

تحليل المضمون في مجال الإتصال الجماهيري

L'analyse de contenu de la communication de Mass

يشكل منهج تحليل المضمون واحدا من الموضوعات الهامة التي يكثر حولها الجدل سواء بين الباحثين أو بين أفراد الجمهور¹⁵ الإعلامي. ويعود هذا الإهتمام إلى الحضور العياني لمضمون الرسالة الإعلامية¹⁶ التي يمكن مشاهدتها بسهولة وذلك انطلاقا من مبدأ أن ما يعرف جيدا هو الذي يتبدى جيدا أمام النظر. فالبرامج تشكل بنية مادية من الوثائق والتي تعرف " بالمضمون الإعلامي (Contenu de media) " وتشكل مجال واسعاً للبحث يبدأ من الشريط المتحرك إلى القصة المصورة.

إنه لمن الخطأ الاعتقاد بأن المضمون الإعلامي يشكل مجالا مستقلا للبحث ، إذ لا يمكن الحديث عن مضمون إعلامي بوصفه وحدة مستقلة بذاتها منفصلة عن الجوانب

15 - الجمهور (Le public) : يشير هذا المصطلح في جانبه العلمي إلى الأفراد الذين يشاهدون ويستمعون أو يقرؤون بشكل منتظم لمنتجات وسيلة إعلامية محددة مثل التلفزيون أو الراديو أو الصحافة أو وسائل الإعلام ويشير المصطلح في إطار عموميته إلى المستهلكين المتزوج الإعلامي كمشاهدي التلفزيون أو مستمعي الراديو دون تحديد لأنظمة مشاهدتهم (المترجم).

16 - الرسالة الإعلامية (Le message Media) وتعني بها كل ما يدخل في إطار المواد الإعلامية المنتجة مثل: البرامج الإذاعية والتلفزيونية من أي نوع كانت أي كل ما يعرض ويداع ويكتب في مجال الصحافة أو ما ينتج ويوجه إلى الجمهور الإعلامي (المترجم).

الإعلامية الأخرى . فالرسالة الإعلامية تخضع لمعايير متعددة في مجال التصنيف والتحليل ومن هذا المنطلق يمكن على سبيل المثال تصنيف برنامج تلفزيوني وفقا لموضوعه أو لقصة أو لسمات أبطاله الخ.

ويعد منهج تحليل المضمون تقنية علمية تختلف طريقة توطينها باختلاف الباحثين وتباين بتباين أغراضهم وتوجهاتهم النظرية والغايات . وتتطوي هذه التقنية على منهج التحليل الكمي أو الكيفي أو على كليهما في آن واحد. وهو منهج يساعد في الوصول إلى فهم عميق للثقافة لأن الإعلام يمثل جانبا واسعا من المعطيات الثقافية التي تتيح إدراك جوانب الحياة الاجتماعية والثقافية في مجتمع محدد.

ويضاف إلى ذلك كله أن المضمون الإعلامي يأخذ الشكل السدي يتميز بخاصة القدرة على الإستمرار في إطار الزمن وذلك بالقياس إلى الظواهر الثقافية الأخرى على وجه العموم . وعلى الرغم من خاصة التغير السريع التي تتميز بها الحياة الاقتصادية والاجتماعية فإن وسائل الإعلام ترصد بدقة سمات الحقيقة الاجتماعية المعاصرة.

منهج تحليل المضمون الأمبيرقي¹⁷

L'analyse de contenu empirique

يضرب منهج تحليل المضمون جذوره بعيدا على المستوى التاريخي . لقد أراد الباحثون في أحقاب تاريخية عديده إدراك المعاني التي تتجاوز دلالة النصوص البسيطة ومعرفة بواعث هؤلاء الذين ينتجونها.

ظهر منهج تحليل المضمون التنظيمي في الولايات المتحدة الأمريكية في الثلاثينات من هذا القرن . وبدأ يحتل مكان الإتجاهات التقليدية فسي البحث العلمي . وعبر ذلك عن

17 - أمبيرقي (Empirique) تشير هذه الكلمة إلى منهج البحث الاجتماعي الميداني . ونحاشياً لتعدد الترجمات الخاصة بهذه الكلمة إلى اللغة العربية (ميداني - تجريبي - واقعي) فضلنا استخدام اللفظة الأجنبية وهي شائعة الإستخدام في اللغة العربية (المترجم)

توجه الباحثين إلى دراسة النصوص وتحليلها بطريقة كمية من أجل الوصول إلى نتائج علمية .
ومن هذا المبدأ انطلق الباحثون محللون النصوص (مقالات - نصوص مكتوبة - افلام -) إلى
الأجزاء المكونة لها من أجل دراستها وفقا لمعايير محدد من الأفكار والكلمات التي تشتمل
عليها والتي يمكن إحصاؤها كميًا.

ينطوي منهج تحليل المضمون على معايير الوضحة والدقيقة التي تساعد الباحثين في
عملهم وفي إحصاء النتائج التي تتميز بسمة التجانس . ويقتضي هذا المنهج وجود نوع من
الثبات والقابلية لمعاودة الإختبار والدراسة . ولقد شهد منهج تحليل المضمون مرحلة كان
الباحثون فيها يعتمدون عملية الإحصاء والتكميم (جعل المعلومات كمية) إلى حدّ
المبالغه وخصوصا في مراحل الأولى وذلك تحت تأثير الحاجة إلى الدقة والموضوعية التي
يقتصر إليها المنهج الأدبي الذاتي.

ويعد لاسويل Laswel أول من قام بدراسة عدد من موضوعات الدعاية
للبلدان المتحاربة خلال الحرب العالمية الأولى . ومن ثم ازدهرت مثل هذه الدراسات
خلال الحربين العالميتين الأولى والثانية حيث عكف عدد كبير من الباحثين في الولايات
المتحدة الأمريكية وفي أوروبا على دراسة المضمون . وعلى الرغم من أهمية هذه الدراسات
وبعد مضي مرحلة من الحماس لإجراءات التحليل الإحصائي (الكمي) بدأت مرحلة
من الخيبة والفتور تسيطر على عدد كبير من الباحثين وذلك لأن الباحثين كانوا ينتظرون
من منهج تحليل المضمون أكثر مما يستطيعه.

