الإشكاليات المنهجية لتحليل المحتوى وعلاقته بتحليل الخطاب

زينة عاشور

مخبر الخدمة العمومية في الإعلام الجزائري، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، zinachour@yahoo.fr

تاريخ الإيداع: 2025/05/19 **تاريخ المراجعة:** 2025/10/13 **تاريخ القبول:** 2025/10/20

ملخص

يعد "تحليل المحتوى" من بين أدوات البحث الأكثر إثارة للجدل في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، من حيث اعتبارها أداة بحثية أو منهجا قائما بذاته، وهل تعتمد على التحليل الكمي أو الكيفي، لكنها في أبحاث علوم الإعلام والاتصال تبقى الطريقة الأكثر فعالية لدراسة الرسائل التي تنقلها وسائل الإعلام أو محتوى الخطاب المباشر. أظهر التحليل الكمي الذي يعتمد على حساب المساحة التي تشغلها الرسالة، وحساب أوقات ظهور كلمة أو عدة كلمات، عدم تمثيل العدد المسجل للوحدة للاتجاه الحقيقي للموضوع. وعلى هذا، فقد اقترح الباحثون الجمع بين التحليل الكمي والتحليل النوعي، هذا الأخير الذي يعمل عليه تحليل الخطاب. لكن ما الفرق بين تحليل المحتوى وتحليل الخطاب؟

الكلمات المفاتيح: تحليل محتوى، أداة، منهج، كمي، نوعي، تحليل خطاب.

Methodological Issues of Content Analysis and Its Relation to Discourse Analysis

Abstract

Content analysis is among the most controversial research tools in the humanities and social sciences, in terms of whether it is considered a research tool or a stand-alone method, and whether it relies on quantitative or qualitative analysis. However, in media and communication sciences research, it remains the most effective method for studying the messages conveyed by the media or the content of direct discourse. Quantitative analysis, which relies on calculating the space occupied by a message and counting the occurrence times of one or more words, has shown that the recorded number of units does not represent the true trend of the topic. Therefore, researchers have proposed combining quantitative analysis with qualitative analysis, the latter of which is the basis for discourse analysis. But what is the difference between content analysis and discourse analysis?

Keywords: Content analysis, tool, method, quantitative, qualitative, discourse analysis.

المؤلف المرسل: زينة عاشور، zinachour@yahoo.fr

توطئـــــة:

تشير البرمجة الحالية لمادة "تحليل المحتوى" للطلبة في مستوى الماستر، في كلية علوم الإعلام والاتصال، للأهمية التي لا تزال تكتسيها في مجال البحوث الأكاديمية، حتى في عصر ثورة المعلومات وتنوع وسائلها.

فرغم قدم تحليل المحتوى كممارسة علمية، وحتى مع ظهورها في مجال علوم الإعلام والاتصال الذي رافق أوائل النظريات التي أسست لهذه العلوم، فاعتمد عليها "هارولد لاسوال" في تحليله للدعاية الأمريكية من خلال الصحف، مع الحرب العالمية الأولى، لاتزال **تطرح إشكالية كيف العمل بها، وهل هي أداة أو منهج قائم بذاته؟ هل يعتمد على التحليل الكمي أو التحليل النوعي؟ وماهي علاقة تحليل المحتوى بتحليل الخطاب؟**

وهي التساؤلات التي يحاول هذا المقال الإجابة عليها:

1- تحليل المحتوى بين التحليل الكمي والتحليل النوعي:

يعتبر الاتصال، في أبسط تعاريفه، دخولا في علاقة مع الآخر. أما "غرايماس"، فيعرفه على أنه: عملية وفعل، ما يعني إمكانية اختيار، داخل عالم الدلائل، معانٍ معينة والتخلي عن أخرى؛ وبذلك يكون الاتصال عملية تتّسم بالحرية (حرية اختيار المعاني والدلائل)، لكنها حرية محدودة[1]. فمثلا، عندما يطلب منا: هل قرأت ذلك الكتاب؟ ما هي فكرة الكتاب؟ أو هل يمكنك تلخيص الآراء التي دافع عنها ذاك الشخص في تلك المناسبة؟ فإننا نختار من عالم الدلائل، ما بإمكانه أن يعبر عن آرائنا. والإجابة عن هذه الأسئلة، تتطلب منا "تحليل المحتوى". **فمحتوى الرسالة:** هو ذلك المعنى الذي تعبر عنه الرسالة[2]؛ حيث، تشير التسمية: "تحليل المحتوى" إلى تحليل "ماذا" يتناول منتوج كلامي معين والذي يمكن أن يكون مجموعة مقالات صحفية، أو مقابلات في بحث، أو تبادلا للكلام العادي، أو نصائح[3].

تذكرنا "جوديت لازار" أن أكثر المواضيع التي يناقشها الباحثون هي محتويات وسائل الإعلام. إذ يتم **ترتيب وتحليل ما جاء في هذا المحتوى**[4]، وفق أسلوب وتقنية بحثية، تستمد موضوعها ومراحلها من أنشطة أخرى (اللسانيات، السيمونطيقا، الإحصائيات)، وهي مجموعة من التقنيات تخدم البحث أو التخمين العلمي[5].

لقد حاول العالم النفساني – التجريبي "بانجمان بوردون" "Benjamin BOURDON"، عام 1888 (لم تكن لعلوم الإعلام والاتصال أي وجود بعد) التمييز بين علم النفس والفلسفة، فقام بتحليل مضمون "التوراة"، فاختار جزءا ممثلا (الجنة)، فكوّن نصّا انطلاقا من احتفاظه بالكلمات الرئيسية، ثم قام بترتيب المواضيع، وهكذا ظهر "تحليل المضمون" كطريقة موضوعية وكمية[6].

منذ عام 1915، بدأ "هارولد لاسوال" البحث عن طريقة قادرة على تعويض الحدس الذاتي في ميدان تحليل الاتصالات، فقام، عام 1927، بدراسة مواضيع الدعاية، خلال الحرب العالمية الأولى. وبعده، نشر الأمريكيان "برلسون" و"بول لازار سفالد" كتاب: "تحليل محتوى الاتصالات"، وذلك عام 1948[7].

