تحليل مضمون السمعى البصرى

محاضرات موجهة لطلبة ماستر 1 سمعى

بصرى

السنة الجامعية
2019 / 2020 م

المحاضرة الخامسة

فئات تحليل المحتوى

1 / خصائص فئات تحليل المحتوى :

يتوقف نجاح تحليل المحتوى على حسن اختيار الباحث لفئات التحليل التي يستعملها في دراسته ، إذ يجب وضع فئات واضحة و مناسبة لمشكلة الدراسة . و لذلك و قبل استعراض أهم فئات تحليل نبين أولا ما هي الشروط الواجب توفرها في هذه الفئات ، لضمان نجاح عملية التحليل و تحقيق الأهداف ، و لتحقيق عملية التحليل أكبر قدر من الموضوعية .

و تتمثل أهم شروط أو خصائص فئات التحليل في ما يلي :

أولا : يجب أن تكون الفئات شاملة أي أن تضع كل مادة المضمون ضمن فئات محددة ، بحيث نجد لكل مادة في المحتوى فئة تصنف ضمنها . و لكن تطبيق هذا الشرط قد يطرح بعض التحديات أو المشكلات أمام الباحث ، تتعلق بتقسيم الفئات و عددها ، فاستخدام عدد كبير من الفئات فقد تؤدي إلى صعوبة استخلاص النتائج ، أو قد يقلل من فائدتها . و عموما فإن تحقيق هذا الشرط يرتبط أساسا بالإطار النظري للدراسة و بالأهداف التي يريد الباحث تحقيقها ، و بمهاراته العلمية . كما يرتبط تقويم عدد الفئات و حجمها بالمحتوى الإعلامي نفسه المراد تحليله . و إذا وجد الباحث نفسه أمام مادة لا يجد لها تصنيفا مناسباً ، و حتى يحقق شرط الشمول ، فبإمكانه إضافة فئة جديدة مصنفة تحت اسم -أخرى- .

ثانيا : يجب أن تحقق الفئات المختارة شرط الاستقلالية : أي عدم تداخل الفئات فيما بينها بحيث يكون لكل مادة مصنفة فئتها الخاصة ، فلا تقبل أن تدخل تحت فئة أخرى ، فيكون من السهل التمييز بينها . و لذلك يجب تعريف موضوع كل فئة بدقة . فمثلا لو اختار الباحث فئتي اقتصادي و اجتماعي يجب أن يكون لكل فئة تعريفها الخاص و حدودها التي تفصلها عن الفئة الأخرى .

ثالثا : الملائمة : علي الفئات التي تم تعيينها أن تكون علي علاقة بأهداف الدراسة و فروضها أو تساؤلاتها. فالفروض أو التساؤلات هي التي تقود الباحث إلى تحديد الفئات الملائمة ، فلا يتوسع في وضع فئات خارج احتياجات الدراسة .

مثال توضيحي :

- لو فرضنا مثلا أن باحثا أراد إجراء دراسة حول البرامج التلفزيونية الاجتماعية ، و كانت أهدافه البحثية هي :

1 / التعرف على طبيعة المواضيع و القضايا المعالجة في هذه البرامج ، و التي تمثل مراكز اهتمام الوسيلة الإعلامية .

2 / الكشف عن القيم الاجتماعية التي تدعو لها و تروج لها هذه البرامج الاجتماعية .

3 / التعرف على الجمهور المستهدف في هذه البرامج .

(يمكن التعبير عن الأهداف في صيغة أسئلة و تكون هي أسئلة الدراسة)

الفئات الرئيسية التي سيتم اختيارها يجب أن ترتبط ارتباطا مباشرا بالأهداف السابقة ، و منه فالفئات المختارة هي : فئة الموضوع - فئة القيم - فئة الجمهور المستهدف .