لقد تمركز الإهتمام الرئيسي لهذه الأبحاث وذلك في مرحلة البدايات حول جمع
المعلومات وتصنيفها وفقا لمؤشرات موضوعية . وتحول منهج تحليل المضمون اليوم إلى
أداة منهجية غاية في الدقة لأنها تنطلق من إحصاء التكرارات وتحديد المعطيات في أرقام
محددة إلى استخلاص البنى ومن ثم ترجمتها في إطار نماذج محددة تحدد ماهية المتغيرات في
مضمون النصوص . ومن متطلبات هذا المنهج الأساسي تسري ضرورة تصنيف المعايير
وتحديدها ومن ثم إخضاعها للاختبار.

ويقتضي تحليل المضمون النظمي 18 اليوم الإنطلاق من صورة شموليه فسي النظر إلى النصوص الإعلامية وإلى اعطاء كل مؤشر أهميته الخاصة في إطار النص المعني . إذا كان الباحث يريد على سبيل المثال أن يبرهن بأن الملونين الذين يظهرون على الشاشة عدوانيون فإنه سيجد بكل تأكيد بعض الأفلام التي تظهرهم كذلك . وعلى خلاف ذلك إذا أراد باحث آخر أن يبرهن عكس ذلك أي أن الملونين هم ضحايا للعدوان فإنه سيجد الأفلام التي تعزز افتراضه . وفي كلتا الحالتين فإن المرء لا يستطيع أن يتحدث عن تحليل مضمون حقيقي . ومن أجل ذلك يجب على الباحث أن يبحث في إطار شمولي عن أغلبية النصوص الخاصة بالمسألة التي يدرسها ، وللوصول إلى ذلك يجب معالجة عينة ممثلة للبرامج المتلفزة خلال فترة زمنية جديدة بالاعتبار.

يرتكز تحليل المضمون على مبدئين أساسيين هما:

أولاً : إيجاد العلاقة التي تربط بين الإطار المرجعي الخارجي (الحقيقة الاجتماعية) والإطار المرجعي الداخلي للرسالة الإعلامية إذ يجب أن تكون هذه العلاقة على درجة عالية من الوضوح.

ثانياً : يجب على المؤشرات أن تدل على المعنى الأساسي للرسالة الإعلامية بطريقة موضوعية.

فالمضمون الإعلامي لا يعرب عن نفسه بنفسه وقلمما تتميز دلالاته بالوضوح . ويكمن الخطر الأساسي لهذه التقنية ، المتعددة الوظائف ، في التفسير الذي يأخذ منحى اعتباطيا في بعض الأحيان . وفي واقع الأمر يلاحظ أن الأبحاث الجارية في هذا الميدان تبين أن الباحثين يلجؤون في بعض الأحيان إلى هذه الإجراءات من أجل تبرير مصداقية

18 - النظمي (Systematique) يتضمن هذا المصطلح اشكاليات منهجية متعددة جداً وذلك في إطار اللغتين الفرنسية والإنكليزية نظراً لحدائته وتداخله مع مجموعة أخرى من المفاهيم مثل (Organisation , Institution) ومنهج البحث النظمي هو منهج يبحث في أجزاء الظاهرة وفي علاقة كل جزء مع الكل وتلك هي السمة الأساسية لهذا المنهج الجديد.

فرضياتهم بدرجة أكبر من اللجوء إلى تشكيل فرضيات انطلاقاً من المعطيات الموضوعية التي تشكل مضمون الرسالة الإعلامية. وذلك من شأنه أن يجعل من أعمالهم نفسها مادة جديدة خاضعة للدراسة. وهذا يعني أن دلالات هذه الدراسات قد تكون بعيدة عن دلالة المادة الأصلية أي أنها متحيزه.

وعلى الرغم من ذلك كله أثبت منهج تحليل المضمون قدرته على الإستمرار وتأدية وظائف متعددة. واستمر بطرح نفسه كتقنية بحث مطوعة قادرة على خدمة الباحثين ليس من أجل تحليل السمات الخاصة بالرسالة الإعلامية فحسب وإنما من أجل دراسة وتحليل الجمهور الإعلامي والآثار التي تتركها الرسالة الإعلامية في الجمهور. لقد استخدمت هذه التقنية المنهجية من أجل تحديد المؤشرات التي تدل على غايات وأهداف المتحيز للرسالة الإعلامية. كما استخدمت أيضاً لدراسة الجمهور الإعلامي وخصائصه كما قدر لهذا المنهج أن يستخدم لدراسة الآثار المتوقعة للرسالة الإعلامية على سلوك الجمهور.

ويتبدى من ذلك كله أن تحليل المضمون قد استخدم في أوسع المستويات وسوف تقدم في هذا الفصل بعض الأمثلة التي تبرز أهمية الجوانب السوسولوجية في تحليل المضمون الإعلامي.

تحليل المعطيات الإحصائية:

تمثل دراسة بيسلي Paisley عام (1967) نموذجاً لدراسة التكرارات الإحصائية المستخدمة من قبل مرشحين للرئاسة يكمن في حصر الكلمات المستخدمة من قبل مرشحين للرئاسة الأمريكية وهما كينيدي Kennedy ونيكسون وذلك في إطار أربع لقاءات أجريست بين الرجلين على شاشة التلفزيون. ومن الكلمات التي قام الباحث بإحصائها هي "الهجوم"، "الحرب"، "البلاد"، "الدولار"، "كوبا" الخ

جدول رقم (1) يبين المجادلات بين كنيدي ونيكسون: تكرار الكلمات

الكلمات	كنيدي	نيكسون					
امتهان	-	-	14	-	3	1	0
هجوم	-	2	6	-	2	9	-
الحرب	1	3	8	-	2	12	1
البلاد	2	10	-	7	5	1	5
الدورا	11	0	9	3	2	-	5
كوبا	-	1	2	6	-	-	3

وبعد القيام بعملية إحصاء الكلمات تبين أن خطب نيكسون أكثر ميلا إلى العنف من خطب كنيدي . ولقد بدا كنيدي كما يظهر التحليل أكثر اتزان وأكثر توافقا (لم تأخذ بعين الاعتبار سوى بعض الكلمات المستخدمة في التحليل في سياق النص).