رغم أن موضوع تحليل المحتوى هو ماذا قيل؟، فقد ظهرت من إشكالياته: هل تحليل المحتوى تحليل كمي؟ أم تحليل نوعي؟ هل هو منهج قائم بذاته أم أداة بحث؟ وما الفرق بينه وبين تحليل الخطاب؟

1-1- تحليل المحتوى؛ تحليل كمي:

أجمع الباحثون على أن بداية تحليل المحتوى، كان كميا، لهذا نجد مثلا "برلسون" يعرفه على "أنه "تقنية البحث التي تقوم على وصف موضوعي وكمي لمحتوى الاتصالات"[8]. هذا التوجه، أكّده فيما بعد "جريماس GREIMAS" الذي حصر تحليل المحتوى في الرسالة الظاهرة فقط لتكون موضوع التحليل[9]، وهو ما ذهب إليه

"روجي ميتشالي"Roger MUCCHIELLI، حيث شبه المحتوى الذي يتعامل معه الباحث بالسائل الذي يقوم الكيميائي بتحليله: كل شيء هنا أمامه، ولا يوجد أي شيء ضمني. ما على الباحث إلا تحليل ما بين يديه ولا يذهب للبحث في الخبايا.

يعتمد "التحليل الكمي" على "قياس موضوع الدراسة باستخدام الحسابات. فالعديد من الدراسات الاجتماعية تلجأ إلى استخدام القياس، بحساب المجموع أو المعدلات[10]. وهو عبارة عن حساب درجة تردد البيانات في أشكالها المختلفة (المساحة، الزمن، الكلمة)[11]، وهذا ما يلخصه "هشام عطية عبد المقصود": "تبنّى العديد من الباحثين فكرة أنّ "تحليل المضمون" لا يتعدّى كونه كمّيا، يقوم بوضع عناصر المادة محلّ التحليل في صورة كمية، تقسّم المادة فيها إلى فئات، لا تكون شاملة ولا جامعة، تنفي كلّ المادة التي تأتي خارج هذه الفئات. ويتم التركيز على المحتوى الظّاهر دون رؤية المادة في تفاعلاتها مع غيرها في سياق مقارن"[12].

رغم أن أغلب الباحثين استمدّوا تعريفاتهم من التعريف الذي قدمه "برلسون" ل"تحليل المحتوى، إلا أن مجموعة منهم انتقدوا تركيز التحليل على الكم[13]، فعملوا، منذ ذلك الوقت على تطوير تحليل المضمون، وتم اقتراح إمكانية إنشاء منهج يسمح بالقيام باستنتاجات تبيّن بانتظام الخصائص المميزة للرّسالة. وبذلك يكون الانتقال من الخصائص الظاهرة والكمية لعناصر النص إلى مفاهيم الشكل والبناء، إلى إضافة مقياس النوعية"[14].

1-2- تحليل المحتوى تحليل نوعي:

عرف تحليل المحتوى تجددا من حيث أنه كان كميا، فأصبح أيضا كيفيا"[15]. إذ يقصد بالتحليل الكيفي ذلك الأسلوب الذي يرتكز على إعادة الصياغة، أو الشرح، أو التنظير لتجربة أو ظاهرة[16]. فجمع بين الاتجاه الوصفي والاتجاه الاستدلالي:

1- الاتّجاه الوصفي: وهو الاتّجاه الذي يصف المحتوى الظاهر فقط.

2- الاتجاه الاستدلالي في تحليل المحتوى: يتجاوز هذا الاتجاه وصف المحتوى الظّاهر إلى الكشف عن المعاني الكامنة وقراءة ما بين السطور والاستدلال عن الأبعاد المختلفة لعملية الاتصال. حيث لا يمكن عزل الرسالة عن شخصية المتلقّي وحالته العضوية، ولا عزلها من غيرها من الوسائل، بالإضافة إلى أنّه لا يمكن عزل الرسالة عن خصائص المحرّر أو الكاتب واتّجاهاته وأفكاره. وارتباط كلّ ذلك بالأهداف وتأثيرات القوى أو النظم في المجتمع.

1-3- انتقاد كلا من التحليل الكمي والتحليل الكيفي في تحليل المحتوى:

انتقدت الطريقة الكمية في التحليل على أنها سطحية في المعالجة. ففي العديد من الدراسات التي تستلزم التحليل، لا يترجم عدد مرات ظهور الكلمة، أو الموضوع الواقع أهمية العنصر. أما الانتقادات الموجهة للتحليل الكيفي فهي كونه ذاتيا[17].

بعد هذا الخلاف، حاول الباحثون التعامل مع التحليلين (لكمي والكيفي) بالدمج بينهما والانتفاع بايجابياتهما معا: فالتحليل الكيفي يتطلب درجة دنيا من التكميم، فيكون القياس وسيلة في خدمة البحث لا عائقا له[18]. بل ظهر **التيار المعاصر ل" تحليل المحتوى" بميله إلى التحليل الكيفي دون التحليل الكمي**، وعليه يؤكد" بيار كولن" و"آلاكس موتشالي" أن: "وراء كل تحليل كمّي تقييما نوعيا، بينما ليس العكس ضروريا"[19]. فعندما تستشهد" لورنس باردان" بمقولة ل"أنطوان سانت إقزوبيري" A.Saint AXUPERRY:" **المهم لا يرى بالعيون**"[20]. "L'essentiel est invisible pour les yeux". فهي تؤكد أن" التحليل الكيفي" هو التحليل القادر على اكتشاف الرسالة الحقيقية. فتخطى **الاتجاه المعاصر في استخدام تحليل المحتوى مرحلة وصف المحتوى الظاهر**

للاستدلال عن العناصر الكامنة"[21]، وبذلك دراسة السياق، حيث يحاول الباحث اختبار صحة تصوراته عن حركة العملية الإعلامية وعناصرها والعلاقات بينها في ظروف معينة. هذه التصورات تصاغ على شكل فروض علمية تقترح نتائج وتفسيرات مسبقة[22]، فال**فرضية** عبارة عن تفسير مؤقت لطبيعة العلاقات بين الظواهر المختلفة[23]. وهي حجر أساس بناء إستراتيجية البرهنة، فالفرضية تسمح بطريقة ما بالانتقال من النظري إلى التطبيق[24].