2 / فئات التحليل :

هي مجموعة من التصنيفات للمحتوى أو المواد المراد إخضاعها للتحليل ، يقوم الباحث بإعدادها طبقا لنوعية المضمون ، و محتواه و أهداف البحث . و تسمى عملية تصنيف المحتوى بتحديد الفئات . و تنقسم فئات التحليل إلى قسمين رئيسيين هما : فئات المضمون التي تجيب عن سؤال ماذا قيل ؟ ، و فئات الشكل التي يعبر عنها بسؤال : كيف قيل ؟ ، و كل فئة من هذه الفئات تتفرع إلى فئات فرعية .

فئات ماذا قيل ؟

أ - فئة الموضوع : تجيب هذه الفئة عن سؤال حول ماذا يدور موضوع المحتوى ، و هي الفئة الأكثر استخداما في بحوث الإعلام و الاتصال . و تفيد هذه الفئة في الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى . ذلك أن الوسيلة الإعلامية تعطي اهتماما للموضوعات التي تتفق مع سياستها التحريرية .

في هذه الحالة يبدأ الباحث بتصنيف المواضيع التي يريد دراستها و التي تمكنه من الإجابة عن إشكالية بحثه . ثم يقوم بتقسيم كل موضوع إلى موضوعات فرعية يمكنه حسابها . مثلا يمكن تصنيف فئة الموضوع إلى : سياسي - اجتماعي - اقتصادي - ثقافي - أمني و هذه الفئات نفسها قابلة للتقسيم إلى فئات أخرى فرعية ، غير أن المسألة مرتبطة بأهداف الدراسة .

يمكن استخدام هذه الفئات مثلا عند دراسة البرامج الأكثر حضورا في برامج التلفزة الوطنية أو قناة إذاعية : برامج سياسية - برامج أطفال - برامج صحية - برامج ثقافية - برامج دينية - تسلية ...

و هذه بعض الأمثلة حول استخدام فئات الموضوع في دراسات إعلامية :

- في دراسة بعنوان : الفضاءات الاخبارية العربية بين عولمتين ، حيث قامت الباحثة باختيار عينة قنوات

فضائية عربية هي : الجزيرة - المنار - العربية - أبوظبي . و قامت بتحليل أربعة أصناف من البرامج التي كانت تعرض على القنوات و هي : البرامج الحوارية - معرض الصحافة المكتوبة - التحقيقات - الوثائقيات .

و قد صنفت فئة الموضوع كالاتي : سياسي - ثقافي - اقتصادي - اجتماعي - ديني - علمي - تسلية .

- في دراسة أخرى بعنوان : رصد البرامج الحوارية في عينة من القنوات التلفزيونية اللبنانية ، تم تصنيف

الموضوعات المعالجة في البرامج الحوارية التي خضعت للتحليل كما يلي : سياسية - اجتماعية - اقتصادية -

صحة و سلامة عامة - قضايا حقوقية و دستورية - بيئة و أملاك عامة . و لأن الدراسة كان هدفها هو

التعرف على دور الإعلام في تعزيز الحوار الديمقراطي ، و قدرته في تمثيل مختلف وجهات النظر و كل

أطراف النزاع عندما يكون هناك خلاف حول قضية أو أزمة معينة ، فقد اتجه الباحثون نحو وضع الفئات

الفرعية لتعطي دلالة أكبر على نوع و طبيعة القضايا التي كانت محل نزاع و دار حولها حوار أو نقاش ضمن

البرامج . فالفئات الرئيسية تضم ملفات و قضايا متعددة و متشعبة ولا شك أن وجهات النظر ستختلف حسب

كل ملف .