مدى حضور النساء والأقليات في وسائل الإعلام

وقد وُظف منهج تحليل المضمون بشكل واسع من أجل دراسة اتجاهات استبعاد بعض الفئات الاجتماعية . مثل وضع النساء والأقليات العرقية التي أنارت إهتمام الباحثين على نطاق واسع . ويكمن الهدف الأساسي لمثل هذه الدراسات في تحليل وتقصي ظاهرة التمييز العنصري والأحكام المسبقة التي توجد بين الفئات المحرومة.

يلاحظ الباحثون في هذا المجال أن النماذج القائمة والأحكام المسبقة والتصورات السلبية وأشكال أخرى من معايير التمييز تسهم في إعطاء صورة مشوهة عن الفئات الاجتماعية المحرومة.

وفي هذا السياق قام كل من سيكار Seggar وويلر Wiheeler بدراسة أنماط

التوظيفات القائمة في إعداد البرامج التلفزيونية وذلك في عام 1971 ، ووجد الباحثان أن النساء والسود يحتلون وظائف أقل أهمية في سلم العمل في إطار الصورة المعروضة في هذه البرامج وذلك بالنسبة للبيض والرجال.

ولاحظ الباحثان أن المرأة تشغل مكانا محددًا ومتواضعا في نسق النشاطات في البرامج التلفزيونية المعروضة في عام 1971 ووجدوا أن 75 % من الأعمال كانت من نصيب البيض و 6 % فقط من حصة السود والباقي من الأعمال وزع على الأقليات العرقية والذين يقومون بأعمال الخدمة (انظر جدول رقم 2).

وفي عام 1980 أجرى كرينبيرج Greenberg دراسة أخرى حول الصورة التي تبرزها البرامج التلفزيونية عن السود والأمريكيين من أصل إسباني وذلك في التلفزيون الأمريكي وقد ركز الباحث على إجراء مقارنة بين سلوك وسمات السود مع هذه التي يتميز بها البيض كما يظهر ذلك في واقع الحال على شاشة التلفزيون وذلك لمدة اسبوع كامل . ولاحظ الباحث أن عدد السود الذين أظهرتهم البرامج كان 101 من أصل 585 شخصا . ولاحظ أيضا أن السود كما أظهرتهم هذه البرامج كانوا من الشباب بشكل رئيسي وهم ينتمون إلى وسط اجتماعي متواضع ليس لهم عمل محدد ويشغلون وظائف وأدوار وضيعة: وتشير الدراسة إلى حضور محدود جدا للأقلية الإسبانية في إطار هذه البرامج.

ويعد اليوم منهج تحليل المضمون إحدى التقنيات الفعالة لدراسة التغيرات التي تحدث في سياق الرسالة الإعلامية . وفي هذا السياق يمكن القول أن البرامج الإعلامية لم تظهر أبدا الأقليات العرقية وذلك في الولايات المتحدة الأمريكية خلال العقد السادس من هذا القرن وعلى الخصوص على شاشة التلفزيون لأن اظهار كتلة سوداء على شاشة التلفزيون كان يستثير الغضب والفوضى.

ولقد بين سميث D.Smille في دراسة له حول البرامج المتلفزة عام 1950 لمدة اسبوع أن هناك 2 % فقط من الأشخاص السود عرضوا في البرامج التلفزيونية . وتشير هذه المعطيات المتغيرة إلى وجود تغير عميق في نظام الرسائل الإعلامية . ومع ذلك فإن

هناك بعض الثوابت حيث يلاحظ أن مدى ظهور الأشخاص الملونين في عروض وسائل الإعلام كان محدودا بدرجة كبيرة.

وفي دراسة أجراها كل من دومنيك Dominick وروش Rouch خلال اعوام السبعينات حول صورة المرأة في الإعلانات التلفزيونية . بينت هذه الدراسة أن المرأة تحتل وظائف أقل أهمية من الرجال في الرسالة الإعلامية للتلفزيون . والنساء قبل كل شيء يمثلن ربات بيوت وذلك بنسبة 56 % وهناك 19 % فقط من النساء اللواتي يعملن خارج المنزل في إطار أعمال ذات طابع أثري (مضيفات جويات - مغنيات - راقصات - سكرتيرات) ومثل هذه الصورة كانت أغرب بكثير مما نشاهده في أيامنا حيث يلاحظ اليوم أن مدى مشاركة المرأة في العمل وفي مجموعة الوظائف النسائية فد تعرض لتغير كبير . وفي إطار ذلك نلاحظ ما هو مدهش تماما وهو انعدام التوازن بين الصورة الرمزية التي يقدمها التلفزيون والحقيقة المعاشة (انظر الجدول 3) .

(جدول رقم 3) وظائف الرجال والنساء في صورة الإعلان التلفزيوني

رجال عدد 155	%	نساء عدد 230	%
زوج وأب	14	ربات بيوت وأمهات	56
رياضيون	12	مضيفات جويات	8
مشهورين	8-	عارضات أزياء (موديل)	7
عمال بناء	7	مشهورات مغنيات وفنانات	5
مثلوا تجارة	6	طباخات مربيات - خادومات	3
رجال أعمال	6	موظفات وسكرتيرات	3
طيارون	6	وظائف أخرى	18
مجرمون	5		
ميكانيكون	3		
حمامون	3		
مراسلوا تلفزيون وراديو	3		
وظائف أخرى	27		

ومهما تكن الوظائف التي تمارسها وسائل الإعلام والصور التي تتجلى فيها فإنها تشكل مصدرا أساسيا هاما للمعلومات عند الشباب . وإذا كانت وسائل الإعلام تشكل مصدرا رئيسيا للمعلومات بالنسبة للأطفال فإنها بالإضافة إلى ذلك تلعب دورا أكثر أهمية من الدور الذي تلعبه المدرسة التي لا تتيح للأطفال الوقت الكافي لممارسة بعض النشاطات الهامة في حياة الأطفال.

