرج تحت (ماذا قيل) في مادة الاتصال • وسنشير لأهمها فيما يلي إشارة سريعة •

١ — فئة موضوع الاتصال:

لعل هذه الفئة أكثر الفئات عمومية في دراسات تحليل لمضمون، وهي تجيب على السؤال المبدئي: علام تدور مادة الاتصال؟ وهذا هو السؤال الأساسي الذي يثيره الباحث وهو بصدد عملية التحليل وذلك لتحديد الفئات الرئيسية والفرعية التي يتضمنها الموضوع ومدى الأهمية التي توليها مادة الاتصال لكل فئة من الفئات •

٢ — فئة اتجاه مضمون الاتصال:

من الضروري بعد تحديد الموضوعات التي تدور حولها مادة الاتصال الكشف عن اتجاه محتوى هذا الاتصال • هل اتجاه مؤيد أو محايد أو هل هو اتجاه سلبي أو ايجابي • فمضمون مادة الاتصال يكون ايجابيا عندما يعرض للموضوع بصورة مؤيدة ويتجنب النواحي السلبية مع التركيز على المستقبل المثرق، والعكس صحيح بطبيعة الحال (٢) •

Lasswell, Harold : The World Attention Survey. Public Opinion Quarterly. Vol. V. 1941. p. 457-462. (١)

Malloran, J., D., Elliot, P. & Murdock, G. : «Demonstrations And Communication» Penguin Books, 1970. p. 92. (٢)

وينبغي وضع تعريف واضح للمقصود بلفظ مؤيد ، وغير المؤيد والمحايد ، حتى لا يصبح البحث منحازا .

وهذه نماذج للموضوعات والمعايير المؤيدة وغير المؤيدة والمحايدة :

موضوعات مؤيدة :

الموضوعات التي تعكس التضامن الاجتماعي والتعاون والاستقرار الاقتصادي والسياسي ، والتعاون الدولي والسياسي والاقتصادي والاجتماعي .

أما فيما يتعلق بالشئون الداخلية للدولة مثلا فتبرز المعايير التي تصف دولة ما بأنها تقدمية ، ومحبة للسلام ، وتمارس القيادة بصورة ديمقراطية الخ .

موضوعات غير مؤيدة :

ومن قبيل ذلك الموضوعات التي تعرض لانعدام النظام وعدم الاستقرار الاقتصادي أو السياسي أو الاجتماعي والضعف والتفكك وعدم الانضباط .

موضوعات محايدة :

وهي الموضوعات التي لا تندرج تحت وصف المؤيد أو غير المؤيد .

ولقد استخدم « بود » في دراسة تحليلية نه عام ١٩٦٠ أربعة تقسيمات بدلا من ثلاثة على النحو التالي :

مؤيد — غير مؤيد — محايد — لا رأى له ، وذلك على أساس أن المحايد يعرض معلومات متوازنة عن الطرفين قد تكون مؤيدة أو معارضة ولكنها تعرض لوجهتي النظر ، بينما من لا رأى له لا يهتم بالموضوع أساسا (١) .

٣ - فئة المعايير التي تطبق على مضمون الاتصال :

تكشف هذه الفئة عن الأسس التي يقوم عليها تصنيف مضمون الاتصال الى اتجاهات محددة : معرضة أو مؤيدة أو محايدة • وعادة ما يلجأ الباحث الى وضع مقياس كمي يستطيع بتطبيقه على المضمون أن يصنفه بحسب الاتجاهات المختلفة •

٤ - فئة طرق تحقيق الغايات :

وقد استخدمت هذه الفئة لتحليل المواد السياسية للكشف عن الطرق المختلفة التي تتبع لتحقيق الغايات مثل العنف ، والمفاوضة ولحرب الباردة • • • الخ • ويمكن تطبيق هذه الفئة على المواد غير السياسية أيضا • إذ يستطيع الباحث - عن طريقها - أن يكشف عن الطرق متعددة المختلفة التي يصطنعها الناس للوصول الى أهدافهم •

٥ - فئة المرجع أو المصدر :

ويقصد بها تحديد الشخص أو الجماعة التي تساق التعبيرات على لسانها • وتظهر فائدة تطبيق هذه الفئة من فئات تحليل المضمون ، في تحليل الموضوعات الخلافية التي يثور بشأنها الجدل والتي يتعصب كل فريق فيها لرأيه ، أو يدافع فيها عن أيديولوجية معينة • إذ نجد كل فريق حين يكتب مثلا معبرا عن رأيه يستشهد بمراجع - تأييدا لوجهة نظره - غالبا ما تكون مراجع من لون معين •

وهكذا يستطيع الباحث بتطبيق فئة المرجع من فئات تحليل مضمون أن يكشف عن مدى موضوعية منتج مادة الاتصال ، وكذلك عن طبيعته المراجع التي يرجع اليها •

ويسوق بيريلسون كمثال لتطبيق هذه الفئة دراسة غير منشورة جرت لتحليل الاذاعة الألمانية في خلال السنوات الأولى من الحرب العالمية

الثانية ، وكشفت عن مدى تكرار ذكر المصادر الأمبركية — مثل الأشخاص ، والجرائد ، ومحطات الاذاعة ، والجماعات — بطريقة ودية ، للكشف عن هؤلاء الذين يعتبرهم الألمان متفقين معهم في للرأى ووجهات النظر .

٦ — فئة المكان (الذى تصدر منه مادة الاتصال) :

استخدمت هذه الفئة فى دراسات قليلة لتحديد الذى المكان الذى تصدر منه مادة الاتصال . ففى بحوث عن مضمون الجرائد والمجلات مثلا ، من المهم تحديد المكان الذى تصدر منه الصحيفة أو المجلة . بمعنى هل هى صحيفة اقليمية ، ومن أى اقليم تصدر ؟ فى العاصمة ؟ أو فى مدينة من المدن الكبرى ؟

ان تحديد هذه الأمكنة التى تصدر منها مادة الاتصال له فائدة كبرى فى تحليل البيانات وتفسيرها .