2- تحليل المضمون بين كونه أداة أم منهجا قائما بذاته:

من الإشكالات المنهجية القائمة في تحليل المحتوى: هل هو منهج؟ أم أداة أم أسلوب من أساليب البحث؟ تعتبر بعض الكتابات الأجنبية والعربية تحليل المضمون "منهجا" وبعض الكتابات تعتبره أسلوبا من أساليب البحث والبعض الآخر يرى تحليل المضمون أداة لجمع البيانات كالملاحظة والمقابلة[25].

2-1- تحليل المضمون كأداة بحث:

نقرأ للعديد من الباحثين الذين يعتبرون "**تحليل المضمون** "**أداة**، من بينهم "جون دي بونفيل": "إنّ اختيار تحليل المحتوى ك**أداة**، يعني الاعتراف بالبعد والمعنى الإجمالي للاتصال ووسائله"[26].

وهو ما يكتبه صراحة "سمير محمد حسين": "ينبغي توضيح **أنّ تحليل المضمون ليس منهجا قائما** بذاته وإنّما هو مجرد **أسلوب أو أداة** يستخدمها الباحث ضمن أساليب وأدوات أخرى في إطار منهج متكامل هو "**منهج المسح** " في الدراسات الإعلامية، حيث يسعى الباحث إلى مسح جمهور القراء أو مسح المضمون..."[27].

2-2- تحليل المضمون كمنهج بحث:

يرى بعض الباحثين أنّ "**تحليل المضمون**" **منهجٌ** قائمٌ بذاته، نذكر "زيدان عبد الباقي" الذي عرفه صراحة أنه منهج، كما وضح موقفه بتقديم مقارنة بين تحليل المحتوى والمناهج الأخرى: "إن المنهاج الرئيسي الذي يستخدم في البحث في مواد الاتصال بالجماهير هو منهاج تحليل المحتوى. ويقصد به الأسلوب الذي يرمي إلى الوصف الموضوعي المنظم والكمي للمحتوى الظاهر لموضوعات الاتصال. فإذا كان المنهج التجريبي يقوم بجمع البيانات التي يتناولها بالتحليل وإذا كان المنهج التاريخي يحصل على مادته الخام من بحوث التاريخ ومؤلفاته، فإنّ **منهج** "تحليل المحتوى" يجمع بين هذين الأسلوبين"[28].

هذا الموقف نجده أيضا عند الباحثة "لورنس باردان" التي عرفت تحليل المحتوى على أنه "**منهج** إمبريقي بحثي، إلاّ أنه يتعلق كثيرا بنوع الكلمة التي نستعملها ونوع الترجمة التي نضفيها عليها"[29].

كما قدم "موتشيالي" تحليل المحتوى على أنه منهج، فنقرأ مثلا: "ظهر تحليل المحتوى **كمنهج** موضوعي كمي"[30].

3- مميزات تحليل المحتوى وأنواع الفئات:

3-1- مميزات تحليل المحتوى:

رغم تطور تعريفات تحليل المحتوى، إلا أن غالبيتها حصرت دور الباحث حين يوظفها على تصنيف المادة التي تحلل إلى فئات، باستخراج السمات العامة لكل منها. رغم ظهور التوجه النوعي في التحليل. وبهذا تظهر الخصائص التالية في تحليل المحتوى:

- هي أداة مستقلة عن الواقع المدروس، ما يحيل إلى الخاصية الموالية:

– أداة موضوعية: تدرس معطيات عديدة، يمكن للعديد من الباحثين دراسة نفس المعطيات والوصول إلى نفس النتائج.

– أداة شفافة: لأنها تتدخل دائما بعد نشر أو بث الرسالة، فهي لا تغير من الصورة الملاحظة[31].

– أداة مرنة: تتأقلم مع الموضوع الذي تتعامل معه، لأنها تدرس الرسالة كما تألفت.

– لا تتطلب تكوينا خاصا: فهي، في الأصل ممارسة يومية، في حياة الفرد، لكن أيضا تدرب الدارس منذ سنوات تعليمه الأولى على تحليل النصوص.

– لكن تبقى أداة تحليل المحتوى ليست مجرد "علم" بل تتعداه لتكون فنًّا: في كيفية استخراج الوحدات وتصنيفها في إطار الفئات، التي تكون الواحدة منها مستقلة عن الأخرى، بل أكثر من ذلك، يظهر الجانب الفني، في التحليل النوعي، حيث نجد قراءة باحث مبدع للمعطيات والأرقام، وتفسيره لها تختلف عن تفسير غيره، فيظهر للقارئ تمكنه من الموضوع وقراءاته السابقة عنه وإلمامه به.

– يستفيد تحليل المحتوى من التطورات التكنولوجية التي أثرت مجال البحث العلمي، مثل الاستعانة ب spss الذي يمكن تعريفه على أنه مجموعة جاهزة من البرامج لتطبيق وقياس العمليات الحسابية والرياضية بطريقة أسرع وأكبر وبصورة مباشرة. وهناك برنامج Nvivo لتحليل البيانات النوعية والكيفية، كما أحدث مجال الذكاء الاصطناعي ثورة في مجال تحليل المحتوى.

وأخيرا ليس هناك طريقة" تحليل المحتوى" تلائم جميع أنواع البحوث[32].

3-2- أنواع الفئات في تحليل المحتوى:

هناك غالبا مرحلة أولى في البحث العلمي، يقوم الباحث، فيها باستكشاف موضوع دراسته. ففي تحليل المحتوى، يقوم الباحث بإجراء قراءته الأولى، لاكتشاف ما يملك من وحدات رئيسية قصد التحليل، فيقوم بعدّها وترتيبها في إطار الفئات. تندرج فئات تحليل المحتوى ضمن نوعين من الفئات الرئيسية طبقا للأسس التي يصطنعها الباحث للتحليل بما يتفق مع طبيعة ومضمون موضوع البحث، فهذه الفئات تقوم على التفرقة بين المحتوى والشكل[33].