والسؤال الذي يطرح نفسه هنا هل تقدم وسائل الإعلام صورة صادقة عن عالم العمل ؟ لقد أكد الباحثون في فرنسا وفي الولايات المتحدة الأمريكية أن وسائل الإعلام غالبا ما تبرز أهمية الوظائف التي تمثلها الطبقة الوسطى (الطب - الهندسة - المحاماة) وذلك بالقياس إلى الوظائف الاجتماعية الأخرى ... وتعد دراسة ميلفان ديفلور التي باشرت هذه المسألة بالتحليل من أهم الدراسات وأكثرها جاذبية وقد أجريت هذه الدراسة على عينة من البرامج التلفزيونية المعروضة لمدة ستة أشهر في إحدى المدن الصغيرة التي تقع في غرب ولاية انديانا Indiana وذلك في بداية الستينات . حيث قام الباحث بدراسة كل الوظائف التي تظهر على الشاشة لمدة ثلاثة دقائق وقام بتصنيف هذه المهن البالغة 436 مهنة في اثني عشرة فئة (وفقا للتصنيف الإحصائي المتبع في الولايات المتحدة الأمريكية) .

وفيما بعد ذلك قام الباحث بإجراء المقارنه بين الوظائف التي اُحصيت عبر شاشة التلفزيون وبين الوظائف العقلية الموجودة في المدينة . وقد بينت هذه المقارنة اختلاف واضح بين الطرفين .

أبرز التحليل أن هناك افراطا في عرض الوظائف الخاصة بالمهن الحرة (الثلث تقريبا) وعلى عكس ذلك فإن الوظائف الشائعة والأقل أهمية وخطورة عرضت بدرجة أقل وبمعدل 10 % من جملة المهن المعروضة . وعلى العموم يبدو أن عالم العمل كما يمثله التلفزيون هو عالم عمل الرجال حيث تبين الدراسة أن 9،83 % من الوظائف التي ظهرت

على الشاشة كانت وظائف يشغلها الذكور وهناك فقط 1.16 % من الوظائف التي تشغلها الإناث. وعلى مستوى الواقع فإن 68 ، 9 % من الوظائف مشغولة من قبل الرجال و1.31 % من الوظائف تشغلها النساء في المدينة موضوع الدراسة.

ومن أجل تحديد أهمية الوظائف المشغولة اعتمد الباحث على مؤشرات الأهمية التي تحدد موقع الفرد من نسق السلطة : كإعطاء الأوامر إلى الآخرين ثم الخضوع لأوامر الآخرين . وانطلاقاً من هذه المعايير استطاع الباحث أن يحدد دلالة السلطة التي تمثلها كل وظيفة من الوظائف المعنية وأن ينظم سلماً لأهمية تسلسل هذه الوظائف .

وإذا كان الباحث قد اعطى السلطة هذه الأهمية فإن ذلك يعود إلى دراسات سابقة أكد فيها الأطفال أن أهمية وظيفة ما تحدد بدرجة السلطة التي يمارسها من يشغل هذه الوظيفة على الآخرين.

ولاحظ الباحث في سياق دراسته هذه أن التلفزيون يعرض بدرجة منخفضة الوظائف المتوسطة والمهن اليدوية وهي الوظائف التي تشغلها أكثرية الأطفال في حياتهم المستقبلية . وعلى خلاف ذلك فإن التلفزيون يبرز أهمية الوظائف النادرة (مثل الوظائف الثانوية) ويضاف إلى ذلك أن عرض هذه المهن يتم وفقاً لصورة غير اعتيادية فعلى سبيل المثال لا يعرض الفيزيائي بوصفه باحثاً بل يمثل بوصفه شخصاً يقوم بعمل مدهش.

ويضاف إلى ذلك كله أن هناك بعض الوظائف التي لا تحظى بالعرض ابداً على الشاشة (رجال العلم على سبيل المثال) ويستخلص في النهاية أن دراسة ديفلور تبين لنا نموذجاً من نماذج تحليل المضمون وهي لا تقدم لنا سوى صورة عن دور التلفزيون في عمليات التنسيق الاجتماعية حيث تُستكمل هذه الدراسة بأبحاث أخرى حول الجمهور الإعلامي.

تحليل مضمون البرامج الإخبارية:

غالباً ما يستخدم منهج تحليل المضمون في دراسة برامج التسلية ويبرز هذا المنهج كأداة هامة في تحليل البرامج الإخبارية أيضاً. وتأخذ الأبحاث الجارية في ميدان البرامج الإخبارية على الأغلب صفة الأبحاث الوصفية أو المقارنة وهي تركز أيضاً على دراسة ونقد الإنحراف عن الواقع وخاصة عندما تباشر هذه البرامج الأخبارية بوصفها حوادث واقعية. وتكمن الغاية السوسولوجية لهذه الدراسات في الفصل بين الواقع الاجتماعي وما يقدم بوصفه اخباراً ومدى تأثير هذه الأخبار المباشر وغير المباشر على الجمهور الإعلامي.