فمثلا الفئات الفرعية للموضوع السياسي كانت على هذا النحو :

- الفراغ و ملف الرئاسة

- النزاعات الطائفية اللبنانية

- تسليح و جهوزية الجيش وقوى لأمن

- القانون الانتخابي

- المحكمة الدولية (هذه عينة عن قائمة الفئات الفرعية)

تطبيق :

في ظل ما تشهده الجزائر و دول العالم من أحداث غاية في الأهمية و الخطورة نتيجة و باء كورونا ، فإن كل الوسائل الإعلامية مهمة بتغطية و معالجة هذه قضية و ما يتعلق بها و خاصة في نشراتها الإخبارية .
المطلوب :

- اختر قناة تلفزيونية محلية أو عربية أو دولية ، ثم عرف بها .

- من خلال متابعة نشراتها الإخبارية خلال أسبوع من الزمن ، حدد أهم القضايا أو الموضوعات المعالجة ، و المرتبطة بانتشار فيروس كورونا .

يجب أن تكون فئات الموضوع مرفقة بتعريفات إجرائية .

المحاضرة السادسة

فئات تحليل المحتوى (تتمة)

ب - فئة الاتجاه : تعد فئة الاتجاه من الفئات التي تتطلب من الباحث التعامل معها بحذر ، بسبب المخاوف من تدخل ذاتيته في تحديد الاتجاهات ، خاصة إذا كان الباحث يمتلك أحكاما مسبقة ، إذ قد يلجأ إلى استخدام إجراءات تدعم أو تؤكد هذه الأحكام . و ذلك لابد من وضع مجموعة من المعايير الموضوعية التي تنفي شبهة التحيز في التصنيف و تؤكد صدق النتائج .

و الفئات السائدة في الاتجاه و الأكثر شيوعا و استخداما هي :

الاتجاه المؤيد - الاتجاه المعارض - المحايد .

- الاتجاه المؤيد : هو الذي يعكس الجوانب الايجابية في موضوع الاتجاه . كالمواضيع التي تعكس التضامن الاجتماعي و التعاون و الاستقرار الاقتصادي و السياسي ...

- الاتجاه المعارض : و هو الذي يعكس الجوانب السلبية . كالمواضيع التي تعرض العنف و الصراع و عدم الاستقرار ...

- أما الموضوعات المحايدة : هي التي تتعرض لوجهتي النظر بشكل متوازن .

و هناك تصنيفات للاتجاهات قد تصل إلى الأربع أو الست فئات ، و ذلك حسب طبيعة البحث و تكرار الرموز في المحتوى . و منها ما ذكره محمد عبد الحميد في كتابه **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام وهي :**
الاتجاه الايجابي المطلق - الاتجاه الايجابي النسبي - الاتجاه المتوازن - الاتجاه السلبي المطلق - الاتجاه السلبي النسبي - الاتجاه الصفري .

و توجد تصنيفات أخرى للاتجاه بناء على درجة أو شدة الاتجاه ، لأن الاكتفاء بالتعبير عن الاتجاه بالتأييد أو المعارضة فقط لا يعطي دلالة حقيقية عن الاتجاه ، فالتأييد و المعارضة تبقى أموراً نسبية ، و لهذا صنف الاتجاه بناء على درجته :

التأييد بشدة - التأييد المعتدل - الاتجاه المعارض بشدة - معارض باعتدال - محايد

و يفضل عند استخدام فئة الاتجاه ربطها بفئة الموضوع ، و أن يقوم الباحث أولاً بتحديد فئات الموضوع وتصنيف مؤشراتهما ثم تحديد اتجاه كل مؤشر . و دائماً حسب طبيعة موضوع البحث و إشكاليته . و من الضروري أيضاً وضع تعريف دقيق و واضح لاتجاه المؤيد و معارض و محايد لضمان الموضوعية و الحياد .

