

الأخطاء المنهجية في استخدامات تحليل المضمون الاتصالي والإعلامي
**Methodological errors in the uses of communicative
and media content analysis**

نورين عشاش*، مخبر الفكر الإسلامي في الجزائر،
جامعة جيلالي ليايس سيدي بلعباس
nourine.achache@univ-sba.dz

تاريخ القبول: 2024/06/23

تاريخ الاستلام: 2024/05/05

ملخص:

تتعدد الأدوات المنهجية المستخدمة في جمع البيانات في البحث العلمي، سواء ارتبط الأمر بدراسة كمية أو كيفية أو مختلطة، لذلك فإن الاهتمام بتصميمها وحسن تطبيقها من شأنه أن ينعكس على جودة أي دراسة، وتضمن هذه الدراسة المنهجية عددا من الأخطاء التي يمكن أن يقع فيها أي باحث عند استخدامه لتحليل المضمون في الدراسات الاتصالية والإعلامية، والهدف من ذلك هو التنبيه عليها لتفاديها من أجل تحقيق نتائج علمية موثوقة. وتغطي هذا الأخطاء المنهجية ثلاثة مراحل مختلفة، تبدأ بمرحلة ما قبل بداية عملية التحليل ثم مرحلة التحليل ثم مرحلة ما بعد عملية التحليل. وقد توصلت الدراسة إلى أن تحليل المضمون ليس أداة جامدة بل يمكن تطويرها بما يتلاءم مع إشكالية الدراسة وأهدافها

* المؤلف المراسل

الكلمات المفتاحية: الأخطاء المنهجية - منهجية البحث - تحليل المضمون - أدوات جمع البيانات - الدراسات الاتصالية والإعلامية.

Abstract:

There are many methodological tools used to collect data in scientific research, whether it is related to quantitative, qualitative, or mixed studies. Therefore, attention to their design and good application would be reflected in the quality of any study, and this methodological study includes a number of mistakes that any researcher could fall into. When used to analyze content in communication and media studies, the aim is to alert them to avoid them in order to achieve reliable scientific results.

These systematic errors cover three different stages, starting with the stage before the beginning of the analysis process, then the analysis stage, and then the stage after the analysis process.

This study also suggests some solutions that the researcher can resort to during the analysis process for possible problems based on previous experiences.

Keywords: Methodological errors, Research methodology, Content analysis, Data collection tools, Communication and media studies. □

مقدمة:

أخذ البحث العلمي في مجال الإعلام والاتصال عدة اتجاهات وأساليب بحثية، تدور كلها حول عنصر أو أكثر من عناصر العملية الاتصالية الخمسة المعروفة التي صاغها عالم الاجتماع الأمريكي هارولد لاسويل Lasswell Harold، وضمن سياقها الاجتماعي الذي تولدت فيه، وذلك من خلال ما يعرف بدراسات القائم بالاتصال ودراسات الجمهور والدراسات المتعلقة بالوسيلة من حيث البنية والوظيفة ودراسات التأثير، غير أن حلقة الوصل بين المراسل والمتلقي التي تشكلها الرسالة برموزها اللغوية أو غير اللغوية كالصور والرسومات أو بهما معاً، تعتبر هي الأخرى مجالاً خصباً للدراسة من خلال دراسات تحليل المضمون، رغم بعض الصعوبات والعراقيل المنهجية التي قد تعترض الباحث أثناء عملية التحليل، مما يجعل نتائج البحث التي هي زبدة هذا الجهد العلمي على المحك.

لذلك وحتى يضمن الباحثون في مجال الإعلام والاتصال والعلوم السياسية وباقي العلوم ذات الصلة، تحقيق نتائج علمية من استخدامهم لتحليل المضمون، فإنهم مطالبون بتفادي هذه العراقيل المنهجية بالدرجة الأولى المرتبطة بالتحليل، حتى لا يضيع جهدهم سدى، ويتم في المقابل تحقيق الغاية من هذا التحليل وكذا أهداف البحث.

من هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة إلى إبراز أهم العقبات المرتبطة بسوء استخدام تحليل المضمون في الدراسات البحثية، وذلك من خلال طرح الإشكالية الرئيسية: ما هي أبرز الأخطاء المنهجية التي تحول دون تطبيق سليم لتحليل المضمون في الدراسات الاتصالية والإعلامية؟

1- مفهوم تحليل المضمون:

"بدأ استخدام تحليل المضمون منذ العشرينات من القرن الماضي في الصحافة والإعلام أولاً، ثم انتشر إلى العلوم الأخرى كعلم الاجتماع وعلم النفس وعلوم السياسة والتربية... الخ، فقد قام "مالكوم ويلي" 1926 بدراسة عن "صحافة البلد" حيث حدد بمقتضاها الموضوعات التي تتناولها الصحافة وقام بتصنيفها

حسب فئات معينة للتحليل" (سلاطنية والجيلاني، 2012، ص54)، كما تم استخدامه في الدراسات الاتصالية والسياسية بفضل الباحث السياسي وعالم الاجتماع هارولد دوايت لاسويل Harold Dwight Lasswell.

"إن تحليل المضمون هو الأداة الأكثر استعمالاً بالنسبة إلى المؤرخين والمؤرخات وعلماء الاجتماع وعلماء السياسة وعلماء النفس المهتمين بدراسة الثقافات الأجنبية ووسائل الإعلام بصفة عامة" (أنجرس، 2006، ص218)، وقد تعددت تعريفاته بين الباحثين والدارسين، حيث "عرّفه واليزر وواينر Walizer and Wienir 1978 بأنه أي إجراء منظم (منهجي) يستخدم لفحص مضمون معلومات مسجلة... وتعريف كيرلينجر Kerlinger 2000 هو منهج لدراسة الاتصال وتحليله بطريقة منتظمة وموضوعية وكمية بغرض قياس المتغيرات" (ويمر ودومينيك، 2013، ص279)، كما "عرّفه بيرنارد بيرلسون بأنه طريقة للبحث تهدف إلى التوصل إلى وصف موضوعي ومنهجي وكمي للمضمون الواضح للاتصال... كما عُرّف بأنه الطريقة المنهجية التي نستخدمها لكي نصف مضمون الاتصال سواء أكان هذا المضمون شفها أو مكتوباً أو إذاعياً أو تلفزيونياً، وصفاً كمياً وموضوعياً بطريقة منتظمة منهجية بغرض اختبار فروض علمية أو الإجابة على تساؤلات بحثية" (المزاهرة، 2014، ص370).

ويتم تحليل المادة الاتصالية من جانبين اثنين، حيث يضم الجانب الأول فئات الشكل والتي يتم التعبير عنها بالسؤال (كيف قيل؟) وتضم فئات مثل العناصر التيبوغرافية، والموقع والنوع الصحفي واللغة والألوان وشكل العبارة، بينما يضم الجانب الثاني فئات المضمون والتي يتم التعبير عنها بالسؤال (ماذا قيل؟) وتضم فئات مثل القيم والجمهور المستهدف والاتجاه والأهداف والموضوع والمصدر والفاعل، وفي كل الحالات يمكن للباحث أن يجتهد في إيجاد فئات أخرى من حيث الشكل أو المضمون إذا اقتضت الضرورة البحثية ذلك، وبما يتناسب مع المادة التي يريد تحليلها وتساؤلات دراسته وأهدافها.

لقد كانت بعض فنيات المنهجية العلمية ولا تزال محل خلاف بين الباحثين قديماً وحديثاً، سواء في بعض الإجراءات البحثية أو في الأدوات المستخدمة لجمع

البيانات، ومن ذلك على سبيل المثال لا الحصر تحليل المضمون فقد طاله الاختلاف بدء بالتسمية مروراً بالتعريف وليس انتهاء بطريقة التحليل، حيث يعتبر قطاع كبير من هؤلاء الباحثين أن تحليل المضمون هو نفسه تحليل المحتوى، بالرغم من اختلاف التسمية إلا أنهما في الواقع شيئاً واحداً، بينما يعارض هذا الرأي آخرون، ويميلون إلى اعتبار تحليل المحتوى يختلف عن تحليل المضمون وأنهما شيان منفصلان، رغم أنهما يشتركان في اعتبار الرسالة هي محل دراستهما، مثل ما هو حاصل مع تحليل الخطاب أو التحليل الوثائقي أو التحليل السيميولوجي.

كما "ثار كثير من الجدل والنقاش بين الباحثين في العلوم الاجتماعية بصفة عامة وعلماء الاجتماع بصفة خاصة حول طبيعة "تحليل المضمون" من حيث كونه منهجاً أم أسلوباً أو طريقة في البحث أم أداة لجمع البيانات"، (عبد الرحمن والبدوي، 2002، 337) أو مثلما عبر عنه الباحث كريم محمد حمزة بقوله: "نجد أن هناك من يرى أنه منهج Method ومن يرى أنه تكنيك Technic أو أسلوب Style والواقع أن كل الكلمات المذكورة تثير أسئلة جديدة ولا تقدم إجابات" (حمزة، 2010، 43) كما اختلف الباحثون أيضاً في طريقة تحليل المادة الاتصالية والسياسية من حيث الوصف أو التحليل، بمعنى هل يتم الاكتفاء بتحليل ما هو ظاهر منها فقط، أم على الباحث أن يقرأ المعاني الكامنة التي أراد صاحب تلك المادة أن يوصلها للجمهور دون أن يفصح عنها بشكل واضح.