ويجري الإتفاق اليوم أن الأخبار التي تعرضها وسائل الإعلام تعكس إلى حد كبير القيم الاجتماعية للطبقة التي تهيمن على فعالية الأمور في المجتمع. ويمكن القول بأن ذلك يجري بشكل عفوي وهذا ما يجعله صعباً على التفسير وهذه الصعوبة تقتضي إجراء التحليل والدراسة من أجل التمييز بين القيم الاجتماعية السائدة ونمط الأخبار التي تقدم وهذا ما يتيح لنا تحليل مضمون البرامج الإخبارية. وفي هذا السياق لا بد من الإشارة إلى الدراسة التي أجراها ش - كانس H.Gans حول الأخبار التلفزيونية لمحطة السي بي إس CBS ومضمون مجلة النيوزويك News week وتمتد الفترة الزمنية للتحليل منذ نهاية الستينات حتى أواسط السبعينات وهي فترة زمنية هامة. ويميز كانس في سياق بحثه ثمانية معايير للقيم الأساسية في الولايات المتحدة الأمريكية وهي:

- 1 - النزعة العرقية حيث تميل البرامج الإخبارية إلى اعطاء الأفضلية للأخبار المحلية.
- 2 - الديمقراطية ويتمثل ذلك في الميل إلى تعزيز صورة خيالية للمجتمع الديمقراطي.
- 3 - مسؤولية النظام الرأسمالي: ويبدو ذلك في مشاركة جميع المواطنين في التوظيف الأفضل للحياة الاجتماعية.
- 4 - تفضيل المدن الصغرى: الأخبار تميل إلى اعطاء الأولوية للمدن الصغيرة. وترز البرامج الإخبارية هذه قيم المجتمع الريفي بوصفها قيماً غير مرغوبة ومعادية

- للقيم الرأسمالية الصناعية . وعلى خلاف القرى والأرياف غالباً ما تظهر المبدن الكبرى بوصفها مناطق غير منظمة وأماكن للصراع العرقي والديني والسياسي الخ..
- 5 - الفردية : ويتجسد ذلك في التركيز على القيم الفردية وذلك من أجل تكريس مبدأ الحرية الفردية في مواجهة القوى الاجتماعية والطبيعية
- 6 - الاعتدال : حيث لا تميل هذه البرامج الإخبارية إلى تشجيع النزعات الراديكالية المتطرفة وخاصة هذه التي تميل إلى خرق حرمة القانون والنظام.
- 7 - تعزيز النظام الاجتماعي : إذ تميل هذه البرامج إلى التحذير من المخاطر التي يمكن أن تترتب على خرق الأنظمة القائمة وهي بذلك تعزز بنية النظام القائم.
- 8 - أهمية الإدارة الوطنية.

ويلاحظ كانس أن هذه القيم لا تأخذ شكلاً واضحاً في إطار الأنباء ولكنها موجودة بين السطور ويصف كانس أن هذه المعايير تعكس نوعاً من التفسير وأنه يمكن لباحث آخر أن يجد معايير أخرى . وهو بذلك يذكر الباحثين بالإمكانيات الواسعة لمنهج تحليل المضمون.

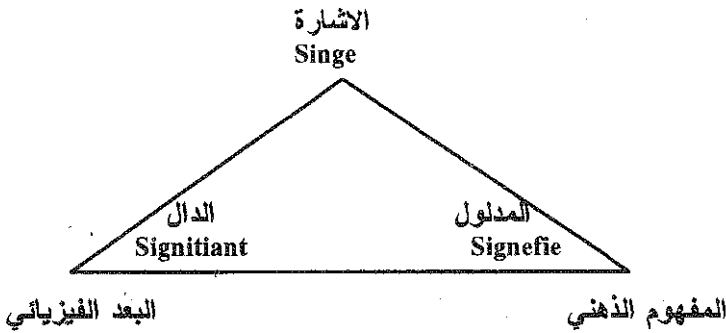
تحليل مضمون الدلالات : (L'analyse sémiologique)

يشكل تحليل مضمون الدلالة الإتجاه الثاني في مجال منهج تحليل المضمون ، ويتمركز هذا النوع من التحليل على دراسة العلاقة بين مكونات النص ويميل هذا الإتجاه إلى التركيز على التحليل النوعي لنظام الرسالة الإعلامية. ولقد شكلت أعمال شارل سانديرز بيرس Charles Sanders Peirce مصدراً أساسياً لعلم الدلالة ومنهجه هذا من جهة ، وتشكل أعمال اللغوي السويسري فيرديناند دوساسير Ferdinand de Saussure مصدراً آخر من مصادر هذا العلم وذلك من جهة أخرى.

ويعود الفضل إلى دوساسير في الإشارة إلى وجود علم الدلالة وذلك لأول مرة في عام 1916 وأن اللغة لا تشكل إلا جانباً من جوانب هذا العلم . هذا وينطلق علم الدلالة

علمي أساس نظام من الإشارات كالصور والإشارات والأصوات والألحان والموضوعات والطقوس والمشاهد والتي تشكل " لغات " أو على الأقل نطاقا للدلالات 1962 . وفي قلب ذلك النظام تلعب الإشارة بالإضافة إلى الكيفية التي تجرّي بها أهمية خاصة.

عناصر الإشارة كما يرى ساسير



ويشتمل علم الدلالة ثلاثة مجالات أساسية للدراسة وهي:

- 1- الإشارة نفسها : ويمثل ذلك حقلا يشمل كافة أشكال الإشارات ووسائل تحويلها إلى دلالة والطرق التي يستخدمها الناس.
 - 2- الرموز أو الأنظمة التي تجرّي بموجبها حركة الإشارات وهنا نجد الإهتمام بمختلف الطرائق التي تتطور بموجبها وظيفة وحاجات مجتمع ما أو ثقافة ما.
 - 3- الثقافة التي تحتوي على رموز وإشارات المقالة: لقد حدد ساسير الإشارة كرمز لإنتاج صوتي أو رمز لدلالة أو مدلول وهذه الرمزية تشكل جوهر الثقافة . وهو يرى أيضا أن الإشارة لا توجد إلا في إطار نظام يتمثل في جملة من علاقات متجانسة أو علاقات متعارضة بين الإشارات التي تشكل هذا النظام.
- وبهذا المعنى فإن علم الدلالة يستجوب طبيعة الإشارة وهو يسعى إلى الكشف عن الجوانب المسبقة للمعنى وهو إذ ذاك فإنه يعمل على إبراز خصوصية كل إشارة في إطار المجموع حيث يوجد هناك نظام من الدلالات والمدلولات التي تقوم

بوظيفتها في داخل النص.