- فئة المحتوى: تبحث في ماذا كتب؟
- فئة الشكل، تجيب عن سؤال: كيف كتب؟

1- فئات المحتوى: ونجد فيه فئة الموضوع، وفئة الاتجاه، وفئة المصدر، وفئة القيم، وفئة الأهداف، وفئة الجمهور المستهدف.

أ– فئة موضوع الاتصال: هي الفئة التي تجمع الموضوعات التي تدور حولها مواد الاتصال.

ب– فئة اتجاه المحتوى: يقيس بها الباحث التأييد أو المعارضة، أو الحياد، كما جاء في المعالجة.

ت– فئة المرجع أو المصدر: المرجع أو المصدر قد يكون شخصا أو جماعة أو هيئة أو مؤسسة أو حكومة. في الإعلام، يتولى الصحفي إسناد المعلومات أو الأخبار أو الآراء إلى مصادرها. وكشف الباحث عنها، وتصنيفها، يساعده على تحديد المواقف المؤيدة أو المعارضة، الصادقة أو المعادية[34].

يعد تكرار العبارات المعادية في صحيفة ما، وصفًا لاتجاه المحتوى ذاته في حدود عملية الوصف، ولكن عندما يختبر الباحث صحة العلاقة بين تكرار العبارات المعادية واتجاه الصحيفة نفسها، فإنه يصل من خلال عملية التحليل إلى صحة هذه العلاقة، أو عدم صحتها، وتقوده النتائج في هذه الحالة إلى تحديد اتجاه الوسيلة أو

المصدر فالمحتوى وحده، لم يقدم سوى تكرار العبارات العدائية، فيظهر اختبار الفروض كأهم مرحلة يقوم بها الباحث للخروج بالاستدلالات الأخيرة عن الوسيلة[35].

للإجابة عن السؤال: كيف قيل؟ تظهر فئات الشكل لتجيب عنه:

2- فئات الشكل: الفئات الشائعة، نذكر: فئة المساحة والزمن، وفئة الرسومات والصور، وفئة اللغة، وفئة شكل العبارات.

أ- فئة نموذج الاتصال: أساليب الأداء (روائي، خيالي، ...)[36].

ب- فئة الإطار الذي يتخذه الموضوع: واقع ملموس أو مجرد، ...

ت- فئة شدة التعبير: درجة الانفعالية: إيجابية، أو سلبية، ...

ث- فئة الأداة: هل المادة الإعلامية مدعمة بمراجع وأسانيد علمية واضحة ... أم مدعمة بآراء أشخاص.

4- العلاقة بين تحليل الخطاب وتحليل المحتوى:

4-1- الخطاب وتحليل الخطاب:

اتّفق الباحثون من تخصصات مختلفة على أن تعريف الخطاب من المسائل الصعبة. ويؤكد ذلك الباحث الفرنسي "دومينيك مانجينو" Dominique Maingueneau: "تستعمل كلمة 'خطاب' للتعبير عن معاني. عديدة من الضيقة إلى الأكثر اتّساعا، والصعوبة ذاتها تنطبق على تحليل الخطاب"[37].

ووردت كلمة "خطاب" في اللغة العربية، بعدّة معانٍ تتميز عن دلالتها اللسانية الحديثة، وإن كانت تتقاطع معها. ومن هذه الدلالات "الكلام"[38]. وفي هذا السّياق، يشير "شعيب الغباشي"[39] إلى أنّ مصطلح الخطاب له مفهومان (الأوّل: أصيل، وبسيط، والثاني: معاصر، وذو طبيعة تركيبية).

المفهوم الأول: أصيل، ثابت، وبسيط، وغير مركب، عرفه العرب وورد في القرآن الكريم وفي حديث رسول الله (ص) وفي المعاجم اللغوية الأولى. وهنا نذكر كتاب "لسان العرب" لابن منظور الذي اعتمد عليه معظم الباحثين في تقديم التعريف اللغوي ل"الخطاب":

"لقد جاءت المادة "الخطاب" على وزن فعال من خاطب، ومصدر خطاب، ومخاطبة على وزن مفاعلة، ومعناه الكلام والمحادثة ومراجعة الكلام والمشاورة فيها، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطابا وهما يتخاطبان"[40].

وهنا نلاحظ أنّ المخاطبة تعني المحادثة، وبمعنى التواصل بين الذّات والآخر.

ذكر معظم الباحثين الآيات القرآنية التي ورد فيها لفظ الخطاب كالتالي: ورد لفظ "خطب" 9 مرات وورد بصيغة "خطاب" 3 مرات، نذكر مثلا الآيات[41]:

قال تعالى: "وإذا خاطبهم الجاهلون قالوا سلاما" (الفرقان، 63).

قال تعالى: "ولا تخاطبني في الذين ظلموا" (هود، 37).

قال تعالى: "فقال أكفلنيها وعزّني في الخطاب" (سورة ص، 23).

قال تعالى: "وشددنا ملكه وآتيناه الحكمة وفصل الخطاب"(سورة ص، 20).

قال تعالى: "الرحمن لا يملكون منه خطابا"(النبأ، 37).

نجد في "لسان اللسان": "الخطب: الشّأن أو الأمر، صغر أو عظم، ومنه قولهم: جلّ الخطب أي عظم الأمر والشّأن.

والخطاب والمخاطبة: مراجعة الكلام. والخطبة مصدر الخطيب، وخطب الخاطب على المنبر، واختطب يخطب خطابة، واسم الكلام الخطبة. والخطبة، مثل الرسالة التي لها أوّل وآخر"[42].

أما في "القاموس المحيط"، فنجد: "وخطب الخاطب على المنبر خطابة، بالفتح، وخطبة بالضم، وذلك الكلام: خطبة أيضا، أو هي الكلام المنثور المسجع ونحوه. ورجل خطيب: حسن الخطبة، بالضم"[43].