بغض النظر عن هذه الاختلافات المنهجية فإنه لا ينبغي للباحث أن يقف عندها كثيراً خاصة عندما يريد التحليل، إذ أنه مطالب في كل الحالات بتبني وجهة نظر واحدة، ثم المضي قدماً في إجراءات التحليل الخاصة بالمادة المراد تحليلها.

2 - مزايا وعيوب تحليل المضمون:

كغيره من الأدوات والتقنيات العلمية الأخرى، فإن تحليل المضمون يتصف بمجموعة مزايا تجعله وسيلة فعالة في قراءة مضامين الوسائل الإعلامية المقروءة منها والمسموعة والمرئية والإلكترونية وكذا البيانات والخطابات السياسية، فضلا عن تمتع الباحث بالمرونة في إجراءات التحليل، باعتبار أن المادة محللة موجودة بين يديه بإمكانه أن يعود إليها وقت ما يشاء، على عكس الأدوات العلمية الأخرى التي يكون فيها الباحث أحيانا "أسيرا" لدى المبحوثين في انتظار ردهم على أسئلة استماراته أو لإجراء مقابلاته معهم.

ولكن هذا التحليل يتفاضل عن أساليب البحث الأخرى بما يلي: (عزي وبومعيزة، 2010، 431)

أ - أن البيانات تحتوي على الرموز التي تشكل فحوى الاتصال مثل الرسائل والكتب والخطب الدينية والمحاورات والبرامج التلفزيونية والجلسات العيادية والرسوم واللوحات الزيتية، الخ.

ب - أن طريقة التحليل تستهدف الدقة وإمكانية الإعادة، الشيء الذي يقلل من الغموض أو التحيز الناجم عن أحكام الباحث الواحد.

عموما إن لكل منهج أو تقنية بحث علمي مهما كانت المزايا التي يتمتع بها عيوبها تجعله محل نقد من طرف الباحثين، ونفس الشيء بالنسبة إلى تحليل المضمون الذي كان له نصيبا من هذا النقد، وتم الحديث عن عدة عيوب فيه.

إذ تظهر عيوب طريقة تحليل المضمون إذا نظرنا إلى حجم المشكلات التي يثيرها ذلك، لأنه من الصعب مع هذه الطريقة أن يعرف الباحث إلى أي حد يستمر في التحليل الكمي لمادة الاتصال، ومتى يستعين بالتحليل الكيفي وإضافاته القيمة (سلاطنية والجيلاني، 79).

3- الأخطاء المنهجية في استخدامات تحليل المضمون:

من الوارد جدا أن يقع الباحث في بعض الأخطاء المنهجية في دراسته العلمية، ومن بين مكامن تلك الأخطاء هو سوء استخدامه لتحليل المضمون، وقد حاولنا من خلال جمع وسرد بعض تلك الأخطاء، التنويه والتنبية عليها حتى لا يقع فيها باحثون آخرون، وقد قمنا بتقسيمها إلى ثلاثة مراحل وفقا لموقع الخطأ من مراحل التحليل، وتم ذلك من خلال قراءات معرفية وممارسات شخصية مع الطلبة.

3-1- بعض الأخطاء التي تقع قبل عملية التحليل:

أ - سوء اختيار عنوان الدراسة المناسب مع تحليل المضمون: يمكن في كثير من الحالات اكتشاف أداة جمع البيانات من خلال العنوان الرئيس للدراسة، وفي حالة استخدام تحليل المضمون كأداة وحيدة فإنه غالبا ما يتم استخدام عناوين على شاكلة (معالجة الصحف لـ...) أو (المعالجة الإعلامية لـ...) مثل: "معالجة الصحف لقضايا العنف في المجتمع الجزائري"، أو "المعالجة الإعلامية لقضايا الهجرة غير الشرعية في القنوات الجزائرية الخاصة"، وأحيانا لما يكون تحليل المضمون أداة أساسية أو ثانوية، يمكن أن نجد عناوين بصيغ أخرى مختلفة مثل: "العدوان الإسرائيلي على غزة في النشرات الإخبارية"، ولا يمكن في أغلب الحالات استخدام عناوين تحمل لفظة "تأثير" التي تتطلب التعامل مع الجمهور وليس مع مادة إعلامية أو اتصالية.