إن الهدف هو الكشف عن الدلالة الأساسية لنظام الإشارات أو لفظة معينة من النصوص . ويؤكد الباحثون أن كل ففة من النصوص - نصوص فيلمية - مسرحية - أدبية الخ - تحتوي على لغة خاصة (صور - رموز - مجازات) والتي يمكن أن تفسر على ضوء المفاهيم التي تتساقق في إطار ثقافي معين.

ويمكن إبراز هذه الخصائص وفقا لتحليل نظمي قادر على كشف السدلالات الحقيقية الخفية في عملية الإنتاج الثقافي وهي خصائص لا يدركها الإنباه المفتوح للباحثين والمفسرين في محاولاتهم الأولى.

ومن الجدير بالإشارة أن الدلالات تعادل المدلولات في إطار انتاجي ثقافي خاص . وهناك خطأ غالبا ما يرتكب ويتمثل ذلك في الإعتقاد بأن المدلولات ذات سمة شمولية وأن الترجمة البسيطة كافية لتحديد المعنى الدقيق لكلمة فرنسية علي سبيل المثال وفي ذلك خطأ كبير . إن المفهوم الذهني للتعبير يختلف ربما كثيرا بالنسبة لكلام هندي . حتى لو أخذت هذه الكلمة باللغة الهندية وليس من الضرورة أن يكون هناك دلالة واحدة ومعنى واحد بالنسبة لهذه الكلمة . وبالتالي فإن كلمة بقرة هي نتاج ثقافي بقسدر ما هي شكل لغوي . والدلالة ليست مفهوم مطلق ساكن بل هي عملية نشطة ونتاج لتفاعل ديناميكي بين الإشارة والموضوع والذات.

الرسائل الثلاثة عند رونالد بارس Roland Barthes

لقد استطاع بارس أن يطور أعمال ساسير حيث نجد في عمق نظريته أن الدلالة تعين في نسقين:

يبدأ النسق الأول على صورة ما شاهدناه عند ساسير وهي العلاقة التي تقوم بين الدال والمدلول في إطار دلالة ما . ثم في إطار العلاقة بين الدلالة والعالم الخارجي ويطلق بارس على هذا النسق نظام الإشارات . وبالنسبة له فإن الإشارة تعود إلى

المغزى الواضح بالمعنى العام للإشارة . إن صورة شارع ما تبرز خصوصية الشارع التي تتحدد قبل الهدف وكلمة شارع تشير بدورها إلى طريق في مدينة تحف به المنازل ، ولكن يمكن تصوير هذا الشارع بطرق مختلفة حيث يمكن استخدام التصوير الأسود أو التصوير الملون الخ . ويمكن أن يبرز المناخ الحار والصاخب للشارع أو يمكن إبراز صورته الهادئة والخالية الحزينة . وهاتان الصورتان تدلان على شيء واحد : الشارع . وهنا يطلق بارس على هذا الإختلاف الظاهر "مفهوم" **Connotation** "والمفهوم هنا هو الجانب الإنساني من عملية الإدراك وهو يلجأ هنا إلى تجربة العلاقة بين الذات والموضوع حيث يرجع ذلك إلى المشاعر والانفعالات الخاصة بالإنسان والقيم الخاصة بثقافته . ولقد تحول التحليل الدلالي للإعلانات الخاصة بنظرية بانزاني **Panzani** إلى نظام كلاسيكي . ويطور بارس في إطار تحليلية لهذه الصورة الإعلانية نظريته حيث يبرز وجود ثلاثة جوانب في الصورة وهي:

رسالة لغوية ورسالتان غير لغويتين (**Inconique**) أحدهما مرمزة والأخرى غير مرمزة . والرسالة اللغوية وثيقة الصلة بنموذج بانزاني **Panzani** وهي رسالة أولى ذات جوهر لغوي ورمز هذه الرسالة يكمن في اللغة الفرنسية ولفك شيفرة هذه الرسالة يكفي أن تعرف الكتابة الفرنسية.

وإذا وضعنا هذه الرسالة جانبا تبقى لدينا الصورة الخالصة (التي لا تتعين في شكل) وهي تحتوي على رسالتين تنتميان إلى جوهر واحد : الرسالة الرمزية (الرسالة الأدبية) ورمزية هذه الرسالة لا تبدو في إطار القراءة الأولى وذلك لأنه يتوجب على القارئ أن يوزع انتباهه بين جانبيين وهما الجانب الإدراكي والجانب الثقافي في الرسالة . والرسالة الرمزية تختلف عن الرسالة التي لا تحتوي على جانب رمزي وذلك بنفس المستوى من الإختلاف الذي يظهر في الإشارة اللغوية بين الدال والمدلول . والجانب الثقافي يكون مطبوعا في الرسالة الأدبية التي تبدو كركيزة أساسية للرسالة الرمزية . فالصورة الشكلية هي صورة رمزية حتما والصورة الرمزية صورة ذات صيغة تدل على المفهوم.ومن

أجل فهم بنية الصورة يكفي أن تستعرض العلاقة النهائية التي تقوم بين الرسائل الثلاث.

إن تكييف علم الدلالة لدراسة الإتصال الجماهيري أمر يتميز بالوضوح . حيث يشتمل المضمون الإعلامي على نصوص مختلفة مقالات - كتابات - أفلام - وهي نصوص مركبة من مجموعة اصطلاحات ورموز. ويهدف التحليل الدلالي إلى إعادة بناء نظام المعاني والوصول إلى أفضل فهم لوظيفة النص في سياقه الثقافي. ويبرهن منهج التحليل الدلالي عن قدراته الإجرائية في تحليل المضمون الإعلامي وذلك لان النص الإعلامي في اغلب وسائل الإعلام يشتمل على أكثر من نظام للدلالات (سمعي - بصري على سبيل المثال) .