٧ — فئة المخاطبين

تستخدم هذه الفئة من فئات تحليل المضمون للكشف عن الجماعة أو الجماعات التى توجه لها مادة الاتصال خصيصا . وهى تفيد فى تحديد أى الجماعات من الجمهور العام يراد التركيز على مخاطبتها .

ثانيا — فئات شكل الاتصال (كيف قيل) :

تعنى فئات « كيف قيل » أساسا بالشكل ، أى بالقوالب التى أفرغت فيها ملادة الاتصال ، وفيما يلى عرضا لأهمها :

١ — فئة شكل أو نوع الاتصال :

وتقوم هذه الفئة على أوجه التفرقة المعتادة بين الأشكال المختلفة . فمثلا فى تحليل مضمون الاذاعات يفرق بين الموسيقى الكلاسيكية ، والدراما ، والأخبار ، والأحاديث . . الخ ، وكذلك يميز بين

الاذاعات حسب اللغة التي تذاغ بها ، وقد يبدو أن هذه العنة كبيرة نوعا ما ، ولكنها - في الواقع - أساسية وتصلح كإطار لعدد من التقسيمات الفرعية الداخلية .

وان كان لا يوجد أحيانا اتفاق عام بشأن فئات الشكل كما هو الحال فعلا بالنسبة للدراسات العديدة التي أجريت على الصحف . ففي حين يقسم أرمسترونج مضمون الجريدة الى : اعلان ، أخبار ، قصص خبرية ، افتتاحية ، يقسمه « لابيير » الى : مقال ، أخبار المجتمع والنوادي ، الأخبار ، الماكريات ، الرياضة ، الافتتاحية ، رسائل الى المحرر ، الشائسة والاذاعة ، الكوميديا ، الاعلان ، الموالييد والوفيات (١) .

٢ - فئة شدة التعبير (الانفعالية) :

تستخدم هذه الفئة لقياس مدى الانفعال الذي يظهر في مضمون الاتصال ، وأهمية هذه الفئة أن الانفعالية ، التي تسود المضمون غالبا ما يكون لها تأثير على القراء أو المستمعين أو المشاهدين . فبالنسبة لفئة اتجاه محتوى الاتصال التي قد تكون مؤيدة أو غير مؤيدة أو محايدة ، تعطى درجات لمدى التأييد أو المعارضة . على أن هناك صعوبات دلغة في تحديد تلك الدرجات لأنها تعتمد على التقدير الذاتي للباحث .

فبعد أن يتم اختيار وحدات وفئات التحليل تظهر مشكلة الوزن الذي يعطيه الباحث لكل وحدة أو فئة عند تحويل المادة في وسيلة الاتصال الى صورة رقمية ، إذ يعتمد في هذا على التقدير الذاتي للباحث . وان كان يحدث أحيانا أن تترك عملية تحديد الوزن المناسب لكل فئة الى مجموعة من المحكمين بدلا من انفراد الباحث بالتحديد . فمثلا ما هو الوزن الذي يعطى للصورة أو العناوين ذات الأحكام المختلفة ؟ وهل يعطى للمقالة الافتتاحية نفس الوزن الذي للمقالة في الصفحة الخامسة أو الثامنة الخ ،

الواقع أن الوصول الى رأى فى هذه الأمور يكون دائما ذا صيغة تحكمية حتى مع وجود المحكمين (١) ، ذلك ان تحليل المضمون يستخدم الكم لقياس مفاهيم معينة بغرض وصفها كفيها وتحليلها علما بأن القياس يتم بتصنيف مادة الاتصال فى ضوء فئات ووحدات للتحليل تختلف تبعا لطبيعة مدة الاتصال وتبعها لطبيعة كل بحث • مباحث يصنف مادة الاتصال الكلية الى وحدات منفصلة جزئية ويحسب مدى تكرارها فى ضوء الاتجاه لسائد سواء كان بالمعارضة أو التأييد أو الحياد • ومن الضروري تعريف الوحدات والفئات بصورة موضوعية وشاملة ثم حساب تكرار الوحدات والفئات فى مضمون مادة الاتصال حتى يمكن الوصول الى تصوير رقمى للمادة • وفى بعض الأحيان تعطى درجات وأوزان متساوية للفئات المختلفة وفى أحيان أخرى تعطى الفئات نسب غير متساوية وذلك حسب مدى عمق الاتجاه أو نتيجة لرأى المحكمين أو تبعه لمدى التأثير على الجمهور • ولا جدال فى أن القياس هو أهم خطوات تحليل المضمون ، خاصة اذا توفر فيه الثبات والصدق •

٣ - فئة الشكل الذى يتخذه الموضوع :

تستخدم هذه الفئة للكشف عن شكل العبارات التى ترد فى المضمون وهل هى تعبير عن حقائق . أو عن أمانى يتمنى منتج المادة أو تتحقق •

٤ - فئة الوسيلة :

يقصد بهذه الفئة الوسيلة التى تتبعها المضمون مثل التعميم أو الاستشهاد بمصادر كثيرة متنوعة لاقتناع القارئ أو السامع بمدى ثراء المادة أو تزوير أقوال أو عبارات على ألسنة أشخاص معروفين ، أو التسجيل الخاطيء للمراجع ، أو العرض الموضوعى المترن ... كل هذه صور للوسائل التى ينتهجها منتج مادة الاتصال •

رابعاً - قياس ثبات التحليل

ينبغي أن يكون تحليل المضمون موضوعياً ، وهذا المطلب يثـ مباشرة مشكلة الثبات •

وللثبات هنا شرطان :

(أ) الاتساق بين المحللين المختلفين بمعنى أن يحصلوا على نفس النتائج اذا طبقوا نفس الفئات على نفس المضمون •

(ب) الاتساق عبر الزمن : بمعنى أنه ينبغي أن يحصل لمحلل أو مجموعة المحللين على نفس النتائج اذا طبقوا نفس الفئات على نفس المضمون على فترات متباعدة •