وتعليقا على تعريف "الأصفهاني" الذي وقف عند المادة بإسهاب في كتاب "المفردات في غريب القرآن"، كتب "محمود سليم محمد هياجنة": "لا تتجاوز تجليات الخطاب لدى أهل التفسير معنى المحادثة، والطلب، والبيان، والسلطان والفصل والبيّنة والإيجاز والتكلم، ومن ثمة تفسير الخطب بالشأن والغرض، والأمر العظيم الذي يكثر فيه التخاطب"[44].

أمّا في اللغة الفرنسية: حسب تعريف "بربارا كاسان" Barbara CASSIN": "لم يكن لفظ الخطاب متصلا في الأصل باللغة اتصالا مباشرا، إذ اللّفظ Discours الفرنسي مشتق من الأصل اللاتيني " discurrere" بمعنى "الجري هنا وهناك وعندما بدأ لفظ discursus، عند نهاية الحقبة اللاتينية يأخذ معنى الخطاب، وكان معناها في البداية: طريقا محفوفا بالشكوك للمحادثة والمناقشة، قبل أن يحيل اللّفظ عل تشكيل منطوق أو مكتوب للفكر، وهكذا أصبحت البلاغات الإغريقية للّوغوس ومثلها البلاغات اللّاتينية للخطابة oratio، أصبحت بالنسبة إلينا بلاغات الخطاب، لأقسام الكلام (الفعل، الفاعل...)"[45].

يشير "شعيب الغباشي" إلى أن المفهوم الثاني للخطاب: معاصر، وذو طبيعة تركيبية، يتعدى بها الدلالة اللغوية إلى الدلالة الفلسفية، والدلالة السياسية والدلالة الإعلامية، وتتضح الفروق بين الدلالات حسب السياقات التي تورد فيها[46]، بل وحتى، حسب المدارس المختلفة التي قدمت تعريفات مختلفة باختلاف ميادينها[47].

برزت في الساحة العالمية مدرستان اهتمتا بتحليل الخطاب وهي: المدرسة الأمريكية ومدارس تحليل الخطاب الفرنسية:

1- الخطاب حسب المدرسة الأمريكية: هو التفاعل الشفوي أو التقاول وحسب هذا الرأي، تعتبر الأقوال التي لا تنتمي إلى الخطاب الشفوي خطابات باردة، فقيرة تتسم دراستها بقلة الفائدة[48].

2- مدارس تحليل الخطاب الفرنسية: كان يُتَحدث في الستينيات من القرن العشرين عن مدرسة فرنسية متأثرة بعلم النفس التحليلي والماركسية في الوقت نفسه، لكن اليوم لا توجد مدرسة مسيطرة في فرنسا، بل هناك، حسب – "محمد شومان"– توجه كامل يسمى "تحليل الخطاب"، يظهر في أشكال مختلفة يمكن تصنيفها إلى أربعة منظومات كبرى، هي: المنظومة المنطوقية، والمنظومة الحجاجية، والمنظومة السردية والمنظومة الخطابية[49].

يقرر "صابر محمود الحباشة": "تحليل الخطاب مقاربة منهجية للعلوم الاجتماعية والإنسانية. إنها مقاربة متعددة الاختصاصات كمية وكيفية، تدرس سياق الخطاب الشفوي أو المكتوب ومحتواه"[50].

من أهمّ المبادئ النظرية لتحليل الخطاب أنها مقاربة سوسيو–دلالية، إذ تأخذ بعين الاعتبار سياق القول، وخصائص القائل والخصائص الدلالية للقول. ويقع "تحليل الخطاب" في الخط الفاصل بين اللسانيات النصية والمكان الاجتماعي الذي نشأ فيه (الذي ينتمي إلى اختصاصات من قبيل السوسيولوجيا والإثنولوجيا).

هل "تحليل الخطاب" منهج في التحليل؟ يجيب "محمد شومان" ب"نعم، إذ هناك من الباحثين من استخدمه على أنّه نظرية للتفسير، بينما استعمله آخرون باعتباره منهجا في التحليل. ف"تحليل الخطاب" منهجٌ، ويسجّل هذا المنهج نظرة تفسيرية اجتماعية للواقع الاجتماعي"[51].

هناك فئة من الباحثين تحدد منهجا من المناهج لخدمة "تحليل الخطاب"، مثل: "عمّار ساسي" الذي يجعل "المنهج الوصفي الوظيفي" المنهج الأنسب ل"تحليل الخطاب"، أو "محمد طوالبية" الذي يشير إلى "أهمية التحليل السيميولساني للخطاب، والذي يشمل الجانب اللّغوي والشّكلي للخطاب وعن شكل الخطاب: وعنوان الخطاب، وقائله، وزمنه، ومكانه وموضوعه"[52]. لكنّ باحثين آخرين قالوا بتعدد المناهج التي يعتمد عليها "تحليل الخطاب" من بينهم، "محمد شومان" الذي عرف تحليل الخطاب على أنه: "عبارة عن **مجموعة متّصلة من المناهج** لدراسة الخطاب. وهذه المناهج لا يترتّب عليها مجرّد ممارسات لجمع البيانات وتحليلها، وإنّما يترتب عليها أيضا مجموعة من الافتراضات النظرية وما وراء النظرية... ويشترك "تحليل الخطاب" مع كافّة المناهج الكيفية في الاهتمام بما تحمله الحياة الاجتماعية من معان"[53]. نقرأ نفس التوجه لـ "صابر محمود الحباشة" الذي كتب عن "إمكانية استخدام العديد من المناهج الكيفية التقليدية: كتحليل المحادثة، والتحليل الروائي، والأسلوبية والتداولية"[54].