هذا ويميل التحليل الدلالي في أن يكون اتجاهها أكثر منه منهجا في مجال البحث الإعلامي . وهو يشكل أداة في الكشف عن المعنى العميق المتخفي ويهدف إلى كشف النقاب عن غايات معدّ الرسالة الإعلامية . ومع ذلك فإن الحذر أمر مطلوب في مجال التحليل الدلالي ويجب أن لا يستخدم في الوصول إلى اشياء خارجة عن إطار النص الإعلامي.

وفي الحقيقة يوجد هناك من يوجه النقد إلى الباحثين الذين يستخدمون منهج تحليل المضمون بهدف تبرير افكارهم المسبقة ومن المفيد التذكير بتحدي بورجولان Bourgelin الذي يقول " لا يوجد شيء خارج إطار الرسالة الإعلامية يمكنه أن يفسر لنا مغزى ودلالة عناصرها. "

المقارنة بين الإتجاهين الكبيرين في مجال تحليل المضمون:

لقد أبرزنا حتى الآن السمات الأساسية للإتجاهين الأساسيين في مجال تحليل المضمون ونحن الآن بصدد المقارنة بينهما.

ويمكن لنا أن نقول بالنتيجة من أجل اختصار هذه المسألة أن التحليل الدلالي يبدو نظريا وهو اسهل منالا على مستوى النقد من التحليل الإمبيريقى . ورغم ذلك فإنه لمن الخطأ أن نقول بأن أحد الإتجاهين يتميز بأهمية أكبر من الآخر . وحاليا نجد أن اصحاب كل من الإتجاهين قد تخلى عن نقده للآخر . وغالبا ما يميل اصحاب كل من الإتجاهين إلى الاستفادة من إيجابيات الآخر في إطار الأعمال الجارية ولا بد من الإشارة إلى أن هناك بعض الإتجاهات التي لا تدخل في إطار التحليل التحريبي أو في إطار التحليل الدلالي بل تمثل حدا وسطا بين الطرفين.

وتعد أعمال كلاسكو Glasgoue أكثر ميلا إلى الإتجاه الكمي السديق وذلك في تحليله لدلالة الرسالة الإعلامية ..حيث قام بدراسة جميع الأخبار التي بثت تلفزيونيا خلال ستة أشهر بين كانون الثاني إلى حزيران من عام 1975 وكانت النقطة المركزية للدراسة تمثل في دراسة الأخبار الصناعية.

وقد بينت الدراسة عبر استخدام منهج تحليل المضمون وجود تباين كبير بين الحقيقة والأخبار التلفزيونية . ومن أهم اكتشافات الدراسة كان حول الأهمية الكبرى التي احتلتها الإضطرابات العمالية في مجال صناعة السيارات والنقل والإدارات العامة وذلك بالقياس إلى ما يجري في إطار المؤسسات الأخرى (انظر الجدول رقم 6).

جدول رقم (6) اضطرابات العمل في مجال الصناعات الرئيسية كما ظهرت على الشاشة بين كانون الثاني وحزيران عام 1975:

النسبة المئوية من مجموع 805	الفئة الصناعية
28	صناعة السيارات
27	النقل
22.2	الإدارات العامة
77.2	المجموع
5.3	الصناعة الآلية

وعندما قام الباحثون باختبار دقة هذه الأرقام وجدوا أنها غير صحيحة .
حيث لاحظ الباحثون بأن عدد أيام العمل الضائعة وعدد العمال المسؤولين كان واحدا
في كافة المجالات الصناعية.

جدول رقم (7) المقارنة بين اضطرابات العمل الواقعية وبين الإضرابات
التي أعلنها التلفزيون

المجموع الصناعية	توقف عن العمل: وزارة العمل	توقف عن العمل صوره التلفزيون
صناعة الآلات	6	1
صناعة السفن	1	-
صناعة السيارات	7	5
صناعات أخرى	1	0
النقل والاتصال	2	2
صناعات متنوعة	1	1
الإدارات العامة	2	2
المجموع	20	11

ثم قام الباحثون بمقارنة المعطيات الإحصائية الرسمية لوزارة العمل مع التقارير التي
نشرت في الصحف والتلفزيون وقد بينت هذه المقارنة تميزاً كبيراً بين الواقع الفعلي والواقع
الإعلامي وأن التحيز هو أكبر في مجال الواقع التلفزيوني بالقياس إلى الصحف .
واستخلص الباحثون من دراستهم هذه أن وسائل الإعلام لا تصور الأحداث كما تجري في
واقع الأمر . وقد أبرزوا أهمية الأسباب والنتائج (سبب الإضراب) . فالأخبار ليست
حيادية وهي تتاج أيديولوجية سائدة . وبالتالي فإن استراتيجية الإعلاميين كانت في
إظهار المظاهرات العمالية بمظهر غير شعبي أمام نظر الجمهور الإعلامي.

التحليل النوعي:

إن إبراز السمات الأساسية لمختلف وسائل الإعلام يجعل من منهج تحليل المضمون أداة هامة في تقديم أفضل لمسألة الإتصال.

