

«تقنيات القياس الكمي في أبحاث الاعلام والاتصال»

د. أحمد بن مرسللي

معهد الاعلام والاتصال جامعة الجزائر

كتاب «
الاتصال
الموضوع
التعبير
المادة م

وبال
الاعلام
المضموم
الكبير،
الصحف
على م
معالجة
إطار
الوقت
الاعلام
على ا
أثناء
تفكيك
في الذ

«تقنيات القياس الكمي في أبحاث الاعلام والاتصال»

د. أحمد بن مرسلي

معهد الاعلام والاتصال جامعة الجزائر

مقدمة:

إن التطبيقات المختلفة لدراسات تحليل المضمون تظهر أن هذا النوع من الدراسات يقوم أساسا على تحويل مادة التحليل إلى أجزاء قابلة للقياس الكمي. وهي عملية تعتبر حسب العديد من الباحثين الاعلاميين من أصعب عمليات إنجاز هذا التحليل(1). نظرا لما يتطلبه تنفيذه من دقة متناهية، ومهارة بالغة، لتوفير أفضل السبل الكفيلة بتحقيق الموضوعية، والتقليل من أخطاء التحيز، وتوفير إمكانية التحقق من ثبات النتائج، في الحالات المختلفة. خاصة وأن هذا الموضوع من الدراسات الكمية في المجال محل المعالجة، يستمد قيمته العلمية الأساسية من لغته الرقمية، القائمة على القياس الكمي، لدرجة أن « Bernard Berslon - برنار برسلون » حينما قام مع زميله « Paul. F. Lazarsfeld - بول. ف. لزرسفلد » سنة 1948 بنشر

الـ

برسلي

الجزائر

ع من

لقياس

صعب

تأهية،

يل من

حالات

محل

على

ما قام

بنشر

كتاب « The Analysis of Communication Content - تحليل محتوى الاتصال» (2)، ربط تعريفه لتحليل المضمون بأسلوب الوصف الكمي المنتظم الموضوعي للمحتوى الظاهر. هذا الأسلوب الكمي الذي أساسه كما نعلم هو التعبير العددي عن نتائج التحليل، في شكل رقمي، بطريقة تتناسب وطبيعة المادة محل التحليل، والغرض من إجراءاته.

وبالرغم من الأهمية التي يكتسيها موضوع القياس الكمي في أبحاث الاعلام والاتصال، إلا أن الباحثين المهتمين في تناولهم لأسلوب تحليل المضمون، لم يعالجوه كموضوع مستقل بذاته، حتى يحظى لديهم بالاهتمام الكبير، والشرح الوافي لتقنياته، الذي يسمح بتثبيت قواعده العلمية الصحيحة، وبالتالي سد الباب أمام ممارسات الاجتهاد الشخصي، القائمة على محاولة الخطأ والصواب. لأنه لا يمكن في أي حال من الأحوال ربط معالجتنا لتقنيات تحليل المحتوى بشرح فئات التحليل ووحداتها المختلفة في إطار نظري بحث كما دأب على ذلك بعض الباحثين الاعلاميين. هذا في الوقت الذي يقر فيه الكل، ويشهد الجميع على أن الدراسات الكمية في الاعلام والاتصال هي أبحاث تطبيقية في المقام الأول، تعتمد بالدرجة الأولى على الامام بقواعد إجراء القياس الكمي وتقنيات إجراءاته العملية ميدانيا أثناء التعامل مع المادة محل التحليل، وفق ما يلائم طبيعتها، ويناسب تفكيكها إلى أجزاء بسيطة (وحدة التحليل)، وحساب تكرارات هذه الأجزاء في النص للحصول على معلومات غنية جدية بتحقيق أهداف البحث.

ونظرا للأهمية القصوى التي يكتسبها موضوع القياس الكمي في أبحاث الاعلام والاتصال، كما تجلّى ذلك منذ قليل، تأتي هذه الدراسة كجهد متواضع ومساهمة بسيطة في إثراء هذا الموضوع العلمي، من زاوية تسليط الأضواء على بعض جوانبه، التي تحتاج إلى مثل هذه المعالجة، لتدقيق معلوماتها، وإزالة الغموض عنها، وإخراج بعض نقاطها من دائرة الجدل، القائم حولها، خاصة في أوساط المبتدئين. وهذا بفضل المعالجة المتأنية، المستندة إلى الحقائق العلمية، المسجلة في هذا الحقل الدراسي.

تعريف القياس الكمي:

يقابل القياس في اللغة الفرنسية كلمة: "la mesure" التي تفيد تقييم كم ما بمقارنة بكم محدد (مقياس) يمثله اللتر بالنسبة للسوائل، والمتر بالنسبة لأطوال المساحات، والأحجام، والدقيقة بالنسبة للوقت(3).

وإن القياس بذلك هو مصطلح مستخدم بصورة أساسية في الدراسات الكمية، لاسيما منها المرتبطة بمجالي الاعلام والاتصال. وهو الاستخدام الذي تباين جزئيا بين الباحثين من حيث المعنى. ففي هذا الصدد نجد الباحثين: محمد عبد الحميد(4)، وسمير محمد حسين(5) يستخدمان هذه الكلمة في معظم الحالات مباشرة بعد كلمة العد. وهذا للإشارة من خلالها فقط إلى معنى تحديد الوزن أو القيمة المعطاة للمحتوى في الوسيلة الاعلامية

من خلا
والزمن،
التي اس
غياب و
مباشرة
القيمة،
أما ال
روحي -
استخدم
والاحص
بتقسيم
القياس
الذكر.

وإذا
لتبيان أ
من التد
كلمة الت
يلجأ ال

من خلال استخدام متغيرات خارجية عن النص مثل: أدوات المساحة، والزمن، والموقع. وبذلك فإن القياس لديهما له معنى يختلف عن كلمة العد، التي استخدامها لحساب المتغيرات الداخلية للنص. أي رصد حضور أو غياب وحدات التحليل في الفئات (حساب تكرارها في المحتوى بصورة مباشرة، دون اللجوء إلى أدوات قياسية خاصة بالمساحة، أو الزمن، أو القيمة، لضبط مدى حضورها، أو غيابها).

أما الباحثون: "Jacques Kayser" - جاك كيزر و "Roger Mucchielli" (7) - روجي ميتشالي ومحمد محمود ربيع (8) وجيهان أحمد رشتي (9)، فإنهم استخدموا مصطلح القياس في معنى واسعاً يفيد العد، والحساب، والتقييم، والاحصاء للمادة الإعلامية بعد خطوة الترميز، التي يقوم فيها الباحث بتقسيم المادة محل التحليل إلى الأجزاء التي يتم على أساسها إنجاز القياس. وهذا على أساس التعريف المقدم لها في صيغتها الفرنسية السالفة الذكر.

وإذا أردنا الوقوف على مدى صحة الاستعمالات المذكورة لكلمة القياس لتبيان أيهما أقرب إلى الاستعمال الصحيح في هذا المجال البحثي، فلا بد من التحديد الدقيق للمدلول اللغوي لهذه الكلمة، التي يقابلها في اللغة العربية كلمة التقدير. والتي هي مشتقة من فعل قاس أي قدر الشيء (10). وعادة ما يلجأ المرء إلى تقدير الأشياء، أي قياسها بغيرها من الأشياء الأخرى، أو

أبحاث
كجهد
تدقيق
لجدل،
لتأنيّة،

يم كم
نسبة

اسات
تخدام
نجد
هذه
خلالها
علامية

عليه (11). وهذا قصد الوقوف على ما لها من طول، وعرض، أو ثقل، أو سعة، أو قيمة.