مثال : في دراسة حول : الفضائيات الليبية و دورها في الصراع السياسي و العسكري . كان أحد أهداف الدراسة هو التعرف على اتجاهات التغطية الإخبارية للأزمة الليبية في القنوات الفضائية الليبية المحلية . و لقد اختار الباحث فئات الاتجاه الأكثر استخداماً و هي : الاتجاه المؤيد - الاتجاه المعارض - الاتجاه المحايد . و قد ربط هذه الاتجاهات بموضوعات تعبر عن جوانب الأزمة الليبية ، مثلما يبينه الجدول الآتي :

ليبيا الأحرار			ليبيا أولاً			القناة
محايد	معارض	مؤيد	محايد	معارض	مؤيد	الاتجاه الموضوع
						<ul style="list-style-type: none"> - مجلس النواب و ما يصدره من قرارات . - المؤتمر الوطني و ما يصدره من قرارات . - العمليات العسكرية لما يعرف بجيش الكرامة . - العمليات العسكرية لما يعرف بجيش فجر ليبيا . - الدستور و الهيئة التأسيسية للدستور . - الحوار .

و لتحديد الاتجاه المؤيد أو المعارض قام الباحث برصد مجموعة من المؤشرات الدالة عليه و تتمثل في :

- التركيز على نشر وجهة نظر الطرف الموالي لها فقط وفي نفس الوقت عمدت إلى تشويه الطرف الآخر .
- أغلب الضيوف الذين تستضيفهم هم من المناصرين الذين يتولون الدفاع عن الجهة الموالية دون إتاحة الفرصة للطرف الآخر لعرض رأيه .

- نقل أخبار عن مصادر مجهولة و نسبها لشاهد عيان ، و التي ظهر فيما بعد أنها أخبار غير صحيحة .

ج - فئة القيم : يتم اللجوء إلي هذه الفئة في تصنيف المعتقدات والأعراف والتقاليد في حياة الجماعات والأشخاص والتي يمكن أن تؤثر في سلوكهم وأفكارهم تجاه الموضوعات والقضايا المطروحة وتتخذ أساسا لتخطيط السياسات الإعلامية أو الاستدلال عليها من خلال المحتوى .

و ترتبط القيم بعاملين أساسيين هما :

- العامل النفسي المرتبط برغبات الفرد وميوله .

- العامل الاجتماعي المرتبط بالقوانين والمعايير والضوابط التي يفرضها المجتمع أي الرأي الخاص بالفرد الذي يعبر عن اتجاهاته واهتماماته وكذلك النظام الاجتماعي والتراث الثقافي الذي يتفاعل فيه. و لذلك يختلف مفهوم القيم من فرد إلي آخر و من مجتمع إلي آخر و من ثقافة إلي أخرى .

و ينبغي التنبيه أنه ليس هناك أنموذج يمكن للطالب أو الباحث أن يصنف على أساسه القيم ، و لكن يمكن أن نشير إلى اتجاه بعض الباحثين و المهتمين إلى تصنيف القيم حسب الموضوع إلى دينية و اجتماعية و سياسية و ثقافية... إلخ ، أو تصنيفها حسب اتجاهها إلى قيم سلبية و قيم ايجابية ، أو حسب مصدرها أو أصلتها .

ورغم التعقيدات التي تطرحها هذه الفئة ، إلا أنها تفيد في كثير من الأحيان في إظهار حركة القيم في أي مجتمع أي الكيفية التي تظهر بها بعض القيم والكيفية التي تختفي بها قيم أخرى . و ما علي الباحث إلا التقيد بإجراءات تحليل المحتوى والتركيز علي المضمون المراد تحليله دون إضفاء الذاتية علي ما يقوم به .

ومن هذه الإجراءات تعريفها تعريفا إجرائيا يخص محتوى المضمون لا غير .

مثلا في دراسة حول البرامج الأجنبية المعروضة في وسائل إعلام عربية ، صنفت فئة القيم إلى قيم ايجابية و هي : الشجاعة - الصبر - الكرم - حب الوطن - التسامح - احترام الملكية العامة - احترام القانون - التضحية من أجل الآخرين ... ، و قيم سلبية هي : الجبن - القسوة - العنف - البخل - السرقة - الغش - سوء الظن - الإنتهازية - عدم تحمل المسؤولية ...