ويعد عمل س. هال S.Hall حول أفلام ويستزهام نموذجاً جيداً لمنهج تحليل النوع. يبين الباحث أن الرسالة الإعلامية توجه إلى المستهلك دون انحراف يذكر وذلك في إطار الأفلام الثمانية الكلاسيكية. وهذه الأفلام تقوم على أساس أسطوري متفق عليه ويتمثل ذلك في احتياح المنطقية الغريبة بالاعتماد على الإقدام والجرأة عند الرجال والشجاعة عند النساء وصراع الخير ضد الشر وإرادة الرجال ضد القدر والمصير الخ. ومثل ذلك يقوم في الأصل على وجود الرمز كنظام للدلالة، والذي يتعين بالإشارات المنظمة المعروفة من قبل الجميع. إن نجاح هذه الأفلام " أفلام ويسترن " يستمد من هذه القاعدة وذلك باتفاق الجميع. ووجد الباحث أن هناك أشكالاً مختلفة لهذه الأفلام: ويسترن سيكولوجي ويسترن كوميدي وهي أفلام مخصصة إلى حد كبير للرموز القائمة بشكل مابين إن حدود النوع ليست متصلة بل على العكس من ذلك إذ أنها تسمح بمرونة كبيرة. فهناك موضوعات عديدة مثل اللامساواة - مسألة المرأة - المسألة العرقية الخ. وهي تأخذ شكلها من خلال محور اسطوري أصلي. فالعنف الذي يبرز في أفلام ويسترن في أي من تخيلاته ليس سوى العنف الحقيقي بالمعنى الدقيق للكلمة كما يرى هال. وبالنسبة له فإن عنف مدينة ويسترن يشكل جزءاً من رمزية الأفلام الويسترنية ولكن دلالاته تكمن في القوة الكامنة أي هذه القوة التي تتحد مع الكفاءة ومع ذلك الإنسان الذي يجد الحلول المناسبة في كافة الأحوال. إن نجاح أفلام ويسترن كما يرى الكاتب ترتبط مع هذه الظاهرة وذلك لأنه يعطي لهذا النوع نوعاً من الشمولية التي تتجاوز الشكل الأصلي.

تحليل المؤشرات الثقافية:

إن البحث الذي يأخذ تسمية " المؤشرات الثقافية " يعود إلى فريق البحث " انينبرج Annenbergs وهو يشكل محورا أصيلا من محاور مناهج تحليل المضمون الإعلامي . وتستحوذ هذه الأبحاث على منهج تحليل المضمون الإمبريقي والتحليل الثقافي الذي يهدف إلى تحديد مفاهيم الحقيقة الاجتماعية كما تظهرها التلفزة وكما يراد لها أن تدخل في تصورات الناس(انظر الفصل السابع نظرية الثقافة) ويلاحظ أن هناك ارتباطا عميقا هنا بين المنهجين.

وغالبا ما يكون هذا النوع من التحليل في مجال التلفزيون. لقد أصبح التلفزيون الذي يشد إهتمام ملايين المشاهدين في كل يوم مصدرا متميزا للبيئة الثقافية المحيطة بالناس . وهو يتميز عن وسائل الإعلام الأخرى بانتاجه المركزي وباستهلاكه الطقوسي من قبل السكان كافة . وبالتالي فإن تحليل نظام الرسالة الإعلامية للتلفزيون يزودنا بالمعلومات الكافية حول الأبعاد التاريخية والاجتماعية لعالم التلفزة وعلى خلاف الباحثين الذين يركزون على تحليل جانب واحد من البرامج المتلفزة فإن اصحاب هذا الإتجاه يقترحون ضرورة تحليل متكامل " للعالم الرمزي " . وهم يعتقدون أن التلفزيون لا يؤثر عبر برامج خاصة منفردة وإنما يؤثر من خلال جملة ما يقدمه للمشاهدين . وبالتالي فإن العالم الذي يقدمه التلفزيون ما هو إلا عالم وهمي مشوه ليس له إلا علاقة محدودة جدا مع واقع الحياة الاجتماعية.

لقد بدأ البحث الذي نحن بصدده بتحليل مفصل لنظام الرسالة الإعلامية وذلك بفضل تقنية الفيديوالمهياة . واستطاع الباحثون دراسة هذه البرامج خلال ثلاثة عشر عاما (بين عامي 1967 - 1979) والتي بلغت 1491 برنامجا واستطاعوا أن يبرزوا 4100 سمة اساسية و 14205 سمة فرعية . وقد عنى الباحثون بالبرامج المساوية وذلك لأن

هذا النوع من البرامج المسلية يسمح بتحقيق التأثير المطلوب عند المشاهد . وهي البرامج التي تعرض في الفترات الزمنية المهمة وخاصة أثناء العطلة الأسبوعية.

ويبين التحليل أن البرامج تعطي صورة ديمقراطية مشوهة تماما . حيث يكون دائما عدد الرجال أكثر ظهوراً من عدد النساء في عالم التلفزة ويضاف إلى ذلك قلة مشاهد العرض التي تتعلق بالأفراد المعمرين (أكثر من 65 عاماً) والناشئة (أقل من عشرين عاماً) . وعلى خلاف ذلك يلاحظ تمثيل كبير لأصحاب المهن الحرة ورجال الأعمال على حساب الموظفين والعمال اليدويين واغلب هؤلاء الذي يعرضون على الشاشة يحملون صفات الوسامة والصحة الجيدة وأصحاب اخلاق جيدة . ويضاف أن الباحثين استخدموا هذا المنهج لدراسة مدى تمثيل وسائل الإعلام للمرضى العقليين والتربويين وموضوعات أخرى متعددة في المادة الإعلامية.

ولاتكمن أهمية هذه الدراسات في دراسة التباين بين الواقع والصورة الإعلامية فحسب بل في دراسة المغزى والدلالة الحقيقية لهذا التباين .

مراجع الفصل السادس

- 1- Bardin Laurence (1983) "L'analyse de contenu," Paris , Presses Universitaires de France.
- 2 - Barthes Roland (1965) " Le Degré zéro de l'écriture" suivi des Elements de sémiologie, Paris, Denoel , Gonthier
- 3 - Eco Umberto (1972) "La structure absente", Paris, Mercure.
- 4 - Fiske John (1982): Introduction to communication studies, New York, Methuen
- 5 - Chiglione Rodolphe, Beauvois Gean-Leon, Chabrol Claude, Trognon.Alain (1980) " Manuel d'analyse de contenu", Paris, Armand Colin ,
- 6-Metz Christian (1968) "Essais sur la signification du cinema". Paris , Klincksieck