وإن القياس الكمي وفق التعريف السابق في أبحاث الاعلام والاتصال يفيد التقدير، أي التحديد الدقيق لحجم المادة الاعلامية محل البحث، سواء المطبوعة منها باستخدام عناصر المساحة، ووحدات المعنى والمبنى، أو المرئية والمسموعة منها بتوظيف وحدات قياس الزمن والطول الشريطي، إلى جانب ضبط ما تمثله هذه المادة الاعلامية من قيم متنوعة في شكل درجات مختلفة نتطرق إليها بالتفصيل في تناولنا لتقنيات القياس لاحقاً.

ويتضح مما ذكر سابقاً أن القياس هو التقدير الكمي للمادة الاعلامية، سواء بضبط درجة تكرار وحدات التحليل محل الدراسة بصورة مباشرة في فئات التحليل (تحديد حجم ظهورها فيها)، أو تحديد حجم تواجدها مباشرة في وسائل النشر، أو البث وفق الشكل الذي قدمت فيه إلى الجمهور (مطبوع، شريطي، صوتي، شريط مصور). وهذا عبر الاستعانة بوحدات القياس المتلائمة مع كل شكل من أشكال ظهور هذه المادة الاعلامية، عبر وسائلها المختلفة. مثل: وحدة المساحة بالنسبة للمطبوع، ووحدة الزمن بالنسبة للبث. هذه الوحدات القياسية المستخدمة أيضاً وفي النطاق نفسه من طرف رجال الاعلام والاتصال في المراحل المختلفة، لإعداد المادة الاعلامية وتوصيلها إلى الجمهور.

ما يم
يفيد تحد
التي تتل
الموضوع
المتناهية
في أبحا
للمضمو
والانطب
وطبق
خطوات
الباحث
ançais"
إلى ذلك
جزئية ت
ووفق
مصطلح
إجراء
المختلف

ما يمكن استخلاصه من التعريف المقدم لكلمة القياس هو: أنها مصطلح يفيد تحديد الحجم الكمي لظهور المادة الاعلامية، باستخدام وحدات القياس، التي تتلاءم مع الأشكال المختلفة لهذا الظهور، سواء على مستوى الفئات الموضوعية، أو على مستوى الوسيلة الاعلامية، بكيفية نتوخى فيها الدقة المتناهية في ضبط هذا الحجم الكمي، الذي يشكل أساس الدراسات الكمية في أبحاث الاعلام والاتصال، التي تستمد قيمتها العلمية من الوصف الكمي للمضمون بصورة دقيقة، وشاملة، وموضوعية، بعيدا عن التخمين الفردي، والانطباع الشخصي، والتقدير الذاتي(12).

وطبقا لما سبق فإنه تم استخدام مصطلح القياس للإشارة من خلاله إلى خطوات العد، والحساب والتقييم والاحصاء للمادة الاعلامية. كما قام بذلك الباحث الرائد في هذا المجال «جاك كيزر» في كتابه "le quotidien Français - اليومية الفرنسية، وغيره من الباحثين الآخرين كما تم التطرق إلى ذلك منذ قليل. لأن الخطوات المذكورة ما هي في الواقع إلا اجراءات جزئية تدخل في تحقيق عملية القياس الأساسية في دراسات التحليل الكمي. ووفق ما ذكر فإنه تم الاكتفاء على مستوى عنوان الدراسة باستخدام مصطلح القياس، للإشارة من خلاله إلى الخطوات المختلفة، التي تدخل في إجراء التحجيم الكمي للمادة الاعلامية، باستخدام العديد من التقنيات المختلفة، ضمانا لدقة هذا التحجيم.

نقل، أو

الاتصال

سواء

المرئية

جانب

مختلفة

لامية،

رة في

باشرة

جمهور

حدات

عبر

الزمن

نفسه

المادة

تقنيات القياس في تحليل المضمون:

إن إجراء القياس الكمي في أبحاث الاعلام والاتصال لا يخضع في إنجازه إلى نفس الخطوات، التي يمكن تطبيقها في جميع حالات القياس، بل إن القيام بذلك يتطلب توظيف تقنيات مختلفة ترتبط من حيث التطبيق بالشكل الذي ظهرت فيه مادة التحليل على مستوى الوسيلة الاعلامية، وكذا بطبيعة المعالجة التي نرغب في اجرائها أثناء تحليلنا لمضمون الموضوع محل البحث، لأن تحليل المضمون كما عرفه العديد من الباحثين عبارة عن أسلوب معالجة للمعلومات، التي يتضمنها محتوى النص الاعلامي. وهذا بتوزيع هذه المعلومات إلى شبكة من الفئات، قصد الوصول إلى نتائج رقمية تكون أساس إنجاز خطوة التفسير الكمي، تحقيقاً للأهداف المسطرة في الدراسة.

وطبقاً لذلك فإن التحليل الكمي يعتمد على القياس لتوفير كم من المعلومات، تساعد على القيام بالتحليل الكيفي على أسس موضوعية. لكن الشيء الذي يلفت الانتباه هنا، وي طرح تساؤلاً كبيراً هو: ما هي العناصر المعبرة عن هذه المعلومات في المادة الاعلامية، والتي يمكن الرجوع إليها للحصول من خلالها على هذه المعلومات؟ قبل الإجابة على هذا التساؤل لا بد من الإشارة إلى أن المعلومات محل الحديث ليست واحدة المدلول من دراسة إلى أخرى، بل هي متنوعة المعاني، وذات صلة وثيقة في تنوعها هذا بالأهداف المسطرة للتحليل.

أما
رموز
السالة
تحليلي
مجال
وم
بوحدا
معناه
المادي
امكان
فإذا
على
(وحد
متجا
النص
و
يجر
على

أما العناصر المادية المعبرة عن هذه المعلومات في المادة الاعلامية فهي رموز مادية في شكل لغوي أو صوري أو إيمائي تحمل بدورها التنوع السالف الذكر، وتختلف من غرض دراسي إلى آخر. وهي عناصر مادية تحليلية متنوعة الشكل تدعى وحدات التحليل، كما ورد لدى الباحثين في مجالي الاعلام والاتصال(14).

ومن أجل الوصول إلى تحديد العناصر المادية السالفة الذكر المعبر عنها بوحدات التحليل لا بد من تفكيك مجموع مادة التحليل إلى عناصر تعبر في معناها عن المدلول أو المعلومة المستهدفة بالبحث، وتتناسب من حيث الشكل المادي مع إمكانية اجراء هذا التفكيك، وفق ما توفره لنا المادة المحللة من امكانيات مادية تسمح بالوصول إلى الهدف السالف الذكر(15). ومن هنا فإذا كان الهدف من التحليل مرتبطا بالبحث عن معاني يمكن الحصول عليها على مستوى الكلمة، فلا بد من تفكيك مادة التحليل إلى عناصر مادية (وحدات التحليل) على أساس الكلمة، وإذا كان الهدف منصبا على معاني متجلية على مستوى وحدات لغوية أكبر من ذلك، مثل: الجملة أو الفقرة أو النص فلا بد من إنجاز هذا التفكيك على أساس هذه المستويات المذكورة.

وما يمكن التنبيه إليه بهذا الصدد هو أن التفكيك في تحليل المضمون يجري على أساس المعاني المراد الوصول إليها في المادة الاعلامية، وليس على أساس المعنى اللغوي كما هو الشأن بالنسبة لتحليل الخطاب(16). لأن

سع في
اس، بل
التطبيق
ة، وكذا

ع محل
أسلوب
يع هذه
أساس

كم من
بة. لكن
عناصر
ع إليها
ل لا بد

دراسة
ها هذا

الأساس في هذا التحليل هو المعنى وليس المبنى، كما حرص على توضيح ذلك الباحث "Roland Barthes" رولان بارتاس، مذكرا في الوقت نفسه أن وحدات المعنى في تحليل المضمون يمكن أن تتطابق من حيث وجودها في المادة الاعلامية مع وحدات المبنى، لكن ذلك عن طريق الصدفة، وليس بصورة نظامية وجوبية(17).