د - فئة الأهداف : و يقصد بها الأهداف التي يسعى القائم بالاتصال أو صاحب الرسالة الإعلامية تحقيقها ، و إن القائم بالاتصال يبني خطابه تبعا لأهداف معينة ، وعلي الباحث استكشافها أو التعرف عليها عبر تحليل

المحتوى . و لأنه لكل مضمون غايات و أهداف خاصة فإن مكونات هذه الفئة تختلف من بحث إلى آخر حسب طبيعته و إطاره النظري الذي ينطلق منه . و تستخدم بعض الدراسات فئة الأهداف و فئة القيم بنفس المعنى . فمثلا قد تكون أهداف القائم بالاتصال من خلال تقديم محتوى إعلامي معين :

- التنشئة السياسية
- نشر الوعي في المجتمع
- دعم السيادة الوطنية
- إذكاء الروح الوطنية

هـ - فئة طرق أو أساليب تحقيق الأهداف : للمجتمعات والأفراد أهداف يسعون إلى تحقيقها. وهذه الأهداف تنبع أساسا من القيم والمثل السائدة. وقد يلجأ هؤلاء إلى السيطرة علي وسائل الإعلام للوصول إلي غاياتهم السياسية أو الثقافية أو العسكرية

- يمكن للباحث أن يضع فئات للكشف عن هذه الطرق والوسائل التي ينتهجها الأفراد لتحقيق أهدافهم. وبتعدد الطرق تتعدد الفئات التي يصيغها الباحث للكشف عن الأساليب ومدى التركيز عليها والاهتمام بها في المحتوى الإعلامي .

و يندرج تحت هذه الفئة كافة الأساليب التي اتبعت لعرض الفكرة و شرحها ، و هل هي أساليب تحليلية أم دعائية أم إملاء آراء و اتجاهات ... كالأساليب التي تستخدمها وسائل الإعلام لإقناع الجمهور بالمشاركة في الانتخابات .

و انطلاقا من العديد من الدراسات التي استخدمت فئة طرق و أساليب تحقيق الهدف ، يمكن أن نقدم بعض هذه الأمثلة :

أساليب يمكن إدراجها ضمن الإستimalات مثل :

- الوضوح - ذكر المصدر - الإستimalات المنطقية - الإستimalات العاطفية - الإستimalات المنطقية و العاطفية - عرض جانب واحد من الموضوع - عرض جانبي الموضوع ...

أساليب الإقناع :

تقديم أدلة و براهين - الاستشهاد بوقائع معينة - التكرار - التسلسل المنطقي - تقديم حقائق و أرقام - ترتيب نتائج على مقدمات ... إلى غير ذلك من الطرق و الأساليب .

المحاضرة السابعة

و- فئة السمات : تستخدم هذه الفئة في تحديد السمات الشخصية للأفراد المتضمنين في مادة الاتصال ، مثل السمات الأولية كالجنس والسن والمهنة والحالة الاجتماعية... والسمات النفسية والجسمية... وكافة السمات الأخرى التي تحدد معالم الشخصيات في المحتوى وما ينطبق علي الأفراد ينطبق علي المجتمعات . كالتعرف مثلا علي :

- سمات الشخصيات المستضافة في برنامج ما من حيث: الجنس - المهنة - الوضع الاجتماعي - الناحية التعليمية .

و يمكن أن يندرج ضمن هذه الفئة السمات الإيجابية مثل : الشجاعة - الكرم - النشاط - الثقة بالنفس ... و السمات السلبية مثل : البخل - التردد - الشك في الآخرين - القسوة ...

ز- فئة الفاعل : من خلال هذه الفئة نستطيع تحديد الأشخاص والجماعات التي تظهر في المحتوى علي أنها قامت بدور ما في تنفيذ أعمال معينة.
من استخدامات هذه الفئة :

- الكشف عن المراكز القيادية أو الصفوة أو القائمين بدور في توجيه السياسات وصانعي القرار أو العناصر المؤثرة في اتخاذه.