ب - سوء اختيار العينة المناسبة أو تحديد نوعها: إن سوء اختيار نوع العينة المناسب للدراسة يقدر في جودة البحث وفي النتائج المتوصل إليها، وفي إمكانية تعميمها مهما كان نوع الأداة المستخدمة لجمع البيانات من مفردات العينة، إذ أن اختيار العينة المناسبة لا يرجع إلى مزاج الباحث، وإنما طبيعة الدراسة هي التي تفرض على الباحث اختيار عينة معينة دون سائر أنواع العينات، وكذلك مدى ظهور المادة المراد تحليلها في الجريدة أو القناة مثلا إذا كان يوميا أم على فترات متباعدة فإن ذلك يسهم أيضا في اختيار نوع العينة المناسبة، أي أن التحليل المبدئي مهم في هذه الحالة.

في بعض الحالات التي تكون فيها المادة محل التحليل منشورة على فترات زمنية طويلة ويريد الباحث معرفة مدى تأثير السياق الزمني على نشر تلك المادة وعلى مضمونها، فإنه يمكن أن يلجأ إلى استخدام "العينة الاصطناعية" وهي تشبه نوعاً ما "العينة المنتظمة"، وبإمكانها أن تضمن للباحث دراسة كل أيام الأسبوع (الأسبوع الاصطناعي) وكل أسابيع الشهر (الشهر الاصطناعي) وكل أشهر السنة (السنة الاصطناعية)، فلو كنا على سبيل المثال بصدد دراسة حول الأخبار الثقافية في جريدة معينة، ومعلوم أن هذا النوع من المواضيع يتم نشره يومياً في الصحف الإخبارية اليومية، فيمكن استخدام الأسبوع الاصطناعي من شهر واحد فقط، ويتم ذلك من خلال اختيار العدد الذي يتوافق مع اليوم الأول من الأسبوع الأول (أي يوم الأحد)، ثم اختيار العدد الذي يتوافق مع اليوم الثاني من الأسبوع الثاني (أي يوم الاثنين)، ثم اختيار العدد الذي يتوافق مع اليوم الثالث من الأسبوع الثالث (أي يوم الثلاثاء)، ثم اختيار العدد الذي يتوافق مع اليوم الرابع من الأسبوع الرابع (أي يوم الأربعاء)، ثم اختيار العدد الذي يتوافق مع اليوم الخامس من الأسبوع الأول (أي يوم الخميس)، ثم اختيار العدد الذي يتوافق مع اليوم السادس من الأسبوع الثاني (أي يوم الجمعة)، ثم اختيار العدد الذي يتوافق مع اليوم السابع من الأسبوع الثالث (أي يوم السبت).

كما يمكن اختيار الأسبوع الاصطناعي من شهرين متتابعين، من خلال استخراج الأسابيع الأربعة الأولى من الشهر الأول كما هو مذكور آنفاً، ثم يختار العدد الذي يتوافق مع اليوم الخامس من الأسبوع الأول من الشهر الثاني (أي يوم الخميس)، ثم يختار العدد الذي يتوافق مع اليوم السادس من الأسبوع الثاني من الشهر الثاني (أي يوم الجمعة)، ثم يختار العدد الذي يتوافق مع اليوم السابع من الأسبوع الثالث من الشهر الثاني (أي يوم السبت)، وبهذه الطريقة يكون قد ضمن في عينته كل أيام الأسبوع وكل أسابيع الشهر.

أما الشهر الاصطناعي فيمكن استخراجه من سنة واحدة أو عدة سنوات متتابة، وفيها يتبع الباحث نفس طريقة اختيار الأسبوع الاصطناعي إلى أن يصل إلى 30 عدداً.