وبالرغم من تأكيد الباحثين في دراسات تحليل المضمون على أولوية البحث عن المعنى قبل المبنى، إلا أن ذلك لم يدفعهم إلى تجاهل ما يمكن أن تقدمه وحدات الشكل (المبنى) في العثور على المعنى باعتبارها الوعاء المادي، الذي يعود إليه الباحث من أجل العثور على ما يرغب فيه من مدلولات معينة. وهذا من خلال القيام بتقطيع المضمون إلى أجزاء صغيرة (وحدات التحليل) حتى تسهل عملية العثور على هذه المدلولات على مستوى كل جزء من هذه الأجزاء، وقياس تكرارها في المضمون، وهنا فإن الفرق شاسع بين تقسيم المضمون إلى أجزاء صغيرة (وحدات تحليل) أساسه الكلمة، بهدف دراسة المعنى على مستواها في تحليل المضمون، وبين دراسة الكلمة كشكل لغوي في دراسات إحصاء المفردات la lexocométrie (18). أو تقسيم المادة الاعلامية إلى أجزاء أساسها الجملة، لبحث المعنى الذي تحمله كل جملة، وحساب تكراره، وبين دراسة الجملة كشكل مادي في التحليل اللغوي Analyse grammaticale بهدف التعرف على الوظيفة النحوية لكل كلمة من كلماتها، أو قصد ضبط العلاقة التي تربطها بالجملة الأخرى في النص على

مستوى

وتبع

الأساس

صغير

والدقيقة

وقبل

الوحدة

السياق

المضمون

بينها

و

يما

التحليل

بحث

الصفحة

العلاقة

بالرجوع

مستوى التحليل المنطقي: Analyse logique (19).

وتبعاً لما ذكر سابقاً فإنه يمكن تعريف وحدات التحليل بأنها الوحدات الأساسية، التي يتم على أساسها تقسيم المضمون الاعلامي إلى أجزاء صغيرة ذات معاني محددة، هي هدف التحليل. مثل: الكلمة، والفكرة، والدقيقة، والسنتمر مربع، ومفردات النشر، "Items"، والشخصية. إلخ... وقبل الخوض في التقنيات الواجب تطبيقها في قياس كل نوع من أنواع هذه الوحدات، لا بد من التفريق بين وحدات العد، ووحدات التسجيل، ووحدات السياق كمصطلحات ذات مدلولات متباينة لا تفيد الشيء الواحد في تحليل المضمون. لكن تداخلها الشديد على مستوى هذه العملية يجعل مهمة الفرز بينها أمراً صعباً.

وحدة العد:

يمكن القول في تعريفنا لوحدة العد بأنها أساس كل معالجة كمية لمادة التحليل، ويستحيل الاستغناء عنها في هذه العملية، التي تشكل منطلق أي بحث من هذا النوع في مجالي الاعلام والاتصال. وهي وفق ذلك الجزء الصغير، الذي يعتمد في قياس حجم المادة الاعلامية محل التحليل، ذو العلاقة بقياس الشكل المادي لظهور هذه الأخيرة، والذي لا صلة له نهائياً بالرجوع إلى المعنى لاعتماده أساساً في هذا القياس (20). وعادة ما

ضيق

له أن

أ في

سورة

ولوية

ن أن

مادي،

عينة.

ليل)

هذه

تسيم

راسة

لغوي

المادة

جملة،

لغوي

ة من

على

- 5 -

تستخدم وحدة العد على مستوى الدراسات الكمية، التي تشمل المقارنة بين عدة مضامين اعلامية، حيث تتطلب هذه العملية اختيار وحدة قياس مشتركة تساعد على تحديد الحجم الكمي لكل مضمون من المضامين المدروسة بطريقة واحدة ومتساوية ضمانا للموضوعية. مثل اعتماد العمود الصحفي كوحدة عد في قياس ما نشرته عدة صحف متساوية القطع والأعمدة حول موضوع معين في دراسة مقارنة، أو القيام بالدراسة نفسها في عدة صحف، لكن هذه المرة غير متساوية القطع والأعمدة. مما يتطلب استخدام السنتيمتر مربع كوحدة عد في القياس، باعتباره الوحدة المشتركة المناسبة، لتحديد حجم المادة محل الدراسة، المتباعدة التوزيع الجغرافي من صحيفة إلى أخرى.

إن الشيء الأساسي الذي تتميز به وحدة العد يتمثل في كونها تستند في قياسها لحجم مادة التحليل إلى عنصر الشكل المادي لهذه الأخيرة، وليس إلى وحدة المعنى.

وحدة التسجيل:

إن وحدة التسجيل تختلف عن وحدة العد، لكونها تعتمد على عنصر المعنى في ترميز المدلولات المستهدفة في التحليل، والمشكلة لأغراضه النهائية. هذه المدلولات، التي يمكن أن نعبر عنها من خلال الكلمة الواحدة، أو مجموعة كلمات (جملة فقرة موضوع)، أو علاقة محددة بين كلمات (21).

ويتجلى من التعريف السابق، أن وحدة التسجيل هي وحدة المعنى، التي يجري على أساسها الترميز، قصد دراسة مدلولات معينة في مادة التحليل، لتحقيق أهداف محددة. وهي وحدة متباينة المباني اللغوية والشكلية الأخرى، كما يتضح لنا لاحقاً في دراسة هذه النقطة.

وحدة السياق:

إن وحدة السياق مرتبطة ارتباطاً عضوياً بوحدة التسجيل، ولا علاقة لها نهائياً بما ذكره في هذه النقطة بالذات سمير محمد حسين بوحدة العدد (22). لأن الفرق شاسع بين هذه الأخيرة والأولى، كما تجلى ذلك واضحاً في هذه الدراسة منذ قليل. وبالتالي فإن وحدة السياق هي وحدة المبني، التي يجرى نص التحليل على أساسها إلى أجزاء في شكل قطاعات لغوية (كلمة، جملة، فقرة) أو دلالية (موضوع) للتعرف من خلالها على المعنى محل البحث باعتبارها الوعاء المادي الوحيد، الذي يمكن من هذا التعرف. وبذلك فإن تفكيك النص إلى وحدات السياق يخضع إلى طبيعة المعنى المراد بلوغه في عملية التحليل، لأن المهم في تحليل المضمون على مستوى النقطة محل المعالجة هو المعنى، وليس الشكل. فإذا ارتبط بمستوى لغوي أكبر من ذلك يجب أن تتم العملية المذكورة على أساسه وهكذا... (23).

نستخلص في نهاية هذا التحليل أن وحدة السياق هي الجزء اللغوي، أو الموضوع الذي يفحصه الباحث للتعرف على وحدة التسجيل وفق الشروط المذكورة سلفاً.

تقنيات قياس وحدة الكلمة:

قبل التطرق إلى تقنيات قياس الكلمة، لا بد هنا من الإشارة إلى شيء مهم بهذا الصدد، يتمثل في التمييز بين استخدام الكلمة كوحدة للعد في حالات استخدامها كمؤشر لتعيين مساحة ما، أو للتعرف على حجم كلام معين، واستخدام الكلمة كوحدة للتسجيل في حالة دراسة المعنى الذي تعبر عنه.

وتبعاً لذلك فإذا كان القصد من الدراسة هو استخدام الكلمة كوحدة طول للتعرف على أحجام النصوص والأحاديث، فإن طريقة القياس هنا تتطلب حساب وحدات اللغة، التي تتمتع بقامة الكلمة، من حيث الحيز الذي تشغله في السطر. مثل: الأفعال بأنواعها (ماضي، مضارع، أمر) والأسماء بوظائفها النحوية المختلفة في الجمل (مبتدأ، خبر، فاعل، مفعول به، مجرور، صفة، مضاف إليه إلخ ...). في حين تبقى الحروف ذات القامة الأدنى من الكلمة خارج هذا الحساب.