- يمكن استخدامه أيضا في تحليل النصوص الإعلانية والتي عادة ما تستخدم صور الشخصيات المشهورة أو تعبيراتها في الإعلان عن سلع معينة لتحقيق الارتباط في ذهن القارئ بين هذه الشخصيات والسلع .

- في دراسة ل- نصر الدين لعياضي : صورة المعارضة الجزائرية في الإعلام الرسمي ، حدد الباحث

الفاعلون في الأحداث التي تناقلتها وسائل الإعلام الرسمية في : الرئيس - رئيسا غرفتي البرلمان و رئيس الحكومة - وزراء - مؤسسات حكومية - منظمات وطنية - مواطنون - المعارضة . و كان الهدف

الأساسي للباحث هو الكشف عن الإستراتيجية التي يستخدمها الخطاب الإعلامي الرسمي لتكريس صورة معينة للمعارضة السياسية في وعي الرأي العام الجزائري .

إن إظهار قوى أو شخصيات معينة كعناصر فاعلة في واقع الأحداث و تغييب أخرى في المحتوى الإعلامي ، قد يكون وراءه أهداف يريد القائم بالاتصال الوصول إليها ، كما يمكن أن يعبر عن السياسات الإعلامية ، و إن استخدام فئة الفاعلون في تحليل المحتوى قد يسهم في الكشف عنها .

ح - فئة المصدر : الهدف من هذه الفئة هو تحديد المرجح أو المصدر الذي تنسب إليه مادة المحتوى ، و تكمن أهمية التعرف على المصدر في تحديد مدى الثقة فيما يسوقه المصدر أو المرجع من تصريحات أو بيانات أو معلومات . كما أن الاعتماد على مصادر محددة يستقى منها الأخبار و المعلومات يبين اتجاه و سياسات و أهداف الجهة التي تنقل عن هذه المصادر . و تتعدد المصادر و تتنوع بين مصادر رسمية و غير رسمية ، و مصادر إعلامية و مصادر علمية ، أشخاص ، ، كتب ، وثائق .. إلخ

- في دراسة بعنوان : تأثير نمط الملكية في القنوات الفضائية الإخبارية العربية على وظيفتها السياسية لعلاء محمد عبد العاطي ، استخدم الباحث فئة مصادر الأخبار و صنفها إلى : مصدر مسؤول - تقرير مراسل - وكالات أنباء - اتصال هاتفي عبر الأقمار الصناعية - لقاء داخل الاستوديو - رسالة صوتية - إذاعات - تلفزيون - صحف - غير واضح .

ط - فئة الجمهور المستهدف : تساعد هذه الفئة الباحث في معرفة الجمهور الذي يستهدفه القائم بالاتصال بالمادة الإعلامية الموجهة إليه ، من حيث طبيعته ، سماته ، هل هو جمهور خاص ؟ أم جمهور عام ؟ هل هي فئة معينة أم مجموعة من الفئات ؟ ...

- في دراسة تحليلية لـ : برامج المرأة في الإذاعات العربية ، إعداد مجموعة من الباحثين و إصدار اتحاد الإذاعات العربية ، و قد أجريت الدراسة على عينة من الإذاعات العربية و هي : تونس - مصر - سوريا - و الإمارات العربية . تم تحديد سمات جمهور المرأة المستهدف على أساس الدور الاجتماعي ، كما يلي :

المواطنة - الأم - الزوجة - ربة البيت - الأنثى - المرأة العاملة - أخرى .

والباحث باستعماله لهذه الفئة لا ينبغي أن يقتصر على ذكر أنواع الجماهير الموجهة إليهم الرسالة بل يجب أن يحلل الخصائص التي تساعد على ترتيب كل جمهور في الخانة التي اختارها وهذا في دليل التعريفات الإجرائية . و نؤكد أيضا على أنه ليس هناك نمط ثابت أو تصنيف ثابت يأخذ به كل الباحثين ، بل تختلف التصنيفات بما يتفق مع طبيعة البحث و جمهوره المتوقع .