ويتوقف قبول تحليل المضمون كرسيلة من وسائل البحث العلمي على تحقيق هذين المطلبين •

وقد استعرض برلسون نتائج الدراسات المنهجية التي أجريت على ثبات تحليل المضمون ، وقرر أنه بالرغم من ارتفاع نسبة الثبات في بعض الدراسات القليلة ، إلا أنه لا يمكن القول ان مشكلة الثبات في ميدان تحليل المضمون قد حلت • وهو يرى أنه يمكن ضمان نسبة مرتفعة نسبياً من الثبات اذا ما توفرت الشروط الآتية :

- ١ - كلما كانت وحدات وفئات التحليل أكثر بساطة وسهولة •
- ٢ - كلما زادت خبرة المرزوين وأحسن تدريبيهم •
- ٣ - كلما كانت قواعد الترميز دقيقة وشاملة •
- ٤ - كلما استخدمت أكثر من فئة ووحدة للتحليل ومقارنة النتائج (١) •

(١) Blom, Leonard & Peace, Shirely : «Political and National Interest, A Study In Content Analysis». p. 5-20. Public Opinion Quarterly. Spring 1955.

ولقد اهتم هارولد لازويل في كتابه « لغة السياسة » بمشكلة الثبات فنصح بالتركيز على الجانب الكمي في التحليل أكثر من الجانب الكيفي وبأن تستخدم المعلومات الوصفية لوضع الافتراضات التي يجب أن توضح بأقصى درجة من التفصيل ، مع مراعاة اختيار وحدات وفئات تحليل بسيطة وسهلة تعرض على مجموعة من المحكمين لحساب نسبة الاتفاق بينهم ، ويراعى أن تكون التعليمات مكتوبة حتى لا يكون هناك اتصال مباشر بين الباحث والحكام أو بين الحكام بعضهم البعض الآخر على أن يتراوح عدد الحكام بين ثلاثة وخمسة ضمنا لنسبة مرتفعة نسبيا من الثبات (١) .

خامسا - التحليل الاحصائي وتفسير النتائج

يساعد التحليل الاحصائي على شرح ما تم ملاحظته وقياسه وما يهدف اليه الباحث بدراسته لمضمون مادة الاتصال : فقد يرغب في معرفة أى العوامل التي تؤثر في الاتصال أو العلاقات الارتباطية بين المتغيرات ، وهناك العديد من الاختبارات للتحليل الاحصائي مثل اختبار الدلالة بين الفروق ، Test of Differences والارتباط Correlation ومعامل الارتباط المتعدد Contingency Analysis وكذلك تحليل الاتفاق Multiple Correlation والتحليل العائلي Factor Analysis .

والتحليل الاحصائي لا يمكن أن يكون هدفا في حد ذاته ، فبدون افتراضات سليمة وفئات للتحليل غير معقدة يصبح التحليل الاحصائي قليل لفائدة . وكذلك الحال بالنسبة لتفسير النتائج ، فمع أن تحليل المضمون يهدف أساسا الى الوصف الدقيق للمضمون باستعمال مصطلحات ذات دلالة بالنسبة لمشكلة محل البحث ، إلا أن بعض الدراسات وصلت لتفسيرات وتأويلات تتجاوز نطاق المضمون ذاته .

والسبب في ذلك يعود الى أحد أمرين (٢) :

Chutz. W. : Op. cit., p. 503-515.

(١)

Budd. R. : Op. cit. p. 74 - 89.

(٢)

(أ) إذا ما طبقت الدراسة أساليب التحليل على المضمون بطريقة خاطئة فستخرج التفسيرات في هذه الحالة خاطئة أيضا لأن الخطأ يولد الخطأ •

(ب) إذا ما طبقت الدراسة أساليب التفسيرات بطريقة خاطئة على المضمون الذي تم تحليله بطريقة صحيحة وسليمة • على أن هناك من الدراسات التي لا تهتم بمسألة الاستنتاج والتفسير لأنها تحصر أهدافها في مجرد الوصف الدقيق للمضمون •

أما الدراسات التي تهتم بمسألة التفسير فعادة ما تعتمد في عرض نتائجها على أربعة أنواع من العلاقات :

١ - مقارنة الاتجاهات :

وذلك باختيار فترتين زمنيتين متميزتين والمقارنة بينهما على أساس النتائج التي وصل لها البحث من تحليل المضمون • وقد يكتفى الباحث باختيار فترة زمنية طويلة نسبيا للمقارنة بين بدايتها ونهايتها ، أو قد يختار فترتين زمنيتين غير متساويتين في الطول لاعتبارات يقدره هو •

٢ - المقارنة بين أجزاء داخلية من المضمون :

وهناك دراسات تبني نتائجها الرئيسية على العلاقات بين سمتين أو أكثر أو جزأين أو أكثر من السمات أو الأجزاء التي يحتملها المضمون نفسه •

٣ - المقارنة بين أنواع مختلفة من المضمون :

كالمقارنة بين الأدب الروائي الايطالى والأدب الروائى المصرى بالنسبة لمعالجة مشكلة ما •

٤ - مقارنة المضمون بالنسبة لمعيار معين :

ويتم ذلك إذا ما كانت هناك معايير معينة لقياس المضمون في ضوءها كالتأييد أو المعارضة أو الحياد مثلا •

الفصل الخامس

أساليب الكشف عن الدعاية

في المضمون الاعلامي

ان تحليل أساليب الدعاية شيء ، وتحليل وجود دعاية شيء آخر • وقد استخدم هذا التطبيق الأخير لتحليل المضمون في الولايات المتحدة الأمريكية في بحوث عن المنظمات التي يظن أنها موالية للعدو وعن منشورات هذه المنظمات ، وذلك بمعونة سلسلة من الاختبارات التي وضعها الباحث المعروف هارولد لازويل • والأجراء هنا بسيط ، وهو في الواقع عبارة عن مقارنة المضمون محل الدراسة مع مضمون آخر معروف بموقفه العدائي الصريح أو في بعض الحالات مقارنته بمعايير صريحة تستخدم للكشف عن وجود دعاية • ولقد استعانت المحاكم الأمريكية سواء أثناء الحرب العالمية الثانية أو الحرب الباردة التي تلتها بالكثير من هذه الدراسات في اصدارها لعدد من أحكام الادانة أو البراءة بالنسبة لعدد كبير من الصحف ومحطات الاذاعة في ضوء النتائج التي تم التوصل اليها بعد التحليل الكمي للمواد المنشورة أو المذاعة •