أما إذا استهدف التحليل الكلمة كوعاء مادي لمعنى معين، فإن الأمر يختلف عن سابقه، لماذا؟ لأن القياس هنا أساسه ما تحمله هذه الكلمة من مدلول، وليس ما تحتله من حيز طولي في السطر. بالتالي فإن تصنيف الكلمات في الوضعية المذكورة يكون على النحو التالي: (24)

- الكلمات المدلولية "les mots pleins" وهي كلمات الحاملة للمعنى في النص. مثل: الأفعال، والأسماء بجميع وظائفها النحوية داخل الجملة.

- الكلمات الأداة "les mots outils" وهي كلمات عديمة المعنى في النص، والتي تؤدي وظيفة الربط في الجملة. مثل: الحروف، والضمائر، ظروف الزمان، والمكان إلخ ...

وطبقا لهذا التصنيف فإن النوع الثاني من الكلمات لا يؤخذ بعين الاعتبار في الدراسات الكمية التي تستهدف قياس الكلمة كوحدة تسجيل (معنى). مثلا: فإذا كان الهدف من هذه الدراسة هو القيام ببحث إحصائي لكل معاني الكلمات التي أوردها الكاتب في نصه للتعرف على طبيعة المفاهيم المطروحة، فإن المعالجة في هذه الوضعية تشمل جميع الكلمات المدلولة - mots pleins دون استثناء.

أما إذا اختصت الدراسة في بحث مفهوم معين. مثل: الاستبداد في مقال معين، فإن التحليل يشمل في هذه الحالة معاني الكلمات المعبرة عن هذا المفهوم دون سواها (25).

وإذا استبعدنا الكلمات الأداة من القياس في المثالين المذكورين فهذا لا يعني أنه لا توجد دراسات كمية تهتم بهذا النوع من الكلمات في عملية القياس، بل بالعكس من ذلك، ففي دراسات السمات الأسلوبية التي تهتم بالخصائص الفنية لكتابات الكتاب أو دراسات قياس درجات الإنقرائية في الصحف لتحديد سهولة أو صعوبة قراءة الجمهور لها، تحظى الكلمات الأداة مثل غيرها من الكلمات الأخرى بنفس الاهتمام في عملية القياس لتحديد حجمها، وأنواعها، وتوزيعها داخل النص.

تقنيات قياس الفكرة:

عرف الباحثون الفكرة بأنها كيفية رؤية الأشياء (26) أو تمثيل الشيء داخل الفكر (27). وهي بذلك تصور فكري للأشياء داخل الذهن في شكل معرفة يتلقاها الانسان غن غيره، أو يقوم بانتاجها ونشرها عبر الوسائل، التي ابتكرها للتعبير عن رؤيته الخاصة لهذه الأشياء، المكونة لوسطه المادي، أو لمحيطه الفكري. مثل: اللغة المكتوبة، والحديث المسجل، والصورة المرسومة أو الملتقطة إلخ...

والشيء الذي يهمننا بالدرجة الأولى في تعرضنا للفكرة ضمن الدراسة محل المعالجة، هو أن مجال التعبير عنها اعلاميا، أو البحث عنها في المحتوى الاتصالي يتجاوز ماديا إطار الكلمة الواحدة إلى السياقات اللغوية الأكبر منها. مثل: الجملة، الفقرة، الموضوع، الفصل، والكتاب إلخ... وبالتالي فإن معنى الفكرة الواحدة كوحدة للتسجيل في تحليل المضمون، لا يمكن أبدا أن يتجلى في كلمة واحدة، بل في مجموعة كلمات تبدأ من الجملة الواحدة حتى الكتاب الضخم. لذا فإن الباحثين في تصنيفهم لوحداث التحليل أوجدوا إلى جانب وحدة تحليل الكلمة، وحدة تحليل الفكرة (28). وهذا لتأكيد صعوبة الاشارة إلى معنى محدد ودقيق في كلمة واحدة، يصنف على أساسه المحتوى، عكس الفكرة التي تبني بدقة، لتأدية ما يريد رجال الاعلام توصيله إلى القارئ من قضايا، ومواقف تجاه مختلف الأحداث.

إن العنصر الأساسي، الذي نؤكد عليه بالصدد محل التحليل، هو أن تحليل المضمون يقوم على تفكيك المادة الاعلامية، ليس على أساس المبنى، وإنما على أساس المعنى، كما تم التطرق إلى ذلك سابقا. ومن هنا فإن معاني الأفكار كوحدات للتسجيل متعددة السياقات اللغوية. أي أن تجليها غير مرتبط بوحدة لغوية معينة، كما هو الشأن بالنسبة لمعنى الكلمة، بل إن ظهورها يكون إما على مستوى الجملة الواحدة، أو على مستوى الفقرة المتكونة من عدة جمل، أو على مستوى النص بكامله، أو على مستوى أكبر من ذلك. وإن الهدف الذي نسعى إلى تحقيقه من التحليل، هو الذي يحدد لنا المستوى الواجب القيام بالتحليل على أساسه، للوصول إلى معاني الأفكار محل البحث. لأنه على مستوى المقال الواحد، فإن المعنى الذي تحمله الجملة، يختلف عن المعنى الذي تؤديه فقرة من فقراته، والمعنى الذي يتضمنه نص هذا المقال يختلف بدوره عن المعنى الأول، والمعنى الثاني المذكورين. لذا فإن الباحثين ذكروا بهذا الصدد، أن النص هو عبارة عن بناء متعدد الطبقات من حيث معانيه المتراكبة الواحدة فوق الأخرى والمحلل هو الذي يقرر على أي مستوى طبقي يجري تحليل المباني اللغوية (جملة، فقرة، نص) التي تسمح بالعثور على المعاني المراد الحصول عليها(29).

وتجدر الإشارة هنا إلى أن وحدات معاني الأفكار يمكن أن تتطابق في وجودها داخل مادة التحليل مع وحدات اللغة، لكن هذا عن طريق الصدفة، وليس بصورة نظامية، كما سلف الذكر.

ي
كل
ئل،
ي،
ومة

اسة
توى
كبر،
فإن
أ أن
حتى
إلى
عوية
أسسه
صيله

وطبقا لما ورد، فإن طريقة التعرف على معاني الأفكار داخل النص، تبدأ كما ذكر منذ قليل بتقطيعه إلى المباني اللغوية الحاملة لها، ثم قيام المحلل بالبحث داخل كل مبنى من هذه المباني عن نواة المعنى المجسد للفكرة المنشودة.

ويستخلص في نهاية تحليلنا لموضوع تقنيات قياس وحدة الفكرة، أن هذه الأخيرة يمكن الوصول إليها على مستوى عدة كلمات قد تكون جملة، أو فقرة، أو نصا بكامله، أو قد لا يأخذ تشكيلها هذا النظام الخاص بتوزيع وحدات اللغة، ما دام المعنى هو أساس تقطيع المادة الاعلامية في تحليل المضمون، وليس العكس.

بعد التعرف على الأفكار المدروسة، وضبطها بصورة دقيقة، يمكن للباحث اخضاعها إلى تصنيف على أساس الموقف الذي تحمله (مؤيد، معارض، محايد) من قضية معينة، أو على أساس شدة هذا الموقف، من خلال تحديد مستويات متدرجة الشدة، لتكون أساس هذا القياس. مثل: موقف غير مؤيد، موقف معادي، موقف معادي جدا إلخ ويعرف هذا النوع من الدراسات بقياس الإتجاهات.