ت - سوء اختيار الفترة الزمنية للتحليل: ينبغي على الباحث عند اختياره لموضوع الدراسة أن يستبعد بعض الفترات الزمنية التي يمكن أن تؤثر في النتائج المتوصل إليها، فإذا كانت دراسته متعلقة بالاقتصاد والنفط أو الغاز، فلا ينبغي أن يختار الفترة التي تعقد فيها اجتماعات الأوبك، لأنه من المنطقي جدا أن تزداد التغطية الإعلامية لها، وهو ما يسميه بعض الباحثين (مشكلة التحيز المنتظم في المضمون نفسه)، "وعموما يستطيع الباحثون الذين يفهمون موضوعاتهم جيدا تجنب حدوث مثل هذه الأسباب المؤدية الى نتائج مضللة" (زغيب، 2009، 148)

ث - عدم القيام بالتحليل المبدئي: التحليل المبدئي أو التحليل الأولي هو مرحلة سابقة لعملية التحليل النهائي، يقوم الباحث فيها باختيار مجموعة أعداد من الجريدة المراد تحليل مضمونها أو مجموعة البرامج أو الكتب أو النشرات الإخبارية، ويقوم بتحليلها تحليلًا كافيًا، حتى تكون لديه فكرة مبدئية عن طبيعة المضمون المراد دراسته، لأن ذلك سيساعد الباحث في إمكانية اختيار هذا الموضوع أصلاً أم لا، كما يفيد في اختيار نظام العينة الذي يناسب دراسته في حالة عقد العزم على إجرائها بالإضافة إلى وظائف أخرى.

أما وظائف التحليل المبدئي التي تسهم في صياغة مشروع التحليل النهائي وإجراءاته، فإنه يمكن تلخيصها في الآتي (سلاطنية والجيلاني، 67):

- صياغة مشروع الترميز: والذي يشمل تحديد وحدات التصنيف ووحدات التحليل ووحدات العد والقياس.

- استثارة الأساليب الإحصائية أو الرياضية للعد والقياس وتحديد القيم والأصناف الخاصة بالوحدات.

- تصميم استمارة التحليل وجدولة الفئات والوحدات وتقرير أساليب البيانات الكمية وعقد المقارنات.

- صياغة إجراءات الصدق المنهجي ووضع المعايير الخاصة بتحقيق واختيار صدق الإجراءات وصدق النتائج، وبصفة خاصة في الدراسات الخاصة بالاستدلال أو التحليل الاستدلالي.

ج - عدم القراءة المتأنية للمادة الاتصالية: الاستعجال في قراءة المادة موضوع التحليل من طرف الباحث والشروع في التحليل مباشرة من شأنه أن يعطي نتائج قد تكون غير صحيحة، لذلك وجب التأنى في قراءة المادة الاتصالية لأكثر من مرة قبل اختيار الفئات المناسبة، والقراءة الجيدة المتمحصة تسهم في تحديد دقيق للفئات التي يمكن استخدامها وتفريعاتها إذا وجدت.

ح - عدم تحكيم استمارة التحليل: إن أداة استمارة التحليل التي يعدها الباحث في صيغتها الأولية من الأفضل أن يعرضها على مجموعة من المحكمين ليطلعوا عليها ويبدوا فيها آراءهم، فيعدلوا منها أو يحذفوا بعض الفئات أو يضيفوا إليها فئات أخرى، ليقوم الباحث في ما بعد بصياغة استمارة التحليل النهائية بناء على تلك الملاحظات المقدمة من الخبراء، ولأن كان (التحكيم) ليس شرطاً إجبارياً حسب بعض الباحثين، لكن لا بأس من القيام به خاصة بالنسبة للمبتدئين.

3-2. بعض الأخطاء التي تقع أثناء عملية التحليل:

أ - عدم الفصل بين فئات التحليل (الاستقلالية): يمثل اختيار الفئات خطوة هامة في تحليل المضمون، فالفئات هي التي تسمح بوصف الدراسة، وعلى الباحث أن يأخذ في عين الاعتبار عند تحديد الفئات أن لا تكون متشابهة مع بعضها البعض، حتى لا يتم تصنيف المادة محللة ضمن أكثر من تصنيف واحد، وهو ما يسمى بمبدأ استقلالية الفئات.

ب - عدم توافق الفئات مع مضمون المادة الاتصالية: لا ينبغي على الباحث أن يضع فئات ليس لها علاقة بمضمون المادة الاتصالية محل التحليل، بل لا بد من "وجود ارتباط وثيق بين المادة الاتصالية موضع التحليل وبين الفئات بحيث تجد الفئات مكانها بشكل طبيعي في تلك المادة" (سلاطنية والجيلاني، 78).