2-4- علاقة تحليل المحتوى بتحليل الخطاب:

يرى "صابر محمود الحباشة" أنّ "تحليل الخطاب" يستجيب لرؤية مختلفة عن رؤية "تحليل المضمون"، ففي "تحليل المضمون"، يعدّ الخطاب قبل كلّ شيء مصدرا للمعلومات، يتم استخراج المعلومات من نص كامل (يرى في الخطاب انعكاسا لواقع خارجي)، أمّا رؤية "تحليل الخطاب"، فيتعلّق الأمر بفهم أشكال الخطاب ومؤسّسته الخطابية؛ يعتبر "تحليل الخطاب" الخطاب نفسه واقعا[55].

تبنّى العديد من الباحثين فكرة أنّ "تحليل المضمون" لا يتعدّى كونه "كمّيا، يقوم بوضع عناصر المادة محلّ التحليل في صورة كمية، تقسّم المادة فيها إلى فئات، لا تكون شاملة ولا جامعة، تنفي كلّ المادة التي تأتي خارج هذه الفئات. ويتم التركيز على المحتوى الظّاهر دون رؤية المادة في تفاعلاتها مع غيرها في سياق مقارن[56]"، وهنا يقترح "هشام عطية عبد المقصود" الاستعانة ب"تحليل الخطاب" دون إهمال أداة "تحليل المضمون، خاصة وأنّ تحليل المضمون أصبح كيفيا أيضا بعدما كان كمّيا. فذكر "محمد عبد الحميد"[57] اتّجاهين في دراسات تحليل المحتوى، حاول من خلالهما استيعاب "تحليل الخطاب":

1- الاتّجاه الوصفي: وهو الاتّجاه الذي يصف المحتوى الظاهر فقط.

2- الاتجاه الاستدلالي في تحليل المحتوى: يذكر "محمد عبد الحميد" أن هذا الاتجاه "يتجاوز وصف المحتوى الظّاهر إلى الكشف عن المعاني الكامنة وقراءة ما بين السطور والاستدلال عن الأبعاد المختلفة لعملية الاتصال. حيث لا يمكن عزل الرسالة عن شخصية المتلقّي وحالته العضوية، ولا عزلها عن غيرها من الوسائل، بالإضافة إلى أنّه لا يمكن عزل الرسالة عن خصائص المحرّر أو الكاتب واتّجاهاته وأفكاره. وارتباط كلّ ذلك بالأهداف وتأثيرات القوى أو النظم في المجتمع".

في كلّ الأحوال، انتقدت كل من الطريقتين في التحليل "الكمية" و"الكيفية": وأن مسألة منهجية حسّاسة، ناقش "محمد شومان" كيف تثار إشكالية الموضوعية والتحيّز في عملية التحليل، فالبعض يتّهم "تحليل الخطاب" بالذّاتية، ويصنّف طرقه المختلفة بأنّها مجرّد تأويلات شخصية. ونفس الانتقادات توجّه للتحليل الكمّي، حيث أنّ تحديد العينات وفئات التحليل وتصنيفها ورصدها واستنتاج دلالاتها ومعانيها لا تخلو من تحيّزات ذاتية[58].

– يرفض "تحليل الخطاب" عزل المنطوق عن السياق[59]، خلافا ل"تحليل المضمون" الذي يمكن تعريفه – حسب مؤسسه "برنار بيرلسن"– كتقنية البحث للوصف الموضوعي والكمي للمحتوى الظاهر للاتصال وهدفها تفسيرها"، أما "تحليل الخطاب"، فلا يفصل بين ما يسمي "تحليل المضمون" ب"المحتوى الظاهر" عن السياق، بل يعمل

على دمجهما. ففي "تحليل الخطاب"، كل نشاط كلامي مرتبط بنوع من الخطاب: المكان الاجتماعي الذي ينشأ فيه، والقناة التي يمر من خلالها (شفهي، مكتوب، تلفزيوني)، ونوع البث، كلها مرتبطة بالطريقة التي ينظم بها النص.

جدول يوضح: المقارنة بين تحليل المحتوى وتحليل الخطاب

تحليل المحتوى	تحليل الخطاب
نشأ من العلوم الاجتماعية	نشأ من اللسانيات
تفترض شفافية الخطاب بالنسبة للواقع	تفترض عتمة الخطاب المستقل عن الواقع
تقع معايير التحليل خارج الخطاب المدروس: وصف الرسائل انطلاقا من معايير محددة مسبقا (منهج استنباطي)	تقع معايير التحليل داخل الخطاب، تنشأ من قراءة النص قصد التحليل (منهج استقرائي) –رغم أن العلم المتراكم يسمح اليوم بتحديد بعض المعايير مسبقا–
يفترض تجزئة الخطاب: توزع عناصر النص في فئات، ونعمل على وحدات معزولة (كلمة، ...)	يحترم البناء العام للنص: تمنح الأولوية لهيكل النص.
مقاربة كمية (العد، مفهوم الترددات، المعدل، ...)	المقاربة – بالدرجة الأولى– كيفية.
نفترض التمثيل الإحصائي للنصوص	نفضل شروط إنتاج وسير واستقبال الخطابات قصد التحليل.
تكون التحاليل من النوع الإحصائي والموضوعي	يفضل التحليل النشاط الكلامي المنقول لمكان ونوع
العينة: متجانسة وشاملة	التجانس والشمولية ليست ضرورية
يمكن إعادة تطبيق المنهج (لتواجد معايير التحليل خارج الخطاب قصد التحليل).	لا يمكن إعادة تطبيق المنهجية، فكل خطاب يولد معايير خاصة بتحليله، حتى وإن كان بإمكان العلم المتراكم يسمح بنوع من إعادة تطبيق المنهج.

يمكن في الأخير القول إن تحليل الخطاب وتحليل المحتوى متكاملان، خاصة وأن العديد من الباحثين أدرجوا "تحليل المحتوى" كأداة من أدوات "تحليل الخطاب".

خاتمـــة:

تعد أداة "تحليل المحتوى" من أبرز الأدوات البحثية في ميدان علوم الإعلام والاتصال التي تنتمي للدراسات الوصفية، المعتمدة على المنهج المسحي.