ك - فئة منشأ الحدث أو المعلومة : وتستخدم في الكشف عن اهتمام وسائل الإعلام بالأحداث التي تنشأ أو تقع في أقاليم أو مناطق جغرافية معينة ، والتي تمثل اهتماما في سياساتها ، كما يمكن استخدامها في الكشف عن اتجاهات المحتوى في وسائل الإعلام التي توجد أو تصدر عن أقاليم معينة وارتباط هذه الاتجاهات باتجاهات الأقاليم . مثلا يمكن تصنيف الأحداث حسب أولويات المناطق إلى : محلية - عربية - دولية ... ، أو بلدان بعينها أو مناطق داخل البلد الواحد .

- في الدراسة جول : **تأثير نمط الملكية في القنوات الفضائية الإخبارية العربية على وظيفتها السياسية** السابقة الذكر صنف الباحث مجال التغطية الجغرافية للنشرات الإخبارية التي قام بتحليلها إلى :

محلي - عربي - إفريقي - أوروبي - آسيوي - منظمات دولية و هيئات حكومية ..

ملاحظات هامة حول استخدام فئات التحليل :

- أن الباحث ليس مطالباً أو جبراً على استخدام جميع الفئات السابقة ، وإنما يختار ما يناسب طبيعة موضوع البحث و أهدافه .

- يعد كل استخدام لتحليل المحتوى هو تجربة جديدة بحد ذاتها ، بمعنى أن كل بحث له فئاته الخاصة به حيث يقوم كل باحث بوضع فئات جديدة .

- يمكن للباحث الاستفادة من الفئات المستخدمة في بحوث أخرى لكن دون نقلها كما هي و يمكن تعديلها أو تطويرها بما يتوافق مع الأغراض التي يستهدفها في بحثه .

سؤال تطبيقي :

تقوم القنوات التلفزيونية العمومية و الخاص بتغطية أخبار انتشار فيروس كورونا في الجزائر . ما هي المصادر التي تعتمد عليها هذه القنوات ؟ قارن بين مصادر القنوات العمومية و الخاصة ؟ و من هو الجمهور المستهدف ؟

ملاحظة : للطالب حرية اختيار القناة التلفزيونية و البرنامج .

المحاضرة الثامنة

الفئات الخاصة بالشكل (كيف قيل ؟) :

فئة الشكل وتهتم برصد شكل عرض المادة الإعلامية، و تحاول الإجابة عن السؤال (كيف قيل ؟).
وتصدر أهمية هذه الفئة من قوة تأثير شكل التقديم والعرض في قنوات المستقبلين ، و يعد الشكل الذي تقدم به المادة الإعلامية أحد العوامل المهمة التي تجعل المستمعين أو المشاهدين - أو مستخدمين لوسائل اتصالية أخرى - ينجذبون إليها . و لا تتوقف أهمية شكل المضمون على النواحي الجمالية و عناصر الجذب ، بل إنها أيضا تحمل دلالات و مؤشرات معينة على مقاصد القائم بالاتصال و اتجاهاته . وهو ما يسعى أسلوب تحليل المحتوى رصده واستكشافه .

ومن أهم فئات الشكل الأكثر استعمالا ما يلي :

أ / فئة القوالب الفنية :