وسوف نعرض في هذا الفصل لاختبارات لازويل السالفة الذكر التي كانت عضدا للمحاكم الأمريكية في اصدار أحكامها •

وقد حدد لازويل هذه الاختبارات على النحو التالي :

١ - اختبار المجاهرة : بمعنى اعلان الانحياز الصريح مع أحد جانبي النزاع •

٢ - اختبار المطابقة : وتستهدف مقارنة احدى قنوات الاتصال

بمضمون قناة معروفة من قنوات الدعاية المعادية من حيث تطابق الموضوعات .

٣ - اختبار الاتساق : ويستهدف تبين مدى اتساق مجرى الاتصال مع أهداف الدعاية المعادية .

٤ - اختبار العرض : ويستهدف تبين مدى التوازن في عرض أوجه الموضوع المثار تأييدا أو معارضة .

٥ - اختبار المصدر : ويستهدف كشف مدى الاعتماد على طرف معين من أطراف النزاع كمصدر للمادة الاعلامية .

٦ - اختبار المصدر الخفى : ويستهدف الكشف عن الاعتماد على أحد أطراف الخلاف كمصدر دون الاعلان عنه .

٧ - اختبار التمييز : ويستهدف الكشف عن مدى استخدام قناة الاتصال للغة أو مصطلحات خاصة بأحد طرفي النزاع (١) .

٨ - اختبار التشويه : ويستهدف الكشف عن مدى الالتجاء الى تعديل بعض العبارات أو كلها لمصالح اتجاه معين يؤيده أحد اطراف النزاع .

وسنتناول فيما يلي كل اختبار من هذه الاختبارات بلتحديث مع نماذج من تطبيقاته العملية * وينبغي أن نوضح هنا أن معظم هذه النماذج التطبيقية مأخوذة عن الولايات المتحدة الأمريكية .

١ - اختبار المجاهرة

يعتبر اختبار المجاهرة أسهل طرق التعرف على الدعاية ، حيث تعلن الوسيلة الاعلامية صراحة أنها تتحدث باسم أحد أطراف النزاع .

وقد استخدم هذا الاختبار ضمن الاختبارات الأخرى التي استخدمت

Lasswell, Harold : Language of Politics Op. cit., p. (1)

في القضية الخاصة بدار النشر الأمريكية المعروفة باسم بوكينجا التي كانت توزع جريدة « أنباء موسكو » وهي جريدة سوفيتية تصدر من موسكو باللغة الانجليزية .

٢ - اختبار المطابقة

وقد استخدم هذا الاختبار بالنسبة لمضمون الدوريات في قضية دار نشر بيللي لمعرفة مدى تطابق مضمون المادة محل ادراسة مع مضمون الدعاية المعادية التي صيغت في أربع عشرة موضوعا مثل الولايات المتحدة فاسدة داخليا - عدم وجود عدالة اقتصادية وسياسية ، استغلال وتعذيب الزنوج والشيوعيين . . . الخ وبمقارنتها بتحليل العبارات الواردة في المجالات والدوريات التي تصدرها دار النشر السالفة الذكر ، تقرر ادانتها اعتمادا على الاحصائية التالية :

موضوعات الدعاية	عدد العبارات المطابقة	
	عدد العبارات غير المطابقة	لدعاية العدو
الولايات المتحدة فاسدة داخليا	٢٦	٢٧٩
سياسة أمريكا الخارجية لا وجود لها	٥	٣٩
رئيس أمريكا يستوجب اللوم	٥	٧

٣ - اختبار الاتساق

ففي قضية دار النشر المعروفة باسم ألوهاجن ، حلت مجموعة قليلة من اعداد المجلة التي تصدرها باسم « تحدى اليوم » في الفترة من يولية ١٩٣٩ الى سبتمبر ١٩٣٩ وكان هدف الدراسة تحديد مدى الاتساق في موضوعاتها مع أهداف الدعاية النازية المعنونة والتي تتمثل في النقاط

الأربع التالية :-

- ١ - توضيح ما يقترفه الأعداء ضد ألمانيا وتأكيد تمسك ألمانيا بالسلام •
- ٢ - كشف كذب الدعاية الموجهة لألمانيا وصدق الدعاية الألمانية •
- ٣ - كشف ضعف الأعداء وعدم تمسكهم بالمثُل الأخلاقية •
- ٤ - إيضاح خطر اليهود للعالم •

وبدراسة مدى التطابق بين مضمون مجلة تحدى اليوم والأهداف الدعائية النازية تبين ان أهداف مجلة تحدى اليوم تتسق مع أهداف الدعاية الألمانية بنسبة ٤٥ ٪ ، وزيادة في التأكيد طبق الاختبار نفسه على مجلة ريدرز ديجست فتبين تناسقها مع دعاية العدو بنسبة ٢٤٣ ٪ فقط •

٤ - اختبار العرض

يستهدف هذا الاختبار ، ايضاح درجة عرض المجلة في الجريدة لمشكلة ما بصورة متوازنة أو غير متوازنة ، بمعنى مدى عرضها لكافة وجهات النظر على قدم المساواة • فالمعالجة غير المتوازنة تعتبر مؤثرا لوجود دعاية سياسية عن طريق استخدام الكلمات أو الصور كوسيلة للتأثير على الاتجاهات في الموضوعات ذات الأهمية • ولقد تم تحليل عينات من مجلتى أنباء موسكو والأدب الدولي السوفيتيين لمعرفة مدى معالجتها لموضوعات كالفلسفة الماركسية ونجاح وفشل الاتحاد السوفيتي بأسلوب محايد أو متميز فصنفت محتويات المجلتين تبعا للموضوعات الموائمة من وجهة النظر الأمريكية ومدى الحجم الذى تخصصه لهذه الموضوعات •