ت - عدم معرفة قياس مساحة المادة المحللة في النسخة الالكترونية من الجرائد والمجلات: كثيرا ما لا تتوفر لدى الباحث كل النسخ الورقية للجرائد أو المجلات التي يريد تحليل مقالاتها لكون المدة الزمنية بعيدة نسبيا أو لتعذر الحصول عليها أو لأي سبب آخر، وبالتالي فإنه يضطر للجوء إلى تحميل نسخة إلكترونية منها بصيغة PDF إذا توافرت لديه، لكنه سيجد صعوبة في كيفية قياس المساحة في هذه الحالة بالنظر إلى أن النسخة الالكترونية يتم تكبيرها أو تصغيرها بدرجات متفاوتة مما يجعل القياس صعبا، وفي هذه الحالة إذا استطاع الباحث القيام بطباعة نسخة من الجريدة بحجمها الأصلي كما في النسخة الورقية فإنه بإمكانه في هذه الحالة القيام بحساب المساحة بطريقة عادية بوحدة السنتيمتر المربع، أما في حالة ما إذا لم يستطع ذلك فإنه يلجأ إلى قياس المساحة وفق النسبة المئوية كحل ثان، أي قياس نسبة الموضوع المراد تحليله بالنسبة للصفحة كاملة، بحيث يقوم الباحث بحساب مساحة الصفحة كاملة كما هي في نسختها الالكترونية بالسنتيمتر المربع وتقابلها نسبة 100 %، ثم يقوم بعد ذلك بحساب مساحة الموضوع ويجري عملية ثلاثية لاستخراج نسبة الموضوع مقارنة بالصفحة التي نشر فيها، وأحيانا كحل آخر تتم قياس المساحة بحساب عدد الكلمات في برنامج Word.

ث - الإكثار من التصنيفات: "كما أنه مما يوصى به في مرحلة تحليل المعلومات أهمية التقليل قدر المستطاع من عدد التصنيفات، ذلك أنه عندما يكون الباحث وبالأخص القائم بعملية الترميز ذا دراية بعددها فإنه سيتمكن من امتحانها بيسر وسهولة، كما أنه سيقول من تداخل المواضيع في تلك التصنيفات، يضاف إلى ذلك أن قارئ البحث سيسهل عليه فهمه، ولا ننسى بأن زيادتها سوف تكلف المرمز الكثير من الوقت بالرجوع إلى قائمة التعريفات". (الحيزان، 2004، 143).

ج - عدم التفرقة بين وحدات التسجيل ووحدات السياق:

- ضرورة التفرقة بين وحدة التسجيل ووحدات السياق أو التحليل، فوحدة التسجيل أو العد هي أصغر وحدة يظهر من خلالها تكرار الظاهرة، أما وحدة

السياق أو التحليل فهي الفقرة أو مجموعة الفقرات أو الموضوع المتكامل الذي يقوم الباحث بفحصه ودراسته للتعرف على وحدات التسجيل أو العد واستخراجها.

- ضرورة التفرقة بين وحدة التصنيف ووحدة العد، حيث ترتبط وحدة التصنيف بعملية التحليل، أما وحدة العد فتتربط بعملية التبيويب. (الدليفي واللامى، 2008، 109)

ح - عدم الاهتمام بوضع التعريفات الإجرائية للفئات: تسهل التعريفات الإجرائية للفئات عملية التصنيف، لكن بعض الباحثين لا يولون اهتماما كبيرا لتعريف الفئات المستخدمة تعريفا إجرائيا رغم أهمية ذلك في تصنيف المحتوى بل وتأثيره على نتائج الدراسة، ويظهر ذلك عند استخدام بعض الفئات التي تبدو متشابهة نوعا ما فيصعب تصنيف المحتوى ضمنها في ظل عدم وجود تعريف إجرائي لها.

إذ أن غياب التعريف الإجرائي قد يجعل الباحث صاحب الدراسة يصنف المحتوى في فئة والمرمز أو المحكم يصنفها في فئة أخرى وبالتالي عند قياس الثبات باستخدام معادلة "هولستي" ستكون النتائج متفاوتة وغير موثوقة ويضطر الباحث حينها إلى إعادة التحليل من جديد حتى يصل إلى درجة ثبات عالية ومقبولة علميا.

خ - الاهتمام بتحليل المحتوى الظاهري فقط: إن من خصائص تحليل المضمون حسب بيرلسون هو تحليل المحتوى الظاهري من المادة الاتصالية، لكن من الباحثين من يزيد على ذلك بضرورة الاهتمام بالمحتوى غير الظاهر أو غير المعلن، واللغة قد تستخدم بعض الالفاظ في سياقات معينة لكن يقصد بها معاني أخرى مختلفة تماما، لذلك وجب الاهتمام بالمحتوى المستتر وهو "كل ما لم يتم التعبير عنه بشكل واضح في الوثيقة، تتطلب إذن دراسة المحتوى المستتر الكشف عما هو غير معلن عنه وفك المعنى الخفي للأقوال، بالفعل فإن المحتوى المستتر لا يقل أهمية عن المحتوى الظاهري لوثيقة إن لم نقل إنه يفوقه" (أنجرس، 2006، 218).