تطور "تحليل المحتوى" من كونه "تحليلا كميا" إلى "تحليل نوعي" لمضامين الإعلام، وبناء على انتقاد كل من التحليل الكمي والتحليل الكيفي، ظهر تيار حاول الجمع بين التحليلين للاستفادة القصوى من هذه الأداة.

الملاحظ في التوجه الحديث لتحليل مضامين وسائل الإعلام، يكتشف الأهمية المعطاة للتحليل الكيفي (النوعي أو الاستدلالي) مقارنة بالتحليل الكمي، ما يحيلنا للحديث عن "تحليل الخطاب" الذي يعد تحليلا ليس فقط للمضامين بل بأخذ بالاعتبار السياق، والمرسل، والمستقبل. بل وحتى البحث عما لم يقل. وهو التوجه الأكثر حداثة في التحليل.

الهوامش:

1- Algirdas Julien GREIMAS, Sémantique structurale, PUF, Paris, 1986, p.36.

2- Alain LARAMEE, Bernard VALLEE, la recherche en communication, éléments de méthodologie, Télé-université, Québec, Canada, 2005, p.91.

3- Alice KRIEG-PLANQUE, Analyser les discours institutionnels, in Série «Discours et communication», dirigée par Dominique MAINGUENEAU, Armand COLIN, Paris, 2013, p.43.
4- Judith LAZAR, Sociologie de la communication de masse, Armand COLIN éditeur, Paris, 1991, p.127.
5- Jean de BONVILLE, L'analyse de contenu des médias, (de la problématique au traitement statistique), BOECK Université, Paris, 2000, p.06.
6- Roger MUCCHIELLI, L'analyse des documents et des communications, connaissance du problème, 4ème édition, les Editions ESF, Paris, 1982, p.11.
7 -IBID, p.14.
8- Jean de BONVILLE, Op. Cit, p.09.
9- Roger MUCCHIELLI, Op. Cit, p.21.
10- Maurice ANGERS, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, édition CASBAH, Alger 1997, p.60.

11- أحمد بن مرسلي (2003)، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 258.

12- هشام عطية عبد المقصود (2012)، دراسات في تحليل الخطاب الإعلامي، صورة الذات العربية في الأزمات الدولية وآليات التحيز في التغطية الخبرية، ط 1، دار العالم العربي، القاهرة، ص 14.

13- Jean de BONVILLE, Op.Cit, p.09.

14- لارامي وفالي (2004)، البحث في الاتصال، عناصر منهجية، ترجمة: ميلود سفاري وآخرين، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، ص 243.

15- محمد عبد الحميد (2000)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، ص 115.

16- Pierre PAILLE, Alex MUCCHIELLI, L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales, Armand COLIN, VUEF, Paris, 2003, p.05.
17- Jean de BONVILLE: Op. Cit, p.12.
18- IBID, p.13.
19- Pierre PAILLE, Alex MUCCHIELLI, Op. Cit, p.21.
20- Laurence BARDIN, L'analyse de contenu, 2ème édition, PUF, Paris, 1998, p.209.

21- محمد عبد الحميد (1993)، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط 1، عالم الكتب، بيروت، ص 163.

22- محمد عبد الحميد (1979)، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 230.

23- Madeleine GRAWITZ, Lexique des sciences sociales, 7ème édition, DALLOZ, Paris, 2000, p.211.

24- Alain LARAMEE et Bernard VALLEE, Op. Cit, p.198.

25- عواطف عبد الرحمان (1982)، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، القاهرة، ص 260.

26- Jean de BONVILLE, Op. Cit, p.14.

27- سمير محمد حسين (1995)، بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي، ط 2، عالم الكتب، القاهرة، ص 232.

28- زيدان عبد الباقي (1974)، وسائل وأساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية، دار الكتب المصرية، ص 303.

29- Laurence BARDIN, Op. Cit, p.30.

30- Roger MUCCHELLI, Op. Cit, p.11.
31- Jean de BONVILLE, Op. Cit, p.15.
32- Raymond QUIVY, Luc Van CAMPENHOUDT, Manuel de recherche en sciences sociales, 2ème édition, DUNOD, Paris, 1995, p.76.

33- زيدان عبد الباقي، مرجع سبق ذكره، ص 312.

34- المرجع نفسه، ص 318.

35- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 232.

36- زيدان عبد الباقي: مرجع سبق ذكره، ص 318.

37- Dominique MAINGUENEAU, Genèse du discours, 2ème édition, Pierre Mardaga éditeur, Liège, 1984, p.01.

38- مرزاق العمري (جانفي 2008)، "راهن الخطاب المسجدي والمرجعية الدينية الوطنية". في رسالة المسجد، العدد 01، السنة 06، وزارة الشؤون الدينية والأوقاف، الجزائر، ص 08.

39- شعيب الغباشي، الخطاب الإعلامي والقضايا المعاصرة، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، ص 162.

40- محمود سليم محمد هياجنة (2009)، الخطاب الديني في الشعر العباسي إلى نهاية القرن الرابع الهجري، سلسلة إصدارات منتدى الشمال للفكر والثقافة ومركز القرار المسؤول للتنمية، ط 1، عالم الكتاب الحديث، عمان، ص 06 (نقلا عن ابن منظور: لسان العرب، ط 3).

41- القرن الكريم.

42- ابن منظور (1993)، لسان اللسان، تهذيب لسان العرب، ط 1، الجزء الأول، دار الكتب العلمية، بيروت، ص 348.

43- مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز آبادي (2005)، القاموس المحيط، ط 8، مؤسسة الرسالة، بيروت، ص 89.

44- محمود سليم محمد هياجنة، مرجع سبق ذكره، ص 8.

45- صابر محمود الحباشة (2011)، الأسلوبية والتداولية، مداخل لتحليل الخطاب، ط 1، عالم الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، ص 102.

46- شعيب الغباشي، مرجع سبق ذكره، ص 162.

47- كريمة أحسن شعبان (2015)، الاتصال الخطابي وفن الإقناع، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ص 195.

48- صابر محمود الحباشة، مرجع سبق ذكره، ص 117.

49- محمد شومان (2007)، تحليل الخطاب الإعلامي، أطر نظرية ونماذج تطبيقية، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص 24.