وقد تبين أن المجلتين قد خصصتا حيزا كبيرا منهما للكلام عن الاتحاد السوفيتي بصورة موائمة له ، فلتد كان الموضوعان الرئيسيان الذان تكرر أكثر من غيرهما يؤكدان على أن الاتحاد السوفيتي ناجح وآء الفلسفة الماركسية صحيحة •

أما الموضوعات الفرعية التي حظت بالاهتمام والتأكيد فقد دارت على النحو التالي :

- ١ — استمرار الاقتصاد السوفييتي في تقدمه وتأكيد تفوقه على الاقتصاد الأمريكي خلال سنوات قليلة واحتلاله المكانة الأولى العالم .
- ٢ — انتهاء كافة أشكال الاستغلال من الاتحاد السوفييتي .
- ٣ — الرأسمالية تستغل البشر .
- ٤ — الديمقراطية الرأسمالية للطبقة البرجوازية فقط .
- ٥ — العنف الثوري له ما يبرره .
- ٦ — حتمية انهيار النظام الرأسمالي .
- ٧ — النظرة العلمية مرتبطة بدراسة الماركسية .

ولقد طبق اختبار العرض في قضية أخرى مشهورة في الولايات المتحدة خلال الحرب العالمية الثانية هي قضية وكالة أنباء عبر المحيط . . . وجرى الاختبار على أساس حصر تكرار الموضوعات المالية والمعادية لكل من ألمانيا وأمريكا في الأنباء التي تزيعها الوكالة المذكورة .

وقد حددت فئات هذه الموضوعات على النحو التالي :

(أ) موضوعات موالية أو « مع » أمريكا :

- ١ — الاشادة بالقيادة الحكيمة للولايات المتحدة .
- ٢ — الاشادة بالتقدم الاقتصادي الأمريكي .

(ب) موضوعات « ضد » أمريكا :

- ١ — الاضرابات .
- ٢ — الصراع الداخلي .

- ٣ - الاتجاه الاستعماري •
- ٤ - سيطرة اليهود على السياسة •
- ٥ - ضعف القيادة وفسادها •

(ج) موضوعات «مع» ألمانيا :

- ١ - التفوق العسكى •
- ٢ - الرخاء الاقصادى •
- ٣ - الوحدة الداخلىة •
- ٤ - قوة القيادة •

(د) موضوعات «ضد» ألمانيا :

- ١ - الفشل العسكى •
- ٢ - القسوة •
- ٣ - الرغبة فى السيطرة على العالم •

وقد اتضح من تطبيق الاختبار على أبناء الوكالة المذكورة أنها كانت مع ألمانيا بنسبة ٨٩.٥٣٪ وضدها بنسبة ١٠.٤٧٪ •

وبتطبيق الاختبار ذاته على مضمون الأنباء التى كانت تنشرها جريدة النيويورك تيمز فى ذات الفترة الزمنية اتضح أن نسبة الأنباء المؤيدة منها لألمانيا ٣٥.٨٣٪ أما المعادية لها فكانت طبقا للاختبار المذكور ٦٤.١٧٪ •

٥ - اختبار المصدر

ويستهدف هذا الاختبار معرفة المصدر الذى تعتمد عليه وسيلة الاتصال فى عرض أخبارها وتعليقاتها : هل تعتمد على مصدر واحد أم اعتمادها متوازن على عدة مصادر ، فبتحليل مجلة أنباء موسكو مثلا

اتضح أنها تعتمد على المصادر التالية :

١ - مقالات موقعة من أعضاء الحزب والحكومة في الاتحاد السوفييتي •

٢ - ترجمة من مقالات حكومية أو حزبية •

٣ - ترجمة وثائق رسمية •

وبتصنيف المقالات حسب حجم العمود اتضح أن حجم المقالات الموقعة يعادل $\frac{1}{3}$ ٣٨٥٤ عمودا •

وحجم المقالات المترجمة يعادل $\frac{1}{3}$ ٢٢٥٥ عمودا •

وحجم الوثائق الرسمية يعادل $\frac{1}{3}$ ١٦١٧ عمودا •

بمعنى أنها تعتمد اعتمادا كليا على مصدر واحد هو الاتحاد السوفييتي حكومة وحزبا •

٦ - اختبار المصدر الخفي

من الطرق المستخدمة في الدعاية الاعتماد على مصادر غير معروفة ، لاستيفاء الأخبار أو التعليق على الموضوعات محل الجدل ، ويستهدف اختبار المصدر الخفي الكشف عن وجود هذه المصادر • وتقابل ذلك الاختبار بطبيعة الحال صعوبة الرجوع الى المصادر الخفية التي تعتمد عليها وسائل الاتصال خاصة أثناء الحروب • ولقد طبقت تلك الطريقة على نطاق ضيق فيما يتعلق « بأنباء موسكو » ف لوحظ أن المقالات الافتتاحية فيها تعتمد أساسا على صحيفتي الألفستيا والبرافدا دون الإشارة الى ذلك •

٧ - اختبار التمييز

هدف هذا الاختبار تحليل الألفاظ والرموز المستخدمة في وسائل الاتصال وهل تتفق مع الألفاظ أو الرموز المستخدمة عادة من قبل أحد الأطراف أم لا • ولقد استخدم هذا الاختبار في قضية بوكينجا السابق

الإشارة إليها في تحليل محتوى مجلة « أنباء موسكو » ولوحظ أنها تستخدم مجموعة من المصطلحات السياسية والألفاظ المستخدمة في العقيدة الماركسية • وكانت تلك الألفاظ بعيدة عن التراث اللغوي الأمريكي عندئذ ولا تتردد في المجالات الأخرى •