د - إهمال التحليل الكيفي: يؤكد بيرلسون على أن تحليل المضمون هو تحليل كمي بالدرجة الأولى، لكن ذلك لا يعفي الباحث في استخدامه للأداة من الاهتمام بالتحليل الكيفي الذي يعطي للكم المعاني التي يحملها ويفسرها، لذلك عادة ما يقسم تحليل المضمون إلى نوعين:

النوع الأول: تحليل المضمون الكمي: ويتم بموجبه تفكيك النص أو عينة النصوص وترجمة الأفكار والاصطلاحات والرموز التي ترد فيها مدلولات ومؤشرات رقمية يمكن تحليلها والتوصل من خلالها إلى نتائج موضوعية دقيقة (المزاهرة، 2014، 383).

النوع الثاني: تحليل المضمون الكيفي: وهو تحليل بعيد عن لغة الأرقام، تمكن الباحث من تقديم تفسيرات منطقية للمادة الاتصالية وفق سياقاتها المختلفة وصولاً إلى نتائج معينة.

عموماً فإن "التحليل الكمي له من الأهمية ما قد يزيد التحليل دقة وموضوعية لأن لغة الأرقام مجردة ورغم ذلك فإن استعمالها منفردة لا تساعد كثيراً الباحث في مجال تحليل مضامين وسائل الاعلام، ما لم تدعمها تفسيرات كيفية تعلن معانيها في السياقات المحددة للمضمون" (تمار، 2007، 76).

ذ - الاكتفاء بسرد الأرقام دون تحليلها: "الواجب الأول للقائم بعملية التحليل ليس هو مجرد تقديم تعبير أو صياغة رقمية لخصائص الرسالة موضع التحليل رغم أهمية هذه العملية ومرورها بعمليات طويلة ومعقدة، وإنما الواجب هو البحث عن العلاقات الفكرية غير الواضحة وغير الظاهرة والكشف عنها بأسلوب علمي" (عبد الحميد، د.ت، 21).

كما أن "التحليل الاحصائي والتعاليق الاحصائية على الجداول لا تعني البتة أن الباحث توصل الى استخلاص النتائج، بل تنتظره عملية مواءمة ومرتبطة ارتباطاً وثيقاً بعملية التحليل الاحصائي للبيانات حتى يدرج بحثه ضمن الاطار السوسيولوجي، وإلا بقي مجرد عرض احصائي وصفي لظاهرة أو لجوانب ظاهرة

ما: إنها مرحلة التاويل السيسولوجي للمعطيات الاحصائية المحصل عليها من اختبار الفرضيات" (سبعون، 2012، 266).

3-3. بعض الأخطاء التي تقع بعد القيام بعملية التحليل:

أ - إهمال قياس إجراءات الصدق والثبات: كثير من الدراسات لا تعطي أهمية كبيرة لقياس الصدق والثبات رغم أهميته الكبيرة في إعطاء نتائج الدراسة صبغة علمية، ويتم قياس الثبات عادة من خلال معادلات إحصائية، أشهرها معادلة "هولستي"، التي يتم تطبيقها لما يكون عدد المرمزين لاستمارة تحليل المضمون أكثر من شخص واحد، كأن يكون الباحث مع مرمز آخر، أو في بعض الحالات الباحث مع نفسه في ترميزين تم إجراؤهما في فترتين زمنيتين مختلفتين ويتم تطبيق المعادلة كالتالي:

$$\text{معامل الثبات} = (ن \times م) / (ن + 1) \text{ مع العلم أن :}$$

ن = عدد المرمزين أو المحكمين.

م = عدد الفئات المتفق فيها بين المرمزين أو المحكمين.

ن 1 = عدد الفئات التي قام بتحليلها المرمز الأول أو الباحث نفسه في عملية الترميز الأولى.

ن 2 = عدد الفئات التي قام بتحليلها المرمز الثاني، أو الباحث نفسه في عملية الترميز الثانية.

ب - إغفال ذكر بعض النتائج التي لا يفضلها الباحث: تتدخل أحيانا ذاتية الباحث فتجعله يغض الطرف أحيانا عن ذكر بعض النتائج التي توصلت إليها دراسته لأنه لا يريد أن تظهر، بل يسعى إلى تسليط الضوء على بعض النتائج التي يمكنه تحليلها، وبالتالي فإنه بذلك يوجه بحثه إلى وجهة محددة سلفا، وهذا خطأ في تفسير النتائج يناه في الموضوعية التي تعتبر خاصية مهمة من خصائص تحليل المضمون كما ذكرها بيرلسون في تعريفه.