تقنيات قياس وحدات النشر والبث (Items):

إن القصد بوحدة النشر والبث هو الوحدات الطبيعية للمادة الاعلامية التي يقوم الباحث بتحليلها وفق الشكل الذي قدمت فيه هذه المادة الاعلامية إلى جمهور القراء، أو المستمعين، أو المشاهدين. مثل: الأجناس الصحفية بأنواعها (مقال، تحقيق، خبر، إعلان، إلخ ...) أو البرامج الاذاعية والتلفزيونية بأجناسها (نشرة الأخبار، الحصص العلمية والثقافية، المنوعات إلخ ...) (30) هذه الوحدات الطبيعية للمادة الاعلامية التي يمكن أن تحلل أيضا وفق مضامينها، فتصنف إلى مواد سياسية، واقتصادية، واجتماعية، وثقافية، أي حسب الغرض المسطر للدراسة. والسؤال الذي يفرض نفسه هنا هو: ما هي التقنيات، التي تمكن الباحث من قياس هذه المواد قياسا كمي موضوعيا ودقيقا؟

إن الاجابة على هذا السؤال تفرض علينا العودة قليلا إلى الوراء في هذه الدراسة، وبالضبط إلى ما ذكر فيها حول نقطة وحدة العد، التي تستخدم في قياس الشكل المادي لظهور المادة الاعلامية فوق الدوريات، في شكل مواد مطبوعة فوق صفحات الدوريات، أو في شكل أشرطة صوتية إذاعية، أو تلفزيونية مصورة.

وإن القصد بقياس وحدات النشر والبث، هو تحديد طبيعة الشكل، الذي قدمت فيه إلى الجمهور، وحجم تكرار ظهورها في المادة الاعلامية، أو

ص، تبدأ

م المحلل

للفكرة

أن هذه

بملة، أو

بتوزيع

تحليل

للباحث

عارض،

تحديد

مؤيد،

راسات

التعرف على قيمتها الاعلامية، على غرار ما يحدث في استخدامنا لوحدة العد. لأن تحليل المضمون كما نعلم يستمد قيمته العلمية من التحديد الدقيق للجوانب الشكلية والقيمية لمادة التحليل، لتوفير كم من المعلومات يستخدم في التوصل إلى نتائج يجري البحث عنها (31).

وتبعاً لذلك، فإن تقنيات قياس وحدات النشر والبث محل البحث تعتمد على التحديد الكمي والقيمي للشكل، الذي قدمت فيه إلى الجمهور. وما دام أن شكل تقديم الوحدات المذكورة يختلف من وسيلة إعلامية إلى أخرى (مقال مطبوع، شريط صوتي، فلم مصور). وحتى على مستوى الوسيلة الواحدة (نص مطبوع، صورة مطبوعة، عنوان مطبوع، إعلان) فإن طرق إنجاز هذا القياس متنوعة، نتيجة ارتباطها بالاختلاف السابق المسجل. ويمكن تصنيفها إلى الأنواع التالية:

استخدام وحدات اللغة، والشكل الطبيعي في القياس الكمي:

عرف محمد عبد الحميد في تناوله لوحادات اللغة هذه الأخيرة بالكلمة، والجملة، والفقرة (33).

أما وحدة الشكل الطبيعي فنقصد بها هنا وحدة مفردة النشر، المستخدمة في تقديم المادة الاعلامية إلى الجمهور. مثل: الوحدات الصحفية (مقال،

عمود، خبر، تحقيق، إلخ ...)، أو وحدة البرامج الإذاعية والتلفزيونية (نشرات الأخبار، الحصص، المنوعات إلخ ...).

وكما تم التطرق إلى ذلك سابقا، فإن القياس الكمي للمادة الاعلامية هو تحديد شكلها، وحجم تكرار ظهورها في الوسيلة الاعلامية. ومن أجل إنجاز هذا القياس الكمي، فإن الباحث يضطر أحيانا إلى استخدام وحدات اللغة، أو الشكل الطبيعي كوحدة عد. مثل: اعتماد وحدة الكلمة في تحديد حجم النص لمقال معين، قصد مقارنته بنص مقال آخر. وهذا بتطبيق الأسلوب، الذي تم شرحه سابقا في هذه الدراسة.

وفي أحيان أخرى، فإن الباحث يعتمد وحدة الجملة كوحدة عد في قياس حجم مادة اعلامية معينة، أو يستخدم وحدة الفقرة للغرض نفسه. لكن الشيء الذي تجدر الإشارة إليه هنا هو أن استخدام وحدات اللغة محل البحث يمكن تطبيقها فقط في قياس حجم النصوص المكتوبة. وإذا قرر الباحث استخدام هذه الوحدات لقياس مضامين إعلامية مسجلة على شرائط صوتية أو مصورة، فإنه يضطر إلى طباعة موادها في شكل نصوص، حتى يتسنى له ذلك.

ويمكن أيضا استخدام وحدات الشكل الطبيعي في تحديد حجم مادة التحليل. مثل اعتماد وحدة المقال، أو الخبر، أو التحقيق، أو البرنامج في العد، لتحديد مدى تكرار مادة اعلامية موضوع الدراسة. والقول مثلا: أن

امنا لوحدة
ديد الدقيق
يستخدم

حث تعتمد
ر. وما دام
برى (مقال
ة الواحدة
إنجاز هذا
تصنيفها

مي:

ن بالكلمة،

لستخدمة

ة (مقال،

هذه الأخيرة تساوي عشر مقالات أو عشرين خبرا، أو خمسة عشر تحقيقا أو سبع حصص إذاعية، أو خمس منوعات تلفزيونية إلخ ...، أو القول أيضا في حالة استخدام وحدات اللغة في العد، أن مادة التحليل تقدر بـ: كذا كلمة، أو كذا جملة، أو كذا فقرة إلخ ...

ويلاحظ في نهاية هذا التحليل أن وحدات اللغة والشكل الطبيعي للمواد الاعلامية قليلة الاستخدام في القياس، إلا في الحالات النادرة، التي يضطر الباحث فيها اضطرارا إلى هذا الاستخدام. نظرا لاقتصادها فقط على قياس النصوص المكتوبة دون الصور، والعناوين وغيرها من العناصر الطباعية غير النصية. مما دفع الباحثين إلى البحث عن أدوات قياس بديلة، لتجاوز العقبات السالفة الذكر. مثل: أدوات المساحة، والزمن، والطول.

استخدام وحدات المساحة والزمن والطول في القياس الكمي:

كشف المشاركون في الملتقى الدولي، الذي عقد سنة 1965 بسيول عاصمة كوريا الجنوبية تحت رعاية معهد الصحافة الدولي أن هناك إتفاقا دوليا حول اتجاهات الفن الصحفي في العالم من حيث الطباعة والخراج (34). خاصة على مستوى اعتماد أساليب، وأدوات قياس متعارف عليها دوليا في عملية التوزيع التبوغرافي للمواد الصحفية فوق صفحات الدوريات، أو القياس الزمني والطولي للأشرطة الصوتية، والمصورة، والأفلام.

كما توسع هذا الاتجاه أكثر بفضل توحيد أنماط القياس على مستوى تصنيع أجهزة الطباعة. مثل: آلات الطباعة، والاخراج، وطاولات التركيب الصوتي، والسمعي بصري.

وقد ترتب عن التطورات السالفة الذكر، أن سارت الأمور في مجال الدراسات الكمية نحو اعتماد مقاييس المساحة. مثل: وحدة العمود، أو وحدة السنتيمتر عمود، أو وحدة السنتيمتر مربع، أو مقاييس الزمن. مثل: وحدة الدقيقة في قياس الشرائط الصوتية والمصورة، أو استخدام مقاييس الطول في قياس الأفلام. مثل: وحدة المتر. والشئ الواجب التركيز. عليه هنا هو: أن الحصول على معطيات كمية دقيقة يتطلب الالتزام من جهة بإجراءات القياس المتعارف عليها دوليا في البحث العلمي(35). ومن جهة أخرى اعتماد أدوات قياس تتلاءم وواقع المادة الاعلامية محل التحليل، كما أكد على ذلك الباحث جاك كيزر في كتابه اليومية الفرنسية(36).