٨ - اختبار التشويه

ويجمع هذا الاختبار بين عدة اختبارات سابقة ، ولكنه يعتمد على طرق أكثر فنية من الطرق السابقة ، إذ يرمى إلى معرفة لاتجاه لذي تتخذه العبارات المختلفة في موضوع ما لمعرفة مدى اتشويه المتعمد للحقائق الواردة به وذلك عن طريق مقارنة تلك الاتجاهات بأهداف الدعاية العلنية المعادية وحساب تكرار العبارات الموائمة وغير الموائمة •

ملاحظات على اختبارات الدعاية :

وثمة ملاحظات لا بد وأن نذكرها عن اختبارات الكشف عن الدعاية قبل أن نختم هذا الفصل هي :

١ - أن من الممكن تطبيق أكثر من اختبار على الحالة الواحدة ، ويتضح هذا من تعدد الاختبارات التي أجراها المحللون الأمريكيون على مجلة أنباء موسكو السوفييتية التي ورد ذكرها في مواضع مختلفة من هذا الفصل •

٢ - أن معايير اكتشاف الدعاية تختلف من نظام اجتماعي إلى آخر كما أنها قد تخضع إلى حد كبير لإرادة المحللين وتكوينهم الفكري والنفسي ومدى خضوعهم لضغوط أو اغراءات معينة تحقيقاً لأهداف الحرب النفسية أو تكميماً لأفواه المعارضة وإرهاباً للرأى الآخر •

خلاصة القول : ان الحقيقة ما زالت - حتى في عصرنا آخري - حقيقة نسبية ، والشرب العلمي قد يكون في أحيان كثيرة ثوباً فضفاضاً ••

الفصل السادس

الأسس المنهجية لتحليل مضمون الصحف

على الرغم من تعدد التعريفات التي وضعت لمفهوم تحليل المضمون إلا أن التعريف الذي وضعه برنارد بيرلسون لا يزال هو التعريف السائد حتى اليوم وبمقتضاه فان تحليل المضمون هو أسلوب للبحث يهدف الى الوصف الموضوعي ، المنظم والكمي ، للمضمون الظاهر للاتصال . وهذه الخصائص الأربعة تميز التحليل العلمي للمضمون عن أى تحليل آخر يجريه القارئ عادة عند قراءته الجريدة اليومية أو المجلات .

وكون أن تحليل المضمون يجب أن يكون موضوعيا يعنى أن الفئات التي تستخدم لتحليل المضمون يجب أن تكون لمعرفة بدقة بحيث يمكن لمجموعة مختلفة من الأفراد ان تصل الى نفس النتائج من تحليلها لمضمون مادة ما بالاستعانة بهذه التعريفات . وهي تعنى أيضا أن الفئات التي تنطوي على حكم (مثل طيب أو رديء ، جميل أو قبيح ، عادل أو ظالم . . الخ) يجب تجنبها نظراً لأنها أحكاما ذاتية تتغير بتغير الظروف والأحوال .

وكون أن تحليل المضمون منظم يعنى أنه يجب أن يحكم اختيار المضمون الذي سيتم تحليله خطة غير متحيزة وغير محددة سلفا . أو بمعنى آخر فان لمحلل يجب ألا يختار الفقرات المؤيدة لفروضة فقط ويهمل ما عداها .

وكون أن التحليل كمي يعنى أن نتائج التحليل يعبر عنها عادة بصورة عددية بطريقة أو بأخرى في شكل توزيعات تكرارية ، أو جداول أنفاق ، أو معاملات ارتباط ، أو معدلات ونسب مئوية .

وكون أن التحليل يتناول المضمون الظاهر للاتصال يعنى أن التحليل يعالج على حد قول هارولد لازويل ودانييل ليرنر ما يلي السطور وليس ما بين السطور • وعلى الرغم من أن الباحث قد يكون مهتماً بالقوى المختلفة التى تشكل الرسالة الاعلامية أو بالتأثيرات المتوقعة أو المحتملة لهذه الرسالة على رأى العام أو الجمهور إلا أنه فى تحليله لمضمونها يجب أن يغفل هذه الجوانب تماماً مكتفياً بما تقوله الرسالة فعلاً •

بعض الأسس المنهجية لتحليل المضمون مطبقة على تحليل مضمون الصحف

أولاً - المعاينة :

إذا استعرضنا البحوث التى تناولت تحليل مضمون الصحف نجد أن أسلوب الحصر الشامل قد أتبع فى حالات نادرة للغاية حيث تم تحليل جميع الصحف التى صدرت فى دولة ما فى فترة زمنية محددة ، وبما المتبع عادة هو أن يتم التحليل على عينة مختارة من الصحف • بمثلاً إذا كان الباحث مهتماً بدراسة اتجاه أو موقف الصحافة التركية من الاتحاد السوفييتى خلال العشر سنوات الأخيرة فإنه سيجد نفسه مضطراً (إذا لم يترافر لديه « الوقت والجهد والمال » الكافى لاتساع أسلوب الحصر الشامل ، وهذا أمر نادر ترأفره) الى اختيار مجموعة من الجرائد التركية التى صدرت فى تلك الفترة بحيث تكون بمثابة عينة ممثلة من حيث العوامل الآتية : مكان صدورها ، نوع ملكية الجريدة ، الطبقة الاجتفاعبة أو الاقتصادية لقراءتها ، مدى انتشار الجريدة •

وعندما يحدد الباحث مجموعة الجرائد المثلة للجرائد التركية كلها فإنه يبدأ فى اختيار عينة فرعية ممثلة لكل جريدة على حدة • وهذه العينة يجب أن تمثل اعداد الجريدة وعليه أن يكون حريصاً فى اختيارها : فمثلاً إذا كانت الجريدة تصدر يومياً وأختار العدد ٧ ثم ١٤ ثم ٢١ ثم ٢٨ وهكذا فإن معنى هذا أن العينة ستقتصر بالنسبة لهذه الجريدة على يوم واحد فى الأسبوع وقد يكون العدد من الجريدة الذى يصدر فى هذا ليوم