50- صابر محمود الحباشة، مرجع سبق ذكره، ص 110.

51- محمد شومان، مرجع سبق ذكره، ص 27.

52- محمد طوالبية (2008/2007)، الخطاب الإسلامي السياسي المعاصر... وأثره في نظرية نشوء الجماعات الفكرية، نموذج الخطاب القطبي والجبهة الإسلامية للإنقاذ، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تحت إشراف الأستاذ الدكتور لعقاب محمد، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، ص 109.

53- المرجع نفسه.

54- صابر محمود الحباشة، مرجع سبق ذكره، ص 44.

55- المرجع نفسه، ص 121.

56- هشام عطية عبد المقصود (2012)، دراسات في تحليل الخطاب الإعلامي، صورة الذات العربية في الأزمات الدولية وآليات التحيز في التغطية الخبرية، ط 1، دار العالم العربي، القاهرة، ص 14.

57- محمد عبد الحميد (2000)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، ص 115.

58- محمد شومان، مرجع سبق ذكره، ص 331.

59- Marlène Coulomb-Gully**:** «Propositions pour une méthode d'analyse du discours télévisuel», in http: //mots. revues.org/9683, consulté, le: 21- 07- 2013, à 15: 29.

قائمة المصادر والمراجع:

المصادر:

- القرآن الكريم.

المعاجم والقواميس:

1- ابن منظور، 1993، لسان اللسان، تهذيب لسان العرب، ط 1، الجزء الأول، دار الكتب العلمية، بيروت.

2- ابن يعقوب الفيروز آبادي، مجد الدين محمد، 2005، القاموس المحيط، ط 8، مؤسسة الرسالة، بيروت.

الكتب باللغة العربية:

1- أحسن شعبان، كريمة، 2015، الاتصال الخطابي وفن الإقناع، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.

2- الحباشة، صابر محمود، 2011، الأسلوبية والتداولية، مداخل لتحليل الخطاب، ط 1، عالم الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن.

3- الغباشي، شعيب، الخطاب الإعلامي والقضايا المعاصرة، ط 1، عالم الكتب، القاهرة.

4- بن مرسلي، أحمد، 2003، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

5- حسين، سمير محمد، 1995، بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتب، ط 2، القاهرة.

6- شومان، محمد، 2007، تحليل الخطاب الإعلامي، أطر نظرية ونماذج تطبيقية، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.

7- عبد الباقي، زيدان، 1974، وسائل وأساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية، دار الكتب المصرية، مصر.

8- عبد الحميد، محمد، 2000، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط 1، القاهرة.

9- عبد الحميد، محمد، 1979، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

10- عبد الحميد، محمد، 1993، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، بيروت.

11- عبد الرحمان، عواطف، 1982، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، ط 1، القاهرة.

12- عبد المقصود، هشام عطية، 2012، دراسات في تحليل الخطاب الإعلامي، صورة الذات العربية في الأزمات الدولية وآليات التحيز في التغطية الخبرية، ط 1، دار العالم العربي، القاهرة.

13- محمود سليم محمد هياجنة، 2009، الخطاب الديني في الشعر العباسي إلى نهاية القرن الرابع الهجري، سلسلة إصدارات منتدى الشمال للفكر والثقافة ومركز القرار المسؤول للتنمية، ط 1، عالم الكتاب الحديث، عمان.

14- وفالي، لارامي، 2004، البحث في الاتصال، عناصر منهجية، ترجمة: ميلود سفاري وآخرين، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر.

الكتب باللغة الفرنسية:

1- ANGERS, Maurice: Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, édition CASBAH, Alger 1997.

2- BARDIN, Laurence: L'analyse de contenu, 2ème édition, PUF, Paris, 1998.

3- BONVILLE, de Jean: l'analyse de contenu des médias, (de la problématique au traitement statistique), BOECK Université, Paris, 2000.

4- GRAWITZ, Madeleine: Lexique des sciences sociales, 7ème édition, DALLOZ, Paris, 2000.

5- GREIMAS, Algirdas Julien: Sémantique structurale, PUF, Paris, 1986.

6- KRIEG-PLANQUE, Alice: Analyser les discours institutionnels, in Série «Discours et communication», dirigée par Dominique MAINGUENEAU, Armand COLIN, Paris, 2013.

7- LARAMEE, Alain et VALLEE, Bernard: la recherche en communication, éléments de méthodologie, Télé-université, Québec, Canada, 2005.

8- LAZAR, Judith: Sociologie de la communication de masse, Armand COLIN éditeur, Paris, 1991.

9- MAINGUENEAU, Dominique, Genèse du discours, 2ème édition, Pierre Mardaga éditeur, Liège, 1984.

10- MUCCHIELLI, Roger: L'analyse des documents et des communications, connaissance du problème, 4ème édition, les Editions ESF, Paris, 1982.

11- PAILLE, Pierre et MUCCHIELLI, Alex: L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales, Armand COLIN, VUEF, Paris, 2003.

12- QUIVY, Raymond et CAMPENHOUDT, Luc Van: Manuel de recherche en sciences sociales, 2ème édition, DUNOD, Paris, 1995.

المجلات:

- مرزاق العمري، "راهن الخطاب المسجدي والمرجعية الدينية الوطنية"، في رسالة المسجد، العدد 01، السنة 06، وزارة الشؤون الدينية والأوقاف الجزائري، جانفي 2008.

- **الأطروحات والمذكرات:**

- طوالبية، محمد، 2008/2007، الخطاب الإسلامي السياسي المعاصر... وأثره في نظرية نشوء الجماعات الفكرية، نموذج الخطاب القطبي والجبهة الإسلامية للإنقاذ، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تحت إشراف الأستاذ الدكتور لعقاب محمد، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر 3.

مواقع على الأنترنيت:

- COULOMB-GULLY, Marlène**: «**Propositions pour une méthode d'analyse du discours télévisuel», in http://mots.revues.org/9683, consulté, le: 21- 07- 2013, à 15: 29.