ووفق ذلك فإنه قبل الشروع في قياس حجم المادة الاعلامية محل التكميم، لا بد من اختيار أولا وحدة العد القياسية المتلائمة مع ما نريد قياسه. مثلا: فإذا كان الهدف من الدراسة هو قياس حجم تكرار مواد صحفية مطبوعة فوق صفحات دورية معينة، أو عدة دوريات، في هذه الحالة، لا بد من التأكد أولا من وضعية وجود مادة التحليل فوق الصفحات المدروسة، فإذا تم إخراج وطباعة هذه المواد بأسلوب واحد لم يتغير طوال فترة الدراسة، سواء على

شر تحقيقا،
القول أيضا
: كذا كلمة،

يعني للمواد
لتي يضطر
فقط على
العناصر
ياس بديلة،
ول.

كمي:

1 بسيول
ناك إتفاقا
الطباعة
متعارف
صفحات
والأفلام.

مستوى الدورية الواحدة، أو عدة دوريات ولم يحدث هناك أي تغيير أو تباير على مستوى القطوع أو نظام نشر الأعمدة، كما ذكر فإن أنسب وحدة عد لإجراء قياس النصوص، والصور والعناوين ذات التوزيع التبوغرافي الواحد هي وحدة السنتمتر عمود (37)، التي تستخدم في قياس ما تمثله ارتفاعات الأعمدة محل البحث من طول إجمالي بالسنتمتر.

بعد التوصل إلى قياس حجم مادة التحليل بالسنتمتر عمود، وفق الطريقة المذكورة، والتوصل إلى النتيجة المطلوبة، يمكن إعطاء النتيجة النهائية بالعمود من خلال قسمة هذه النتيجة على ما يمثله ارتفاع العمود الواحد في الدورية من سنتمترات، أو إعطاؤها بالصفحة، وهذا بقسمة من جديد عدد الأعمدة المتوصل إليها على عدد الأعمدة في الصفحة الواحدة، لتفادي استعمال الأرقام الضخمة عن طريق هذا النوع من الاختزال (38).

ويسجل أن اعتماد وحدة السنتمتر عمود في تحديد المواد الصحفية غير قابلة لقياس الاعلانات التي لا يؤخذ فيها بنظام الأعمدة في توزيع موادها فرق الصفحات. كما أنها لا تتناسب مع قياس المواد المنشورة فوق صفحات دورية، لم تلتزم بتطبيق النظام الواحد في توزيع موادها إلى أعمدة نتيجة ظهورها في قطوع مختلفة خلال فترة الدراسة، أو فوق صفحات دوريات متعددة ذات قطوع مختلفة.

من أجل تجاوز هذه العقبات قام الباحثون باعتماد وحدة السنتمتر مربع كوحدة عد في قياس هذه المواد الصحفية المتباينة نظام توزيع الأعمدة فوق

الصفحات أو قياس الاعلانات، التي لم يطبق في نشر موادها أصلاً نظام الأعمدة. وهذا من خلال حساب طول، وعرض الحيز، الذي تحتله كل مادة صحفية فوق الصفحة، وضرب هذين البعدين في بعضهما على غرار ما نفعل حين البحث عن مساحة المستطيل، ثم جمع النتائج المسجلة على كل صفحة للحصول على الناتج الاجمالي.

أما مواد الأشرطة الصوتية الاذاعية، والأشرطة المصورة التلفزيونية، والأفلام السينمائية، فإن قياسها يتم حسب الوقت، الذي يستغرقه إرسالها، أو بثها، أو عرضها باعتماد الوحدة الزمنية (الدقيقة) لحساب هذا الوقت. كما يمكن قياس مواد الأفلام من خلال أطوالها. وهذا باعتماد وحدة المتر في إنجاز ذلك.

تقنيات القياس القيمي للمحتوى:

إن قيمة مادة التحليل وأهميتها الاتصالية على مستوى الوسيلة الاعلامية غير مرتبطة فقط بما تخصصه هذه الأخيرة من كم لهذه المادة في شكل مساحة فوق الصفحات، أو في شكل وقت إرسالها، بل هناك عوامل أخرى تستخدم في عملية الابرار والتأكيد في النشر. مثل: عامل الموقع داخل الدورية، وعامل البنط المستخدم في ابراز العناوين، والنص، وعامل اللون المميز، وعامل الصورة، وعامل العناصر الزخرفية الملفتة للانتباه. كل هذه

يبر أو تباين
ب وحدة عد
افي الواحد،
له ارتفاعات

وفق الطريقة
جة النهائية
الواحد في
جديد عدد
دة، لتفادي
(.

صحفية غير
زيع موادها
ق صفحات
عمدة نتيجة
ات دوريات
نتمتر مربع
لأعمدة فوق

العوامل هي بمثابة عناصر قيمية تبرز درجة اهتمام الصحيفة بالمادة محل الدراسة. وهي بالنسبة للباحث متغيرات إلى جانب عامل التكرار الكمي، لا يمكن تجاهلها في التحليل ومقارنتها بغيرها (39).

كما أن الموسيقى، والمؤثرات الصوتية الأخرى، والألوان، ونوع اللقطة، ومدة عرضها إلخ ... هي أيضا عوامل ابراز للمواد الاذاعية، والتيلفزيونية، والسينمائية على غرار المواد الصحفية السالفة الذكر. والسؤال الذي يطرح هنا هو: كيف يتمكن الباحث من قياس القيم الاعلامية المعبر عنها من خلال العوامل السالفة الذكر؟

إن قياس القيم الاعلامية المعبر عنها من خلال الموقع، ونوع البنت، واللون المميز، والصورة، والزخرفة، والموسيقى، والمؤثرات الصوتية الأخرى، ونوع اللقطة، ومدة عرضها إلخ ... يختلف اختلافا كبيرا عن أسلوب قياس المساحة، وأسلوب قياس مدة الارسال. لأن هذه العوامل محل البحث لا تستمد قيمتها من مدى وجودها في شكل كم من المعلومات يمكن حسابه، بل من طريقة إخراجها فوق صفحات الدوريات، أو في البرامج، وتقديمها إلى الجمهور، أي من عنصر كفي غير قابل للتكميم. مما دفع الباحثين إلى قياس هذه القيم الكيفية لهذه العوامل محل البحث بالتعبير عن قيمة كل متغير منها بمعامل "coefficient" معين. مثل: العمل على اعطاء متغير الموقع معامل 40 نقطة، ومتغير العناوين معامل 40 نقطة، ومتغير التقديم معامل 20 نقطة، كما أوضح ذلك جاك كيزر في دراسته اليومية الفرنسية (40).

بعد تحديد معاملات المتغيرات المذكورة، التي يجري القياس القيمي على أساسها كما تم منذ قليل، يقوم الباحث بتصنيف العناصر الفرعية، التي تؤخذ في القياس على مستوى كل متغير، مع تحديد قيمها في شكل نقاط معينة ضمن مجموع نقاط هذا الأخير. مثلاً: لو أخذنا متغير الموقع لوجدنا أن القيمة الاعلامية للمادة المنشورة فوق الصحيفة الأولى تختلف عن قيمتها فوق الصفحتين: الثانية والأخيرة أو الصفحات الداخلية.

كما أن نشر المادة الاعلامية في يمين أعلى الصفحة الأولى بالنسبة للصحف العربية يحمل قيمة اعلامية أكبر من نشرها في يسار أعلى الصفحة نفسها أو في نصفها الأسفل.

وقصد القيام بقياس سليم، ودقيق يأخذ بعين الاعتبار الاختلافات السالفة الذكر، لا بد من تصنيف مواقع النشر في الصحيفة، التي تؤخذ بعين الاعتبار في الدراسة، والتعبير عن أهميتها الاعلامية بقيم معينة في شكل نقاط على النحو التالي:

- 1 - النشر في الصفحة الأولى يساوي 20 نقطة.
- 2 - النشر في الصفحتين الثانية، والأخيرة 10 نقاط.
- 3 - الصفحات الداخلية الأخرى 5 نقاط
- 4 - الاعلان على الصفحة الأولى، والنشر فوق الصفحة الثانية، أو الصفحة الأخيرة 15 نقطة.