ذا طابع خاص ، بينما لو أختار طول الفئة ٦ أو ٨ أو أى رقم آخر لا يمثل طول الأسبوع أو مضاعفاته فان اختياره سيكون أفضل بالطبع حيث سيضمن أن تضم العينة اعدادا من جميع أيام الأسبوع •

وقد ابتكر الباحثان روبرت جونز وردى كارتر أسلوبا لبناء عينة زمنية للصحف اطلقا عليها اسم « الأسبوع المركب أو المختلط » بأن اختاروا عن طريق استخدام الجداول العشوائية يومين مختلفين من كل أسبوع من الأسابيع الثلاثة التى حدودها لدراستهما ثم اختارا عينة عشوائية من أعداد الصحيفة فى كل يوم من أيام هذا الأسبوع المركب •

والخطوة التالية بعد اختيار العينة المثلة من كل جريدة هى تحديد الصفحة أو الصفحات التى سيقوم بتحليل مضمونها فى كل وحدة • ويجب ألا يكرن اختيارها عشوائيا نظرا لأن صفحات الجريدة لا تماثل بعضها البعض الآخر • فلو أننا اقتصرنا فى تحليلنا على الصفحة الأولى مثلا فمعنى هذا أننا سنهمل الصفحات الأخرى التى قد تكون لها أهميتها لبعض القراء •

ومتى حدد الباحث الصفحات التى سيقوم بتحليلها فان الخطوة التالية هى أن يقرر الأخبار التى سيقوم بتحليلها : هل سيكتفى بالعناوين الرئيسية فى الصحف أم يتناول الخبر كله بالتفصيل • فاذا كانت العناوين الرئيسية هى الوحدة فمعنى ذلك أن الأنباء التى ستكون بمثابة « بؤرة الاهتمام » هى التى سيقتر عليها القياس بينما يهمل نص الخبر كله • أما اذا استقر الباحث على أن الخبر كله هو وحدة التحليل فان عليه أيضا أن يقرر اذا كان سيراعى فى تحليله المسائل التالية : العنوان ، الطول ، الوضع فى الصفحة وفى الصحيفة والصور المصاحبة إن وجدت ، وما الى ذلك من مسائل عليه أن يحدد اذا كان سيهتم بها أم يهملها •

ثانياً - تحديد وحدات التحليل :

قبل بدء تحليل المضمون فإنه يجب تحديد الوحدة الأساسية للتحليل ،
 أى الوحدة التى ستعطى درجة : هل هى الكلمة ، الجملة ، الفقرة ، العمود ،
 المقالة بأكملها ، أو الموضوع كله • وبالطبع يتوقف اختيار هذه الوحدة
 على اعتبارات عدة فى مقدمتها الغرض من البحث •

والكلمة هى أصغر وأسهل وحدة للتحليل وأكثر الوحدات التى تعطى
 ثباتا عاليا وبمقتضاها يقوم التحليل على أساس عدد مرات ورود كلمة
 معينة فى النص إلا أن الباحث عادة ما يحتاج فى تحليله الى وحدات
 أكبر تضى معنى على تحليله ومن ثم يفضل استخدام الجملة كوحدة
 للتحليل ، إلا أنه يعاب أيضا على استخدام الجملة أن الجملة فى حد ذاتها
 قد تكون مضللة وخاصة اذا كان المطلوب ادراجها فى فئات مثل (مؤيد ،
 معارض ، ، محايد) اذا أن كثيرا من الجمل يصعب تحديد اتجاهها بما
 تحتره من كلمات موصولة مثل (لكن ، إلا أن ، مع ذلك •• الخ) حتى
 إن البعض قد يدرج جملة على أنها جملة مؤيدة بينما يدرج البعض
 الآخر نفس الجملة على أنها محايدة •

ومن هنا تثار مسألة امكانية اختيار الفقرة ذات معنى أو الموضوع
 أو المقال كله كوحدة للتحليل ، وبصفة عامة فإن اختيار مثل هذه
 الوحدات يتوقف على موضوع البحث • فمثلا إذا كان البحث يهتم بتياس
 اهتمام الصحافة بالأنواع المختلفة للأخبار (مثل أخبار السياسة الداخلية ،
 الخارجية ، الأخبار الاقتصادية ، الأخبار الثقافية ••• الخ) فإن اتخاذ
 مثل هذه الوحدات أساسا للتحليل قد يبدو مقبولا تماما • وعمود فإن
 هناك ميلا لاتخاذ الفكرة أساسا لتحليل إلا أن على الباحث أن يحدد أيضا
 هل هى الفكرة التى ستعرض فى الجملة أم فى الفقرة واذا كانت على سبيل
 المثال فى الفقرة فماذا يفعل المحلل للفقرة التى تحوى أكثر من فقرة :
 هل تقاس كل الأفكار بها أم يكتفى بالفكرة المسيطرة على كل فقرة

فحسب • ونفس التساؤل يثار بالنسبة لقياس أهمية الفكرة بالنسبة للمساحة التي تشغلها • فهل الفكرة التي تشغل ضعف مساحة ما تشغله فكرة أخرى تعطي درجتين بينما تعطي الأخرى درجة واحدة ؟ كل هذه التساؤلات لابد أن يجيب عليها الباحث قبل بدء تحليل المضمون • والمواقع أن إجابته تتحدد الى حد كبير في ضوء الغرض من بحثه •

ثالثا - اختيار الفئات الخاصة بتدليل المضمون :

الهدف من اختيار وحدات القياس هو إدراج كل منها في فئة أو أكثر • وبعد ذلك يمكن تكوين جدول يوضح تكرار هذه الوحدات داخل الفئات الموضوعه لتحليل المادة الاعلامية أو الدعائية •

فعلى سبيل المثال اذا أخذنا حالة الباحث الذى يقوم بتحليل الصحف التركية مثلا من حيث موقفها من الاتحاد السوفييتى نجده يتخذ القرارات التالية بالنسبة للعينة ولوحدة القياس :

١ - تحليل العدد الثامن على التوالى من كل عشر جرائد ممثلة للصحافة التركية خلال فترة زمنية معينة •