ت - سوء استخدام الإحصاء: على الرغم من أن الإحصائيات في العلوم الاجتماعية غير موضوعية إلا أنه يجب علينا استخدامها في كثير من الأحيان وينبغي أن تستخدم الإحصائيات بطريقة العلوم الاجتماعية وليس بطريقة العلوم الطبيعية حيث يجب تفسير الأرقام وشرحها، وأن يتضمن التحليل مختلف الأبعاد والمتغيرات

التي من شأنها الاسهام في إظهار وجهات النظر التي تعرضها تلك النتائج وفهمها، ويسهل في الوقت نفسه الاستفادة منها على نحو علمي (مجاهد، 2008، 109).

ث - عدم ربط النتائج بمتغيرات أخرى: إن مجرد توافر معلومات كمية عن مضمون مادة إعلامية دون ربطها بنتائج أخرى أو بخصائص القائم بالاتصال أو بالجهود المستهدفة لا يحقق فائدة بحثية ذات قيمة علمية (الدليمي واللافي، 2008، 107).

ج - التفسير الخاطئ للنتائج: فأصحاب الاتجاه الكيفي لا يعترضون على الاحصائيات في حد ذاتها، ولكنهم يعترضون على الأفعال التأويلية التي يقوم بها الباحثون أصحاب الاتجاه الكمي، حيث يقومون ببتروالواقع ليتماشى مع المعالجة الاحصائية، كما أنهم يذهبون إلى أن الاحصائيات تصلح بشكل أفضل في إطار متوسط في كل من الزمان والمكان، فهي تشوه إذا كان الإطار صغيرا جدا، وهي تخفى كثيرا جدا عندما يكون الإطار شديد الاتساع (مجاهد، 108)

"ترتبط نتائج اية دراسة تعتمد على تحليل المضمون بالفئات التي وضعت والتعريفات الاجرائية التي صيغت في إطار هذا التحليل فاذا استخدم باحثون آخرون فئات أخرى أو تعريفات مختلفة فان النتائج قد تختلف ولذا لا بد من توخي الحذر عند مقارنة نتائج دراسات مختلفة" (زغيب، 143)

خاتمة:

إن البحث العلمي مهما كانت طبيعة الموضوع الذي يدرسه والمنهج المستخدم فيه، فإن الباحث فيه ملزم باتباع جميع خطواته وخاصة منها الاختيار الأمثل لأداة الدراسة والاهتمام الجيد بالطريقة المثلى لتطبيقها تفاديا للوقوع في فخ الفشل العلمي.

وقد تبين لنا من خلال هذا السرد بأن تحليل المضمون يعتبر أداة مرنة جدا، يمكن للباحث أن يتعامل معها في جميع مستويات دراسته على أساس التساؤلات والأهداف المسطرة.

إن ما جاء في هذه الدراسة من صواباً سائداً على تحليل مواد الاتصال في شكلها التقليدي، ويمكن لدراسات أخرى أن تسلط الضوء أكثر على تحليل مواد الاتصال في شكلها الإلكتروني، مثل تحليل مضمون مواقع الانترنت وصفحات شبكات التواصل الاجتماعي.

قائمة المراجع:

- أنجرس، مورييس. (2006). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط 2، الجزائر: دار القصة للنشر.
- تمار، يوسف. (2007). تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، الجزائر: طاكسيكوم للدراسات والنشر والتوزيع.
- الدليمي، حميد جاعد محسن، واللافي. (2008). أساسيات البحث المنهجي في الدراسات الإعلامية، بنغازي: منشورات جامعة قاريونس.
- زغيب، شيماء ذو الفقار. (2009). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- سبعون، سعيد. (2012). الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، الجزائر: دار القصة للنشر.
- سلاطينية، بلقاسم، والجيلاني. (2012). أسس المناهج الاجتماعية، الجزائر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، محمد. (د.ت). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- مجاهد، جمال. (2008). الرأي العام وقياسه: الأسس النظرية والمنهجية، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- المزاهرة، منال هلال. (2014). مناهج البحث الإعلامي، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- ويمر، روجر، ودومينيك، جوزيف. (2013). مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، ترجمة: صالح أبو أصبع وفاروق منصور، بيروت: المنظمة العربية للترجمة.