بالمادة محل
ار الكمي، لا

نوع اللقطة،
والتليفزيونية،
الذي يطرح

نها من خلال

لبنط، واللون

أخرى، ونوع

ملوب قياس

ل البحث لا

حسابه، بل

تقديمها إلى

لباحثين إلى

من قيمة كل

متغير الموقع

قديم معامل

ة(40).

5 - الاعلان على الصفحة الأولى، والنشر فوق الصفحات الداخلية الأخرى 12.5 نقاط.

أما النشر على مستوى الصفحة الواحدة فيتم تصنيف مواقع، وتحديد القيمة القياسية لكل موقع كما يلي:

- 1 - النشر على يمين أعلى الصفحة الأولى 10 نقاط.
- 2 - النشر على يسار الصفحة الأولى 6 نقاط.
- 3 - النشر على النصف الأسفل للصفحة الأولى 4 نقاط.
- 4 - النشر على يمين أعلى الصفحتين الثانية والأخيرة 5 نقاط.
- 5 - النشر على يسار أعلى الصفحتين الثانية والأخيرة 3 نقاط.
- 6 - النشر على النصف الأسفل للصفحتين الثانية والأخيرة نقطتان.
- 7 - النشر على يمين أعلى الصفحات الداخلية 2.5 نقاط.
- 8 - النشر على النصف الأسفل للصفحات الداخلية نقطة واحدة.

كما يصنف متغير العناوين، الذي له معامل 40 نقطة إلى عناصر فرعية. مثل: العرض الذي احتله بالعمود فوق الصفحة، والحيز الذي شغله، والبند الذي كتب به، واللون الذي ظهر فيه. وهي عناصر فرعية يحمل تطبيقها فوق الصفحة قيمة اعلامية مختلفة تعبر عن مدى الأهمية، التي أولاها المخرج في ابراز العناوين، التي هي جزء من المادة الاعلامية محل التحليل، والتي لا بد

من عدم تجاهلها في عملية القياس. وهذا من خلال التعبير عن هذه القيم المختلفة للعناصر الفرعية السالفة الذكر بنقاط معينة على النحو التالي:

- إعطاء قيمة نقطتين مقابل النشر على عرض عمود واحد. مثلاً: فإذا نشر عنوان على عرض 8 أعمدة فقيمه 16 نقطة، وإذا نشر على عرض 7 أعمدة فقيمه 14 نقطة، وإذا نشر على عرض 6 أعمدة فقيمه 12 نقطة وهكذا

ويمكن أيضاً التعبير عن الحيز، الذي احتله كل عنوان بقيم مختلفة تبرز التباينات المرتبطة بهذا العنصر الفرعي من خلال إعطاء 4 نقاط مقابل حيز في حجم عمود واحد. وبذلك فإذا احتل العنوان حيز 4 أعمدة فقيمه 16 نقطة، وإذا احتل حيز $1/4$ عمود فقيمه نقطة واحدة وهكذا ...

كما يمكن قياس العناوين، من حيث أنواع الأبناط التي كتبت بها، والألوان التي ظهرت فيها باعتبارها عناصر فنية يتضمن تطبيقها قيماً إبرازية للمادة الإعلامية يجب أخذها بعين الاعتبار في التحليل، والتقييم. وهنا لا بد من تصنيف أنواع الأبناط إلى فئات من الأحجام (41). حيث تضم الفئة الأولى أحجام الأبناط التي تبدأ من الرقم 12 وتنتهي عند الرقم 20، والفئة الثانية، أحجام الأبناط ذات الأرقام المحصورة بين العددين: 22 - 28، والفئة الثالثة أحجام الأبناط المحصورة بين العددين: 30 - 36، والفئة الأخيرة أحجام الأبناط التي تبدأ من الرقم 38 وما فوق، وإعطاء لكل فئة من هذه الفئات الأربع قيمة نقطتين.

مات الداخلية

إقعه، وتحديد

ط.

اط.

نقطتان.

حدة.

ناصر فرعية.

شغله، والبنت

تطبيقها فوق

المخرج في

، والتي لا بد

تقاس الألوان المستخدمة في اخراج عناوين مادة التحليل بنفس الطريقة السابقة لأحجام العناوين حيث تصنف إلى فئات لونية (42). ويعطى لكل فئة قيمة محددة من النقاط.

كما يقاس متغير التقديم بنفس الكيفية المطبقة على مستوى قيا، متغيري الموقع، والعناوين. وهذا من خلال حصر هذا القياس في عنا فرعية معينة. مثل: الصورة التي تنشر إلى جانب الموضوع محل التحلي والبنت الذي كتب به، واستخدام العناصر التبوغرافية في التركيز على أهمي الاعلامية كوضعه داخل إطار أو الإشارة إلى هذه الأهمية بزخرفة معيذ واعطاء قيمة معينة في شكل درجات محددة، لكل عنصر من هذه العناصر الفرعية. مثل إعطاء الصورة قيمة 10 نقاط، والبنت الأسود قيمة 5 نقاء والعناصر التبوغرافية الأخرى قيمة 5 نقاط.

وتطبق الكيفية نفسها في قياس مواد تحليل الأشرطة الصوتية والمصورة، والأفلام. وهذا عبر تحديد فئات المتغيرات التي يجري قياسه فإلى جانب متغير حجم الارسال، الذي يقاس زمنيا بالدقيقة، توجد متغيرا، الموسيقى، والمؤثرات الصوتية الأخرى، ونوع اللقطة، ومدتها، والألوا كعوامل تساهم في تحسين ارسال المادة الاعلامية، والرفع من قيمته الاعلامية. وبالتالي لا بد من أخذها أيضا بعين الاعتبار في عملية القياس من خلال تخصيص لكل منها قيمة معينة في شكل نقاط محددة يتناسب حجمها مع حجم ظهورها في الشريط.

تقنيات قياس وحدة الشخصية:

لا يقتصر القياس الكمي على دراسات الإعلام والاتصال، التي تستهدف تحليل ما تنشره الصحف من مواد اعلامية، واعلانية فوق صفحاتها، أو ما تنشره المحطات الاذاعية والتلفزيونية من محتويات متنوعة، بل يطبق أيضا في الدراسات التحليلية الكمية التي تعالج القصص الأدبية، والمسرحيات، والمسلسلات التلفزيونية، والروايات الاذاعية، والكتابات التاريخية، حيث تتناول شخصياتها الخيالية، والحقيقية من مشاهير العلماء، والقادة البارزين، الذين كان لهم الباع الطويل في صنع أحداث معينة. وهذا قصد التعرف على طبيعة هذه الشخصيات، ودرجة حضورها في مضامين هذه الأعمال، وعلى السمات المميزة لها، والأدوار التي قامت بها، والأفكار التي تبنتها في توجهاتها الفكرية. حيث يجري القياس الكمي للعناصر السالفة الذكر على مستوى مضامين هذه الأعمال باعتماد وحدة تحليل الشخصية كوحدة تسجيل يجري على أساسها التعرف. مثلا: على عدد أبطال القصة محل التحليل، وتحديد حجم تكرارها، أو تحديد الصفات المقدمة لكل بطل منهم من طرف الكاتب أو ضبط طبيعة الدور الذي أسند إلى أحدهم، أو الوقوف على أفكارهم المختلفة.