٢ - القيام بفحص كل خبر يشير فى العنوان الرئيسى أو فى الافتتاحية الى دولة أجنبية •

٣ - عدم إعطاء وزن للخبر بناء على الصفحة التى ورد فيها أو موضعه فى الصفحة •

٤ - اتخاذ كل من العنوان الرئيسى ، والعنوان الفرعى وجميع الجمل الواردة فى الفقرة الافتتاحية كوحدة للقياس • أما بقية الخبر ليستبعده ☞

٥ - اتباع قاعدة تحكمية باعطاء درجة للفئة وفقا لعدد مرات انطباق الوحدات عليها •

والاجراء البسيط هو أن نعدد عدد المرات التي تظهر فيها كلمة « الاتحاد السوفياتي » في هذه الوحدات • ولكن هذا لن يكشف عن اتجاه أو موقف الصحافة من الاتحاد السوفياتي إذ لا بد من أن توضح فئات متدرجة لكل إشارة عن الاتحاد السوفياتي مثل :

()	موقف مؤيد
()	موقف معارض
()	موقف محايد
()	موقف غير واضح

وهذا الجدول في النهاية يبين مدى موقف التأييد أو عدم التأييد الذي تحاول الصحف أن تدفع القراء لأن يتخذوه من الاتحاد السوفياتي ولكن هل هذه الفئات تعطينا شيئاً عن الموضوعات التي من خلالها تعبر الصحيفة عن مواقف التأييد أو المعارضة من الاتحاد السوفياتي وبالتالي التي تؤثر بها على قرائها •

فعلى سبيل المثال : إذا أخذنا العبارتين التاليتين نجد أن كلاهما يعبر عن موقف غير مؤيد للاتحاد السوفياتي •

١ - لم يحدث ارتفاع في مستوى المعيشة في الاتحاد السوفياتي في السنوات الأخيرة مثلما حدث في الدول الرأسمالية التي لنا نفس الموارد الطبيعية •

٢ - السياسة الخارجية للاتحاد السوفياتي تستند الى مبدأ أن الثورة هي الطريق الى تحقيق الشيوعية في دول العالم •

هنا يتضح أن الاقتصار في وضع الفئات على أساس مؤيد () ومعارض () لا تكفى بل لا بد أن نضع تصنيفاً آخر بجانبها يوضح

موقف الصحيفة من الاتحاد السوفييتي بالنسبة للسياسة الخارجية ،
السياسة الداخلية ، الحزب الشيوعي •• الخ •

وحتى هذه التصنيفات تحتاج أيضا الى تفصيل فان العبارتين
التاليتين مثلا يمكن وضعهما في فئة السياسة الداخلية باعتبار أن عدم
تأييد الصحيفة للاتحاد السوفييتي مرجعه سياسته الداخلية •

١ — البضائع الاستهلاكية في الاتحاد السوفييتي نادرة وذلك لسوء
ادارة اقتصاد الدولة •

٢ — المواطنون السوفييت لا يعبرون عن آرائهم خوفا من اضطهاد
الدولة •

وعموما فان ما نورد أن نشير اليه هو أن غرض الباحث ومصادر
بحته هما اللذان يحددان الفئات التتميلية التي يحل المضمون بناء
عليها •

إلا أنه يلاحظ أنه كلما زاد عدد الفئات كلما استغرق ذلك وقتا أطول
في التحليل •

ويجب أن نؤكد أن العبارة الواحدة يمكن أن تدرج تحت عدة
فئات وهذا يتوقف على اهتمام المحل فمثلا جملة مثل « السياسة الخارجية
للإتحاد السوفييتي هي السياسة الواقعية الوحيدة في العالم اليوم » •

يمكن أن تدرج باعتبارها جملة اعلامية ايجابية وذلك من وجهة نظر
المحل المهتم بنزع الجمل التي يستخدمها رجل الدعاية ، كذلك يمكن اعتبارها
جملة تؤيد السياسة الخارجية للإتحاد السوفييتي من وجهة نظر المحل
المهتم بهدف أداة الدعاية (الصحيفة) في التأثير على آراء القراء •

(م ٥ — تحليل مضمون الدعاية)

وعموماً فإنه قبل إجراء عملية التحليل النهائية لابد من اختيار الفئات على عينة من الدعاية المراد تحليلها إذ أن هذا سيجعلنا نقننسد الكثير من الوقت والجهد ، ذلك أن إضافة أو تغيير فئة أصلية أو فرعية بعد بدء التحليل معناه إعادة تحليل كل المادة التي سبق تحليلها •

ومن الصعب بالطبع وضع فئات شاملة إذا كانت مادة الدعاية التي نقوم بتحليلها ليست تحت أيدينا أو إذا كانت وسيلة الأعلام تحلل يوماً بيوم •

ثبات التحليل :

يحسب الثبات عادة عن طريق الدرجة التي يصنف بها شخصان أو أكثر المادة الإعلامية تحت نفس الفئات • أو بناء على الدرجة التي يتفق فيها الشخص مع المحلل السابق • والوضع هنا مختلف بطبيعة الحال عنه في حالة التحليل الكيمائي حيث لا تتدخل ذاتية الباحث ، إلا أن ذاتية الباحث يمكن الحد منها إذا ما تم تحديد الفئات بدقة عن طريق وضع شرح لكل فئة مما يسهل ادراج وحدة التحليل بها مع الاهتمام بالتدريب والمتابعة • ومن الناحية النظرية يجب أن يقوم شخصان أو أكثر بتحليل نفس المادة الإعلامية أو الدعائية ، وإن كان هذا لا يتبع من الناحية العملية عادة • وعموماً فإنه يجب أثناء إجراء التحليل استمرار عملية المراجعة •

ومن المرغوب فيه أن يكون للمحلل خبرة سابقة وتكون لديه رغبة قوية في القيام بعمله بدقة فمثل هؤلاء المحللون تكون أحكامهم أكثر ثباتاً عن غير الدارسين أو الذين ليست لديهم حوافز قوية لهذا العمل •