إن الشيء الواجب الانتباه إليه في اعتماد وحدة تحليل الشخصية في مثل هذا النوع من الدراسات التحليلية، هو: أن الكاتب في التعبير عن هذه

بنفس الطريقة
يعطى لكل فئة

مستوى قياس
في عناصر
محل التحليل،
يز على أهميته
زخرفة معينة،
هذه العناصر
نيمة 5 نقاط،

لغة الصوتية،
بري قياسها،
وجد متغيرات
نها، والألوان
من قيمتها
ملية القياس،
بعدة يتناسب

الشخصيات وسماتها، وأدوارها، وأفكارها يستخدم مباني لغوية متنوع مثل: الكلمة، الجملة، الفقرة، إلخ... وبالتالي يجب على الباحث أن يقرأ مادة التحليل قراءة متأنية، ودقيقة، حتى يحدد طبيعة المبنى اللغوي الواجب البحث فيه للعثور على ما يريد الوصول إليه في هذا القياس الكمي مثلاً: فإذا استخدم الكاتب في التعبير عن شخصيات القصة مبنى الكلم سواء بذكرها عن طريق صيغاتها. مثل: الأمين - الصادق - الكريم، فإن الباحث يأخذ بتقنيات القياس الكمي المطبقة على مستوى وحدة تحليل الكلمة، التي تم التطرق إليها في هذه الدراسة سابقاً.

أما إذا استخدم الباحث وحدة الجملة، أو الفقرة، أو غيرها في التعبير عن هذه الشخصيات، وصفاتها في شكل معاني محددة، أو طرح مواقفها وآرائها من قضايا معينة في شكل أفكار، فإن الأمر لا يخرج أيضاً عن تطبيق تقنيات القياس الكمي لمعاني هذه الوحدات اللغوية، التي سبق التطرق إليها في تناولنا لوحدة تحليل الفكرة.

وإن تطبيق وحدة تحليل الشخصية في الدراسات التحليلية الكمية يخضع من حيث الاستخدام إلى أسلوبين:

1 - أسلوب التحليل المباشر لشخصية (فرد، مجتمع) معلومة لدى الباحث، ومحددة لديه مسبقاً عبر مجموعة من السمات الأساسية، ثم يقو بالبحث عنها في المحتوى لتحديد درجة تردها على غرار ما فعلت نادي

غوية متنوعة. سالم في بحث صورة العرب والاسرائيليين في الولايات المتحدة الأمريكية من
حث أن يقوم لبنى اللغوي،
قياس الكمي.
مبنى الكلمة،
الكريم، فإن
وحدة تحليل

2 - أسلوب التحليل غير المباشر لشخصية، سماتها غير معروفة مسبقا
لدى الباحث، والقياس الكمي، في هذه الحالة يستهدف التعرف على
السمات المذكورة في المحتوى للوصول من خلالها إلى طبيعة الشخصية
المقصودة بهذه السمات، وعادة ما يستخدم هذا الأسلوب غير المباشر في
تحليل النصوص الدعائية ذات المصدر الخفي للتعرف عليه من السمات
المقدمة لشخصيته في المحتوى الدعائي، أو تحديد الطرف المستهدف
أ في التعبير
رح مواقفها،
ج أيضا عن
سبق التطرق

كمية يخضع

معلومة لدى
مية، ثم يقوم
فعلت نارية

الهوامش:

- (1) - محمد عبد الحميد. تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1985، ص 13.
- (2) - جامعة لويزيانا الأمريكية. المدخل إلى بحوث الاتصال الجماهيري، ترجمة المركز العربي للبحر، بغداد، 1988، ص 169.
- (3) - G. Gillon, Hollier-Larousse, Mareau et Cie. Grand Larousse Encyclopédique - me: sixième, librairie Larousse, Paris, 1962, p. 294.
- (4) - محمد عبد الحميد. المرجع السابق الذكر، ص 173.
- (5) - سمير محمد حسين، تحليل المضمون، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، 1983، ص 25.
- (6) - Jacques Kayser. Le quotidien Français, librairie Armond Colin, Paris, 1963, p. 3.
- (7) - Roger Mucchielli. L'analyse de contenu des documents et des communications, me Edition, les éditions E.S.F. Entreprise Moderne d'Édition, librairies techniques, Paris, 1982, p. 31.
- (8) - محمد محمود ربيع. مناهج البحث في العلوم السياسية، الطبعة: الثانية، مكتبة الفلاح، الكويت، 1978، ص 249.
- (9) - جيهان أحمد رشتي. الأسس العلمية لنظريات الاعلام، دار الفكر العربي، مصر، 1975، ص 19.
- (10) - مجد الدين محمد بن يعقوب. القاموس المحيط، الجزء الثاني، دار الكتاب العربي، لبنان، 144.
- (11) - المرجع السابق، ص 244.
- (12) - سمير محمد حسين. المرجع السابق الذكر، ص 26.

- (13) - Dominique Maingueneau. Initiation aux methodes de l'analyse du discours , Hachette, Paris, 1976, p. 8
- (14) - هيئة البحوث والدراسات، مدخل عام لتحليل المضمون، مجلة البحوث، العدد: 11 مايو 1984، المركز العربي للبحوث، بغداد، ص 147.
- (15) - المرجع السابق، ص 146.
- (16) - Laurence Bardin. Analyse de contenu, Presse Universitaire de France, Paris, 1977, p. 176.
- (17) - Roger Mucchielli, op. cit. p. 33.
- (18) - مارلين نصر. التصور القومي العربي في فكر جمال عبد الناصر، 1952-1970، دراسة في علم المفردات والدلالة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1981، ص 38.
- (19) - H. Lamiriaux et Cie Editeurs. La grande Encyclopédie, Tome: Deuxième, soci-été des savants et de gens de lettres, Paris, 1961, p. 911.
- (20) - Roger Mucchielli, op. cit. p. 32.
- (21) - Laurence Bardin, op. cit. p. 102.
- (22) - سمير محمد حسين، المرجع السابق الذكر، ص 77.
- (23) - Laurence Bardin, op. cit. p. 104/
- (24) - Ibid, p. 51.
- (25) - جامعة لويزيانا الأمريكية، المرجع السابق الذكر، ص 173.
- (26) - Angé, Gillon, Hollier-Larousse, Mareau et Cie. Grand larousse Encyclopédique, Tome: Sixième, op. cit. p. 40.
- (27) - Raoul Mortier. Dictionnaire Encyclopédique, Quillet, Tome: F.K. librairie - Aristide Quillet, Paris, 1934, p. 2318.
- الجامعية، الجزائر،
مركز العربي للبحوث.
Angé, Gillon, H
Tome: sixième,
1981، ص 25.
Jacques Kayser
153.
Roger Mucchie
4ème Edition, l
Paris, 1982, p. .
نبذة الفلاح، الكويت
نصر 1975، ص
لعربي، لبنان، ص

- (28) - محمد عبد الحميد، المرجع السابق الذكر، ص 136.
- (29) - Roger Mucchielli. op. cit. p. 33.
- (30) - سمير محمد حسين، المرجع السابق الذكر، ص 83.
- (31) - المرجع السابق، ص 25.
- (32) - محمد عبد الحميد، المرجع السابق الذكر، ص 138.
- (33) - أحمد بن مرسللي. التطور الفني لمجلة المجاهد الأسبوعي 1962-1979، أطروحة ماجستير في العلوم الاعلامية والصحفية، جامعة الجزائر، معهد العلوم السياسية والاعلامية، الجزائر 1982 ص 2.
- (34) -
- (35) - Jacques Kayser. Le quotidien Français, op. cit., p. 137.
- (36) - Ibid. p. 135.
- (37) - Roger Mucchielli, op. cit. p. 32.
- (38) - Jacques Kayser. Une semaine dans le monde, étude comparée de 17 grands quotidiens pendant 7 jours, UNESCO, Paris 1952, p. 21.
- (39) - محمد عبد الحميد. المرجع السابق الذكر، ص 192.
- (40) - Jacques Kayser. Le quotidien Français, op. cit., p. 152.
- (41) - أحمد حسين الصاوي. طباعة الصحف وإخراجها، الدار القومية للطباعة، القاهرة، 1974 ص 135.
- (42) - المرجع السابق، ص 191.
- (43) - نادية سالم. صورة العرب والاسرائيليين في الولايات المتحدة الأمريكية، معهد الدراسات العربية، دار مأمون للطباعة، القاهرة، 1978، ص 51.