و تقوم على التفرقة بين الأشكال التي تقدم بها المواد الإعلامية في مختلف الوسائل الإعلامية ، بما في ذلك أشكال الاتصال الأخرى كالمواقع الالكترونية وصفحات شبكات التواصل الاجتماعي و المدونات .. وهي تسعى إلي معرفة القالب الفني الذي قيلت فيه الرسالة ، خبر ، حديث ، مقال ، صورة ، كتابة ، مقطع مسموع ، مقطع مشاهد ، تعليق ... الخ ، و بالنسبة للفنون الإذاعية و التلفزيونية فنجد : الخبر - التعليق - التحقيق - البرامج الحوارية - البرامج الإخبارية - الدراما - الأفلام الوثائقية (بالنسبة للتلفزيون) و هي من الفئات التي يكثر استخدامها من طرف الباحثين ، و عادة ما تستخدم كفئات رئيسية و إطار لفئات أخرى فرعية ، فمثلا يمكن تقسيم الخبر حسب الموضوع إلى خبر سياسي - خبر ثقافي - خبر علمي ...
و من خلال التعرف على الأشكال المختلفة التي يقدم بها المحتوى الإعلامي ، نستطيع الاستدلال على أهمية القضية أو الموضوع المعالج .

و من التصنيفات التي وردت في بعض الدراسات الخاصة بالإذاعة و التلفزيون ، نذكر مثلا : البرامج الوثائقية - المجالات الإخبارية - البرامج الحوارية - الندوات - التحقيقات - الريبورتاجات - منوعات . كما يدخل في تصنيف هذه الفئة : الأفلام - الدراما - مسلسلات - برامج خاصة إلخ

- في دراسة بعنوان : قضية اللاجئين في الخطاب الإعلامي الأوروبي: السياقات والأهداف لـ حسنا حسين - مركز الجزيرة للدراسات - قامت الباحثة باختيار أحد الأنواع الإعلامية و هو التقرير لتحليل الخطاب الإعلامي حول قضية اللاجئين إلى أوروبا ، فصنفت التقارير حسب نوعه إلى عدة فئات هي :
التقرير إخباري - تقرير تحليلي - تقرير معلوماتي - تقرير رأي - تقرير دعائي (مثل الترويج للنموذج المجري لتعامل السلطات المجرية و التدبير لممارساتها) .

ب / فئة شكل العبارات :

و هي الفئة التي تهتم بكيفية بناء العبارات و الجمل المحتواة في الرسالة من حيث التركيب النحوي أو الأسلوبي ، أو من حيث تعبيرها عن الزمن ، الحاضر أو الماضي أو المستقبل ، أو تعبيرها عن الحقائق أو الأماني ، و إن الشكل الذي تتخذه عبارات المحتوى يمكن أن تكشف عن اتجاهات المصدر أو المرسل . و تعتبر من الفئات الصعبة و القليلة الاستخدام ، لأن الباحث يلجا لتصنيف عبارات المحتوى وفق ما يظن أنه يخدم بحثه ، و تكمن الصعوبة في وضع هذه التصنيفات ، و دون أن تتأثر بذاتيته .

ج / فئة اللغة المستخدمة :

و هي من الفئات المهمة ، ويقصد بها اللغة التي قدمت فيها الرسالة ، فاللغة هي الوعاء الذي يحمل الأفكار و المعاني و هي العنصر الذي يترتب عليه مدى فهم الجمهور ، و استيعابه للرسالة الإعلامية .
يقدم الباحثون العديد من التصنيفات مثلا :

لغة فصحي / لغة دارجة أو عامية / لغة مختلطة أو لغة عربية / لغة أجنبية أو لغة علمية ... الخ

- في الدراسة السابقة حول قضية اللاجئين في الخطاب الإعلامي الأوروبي ، قامت الباحثة باستخدام فئة اللغة ، للتعرف على أشكال وأساليب اللغة المستخدمة في الخطاب الإعلامي ، من خلال عملية تصنيف المعجم اللغوي والمفاهيم المستخدمة في المضامين الإخبارية والدلالات التي تحملها. و جرى استخراج خمسة أساليب/أشكال لغوية تُستخدم في معالجة قضية اللاجئين كالاتي : لغة عنصرية و لغة مناصرة و لغة محايدة و لغة ترويجية و لغة معادية . وتذكر الباحثة أن أهمية المعالجة اللغوية ، تكمن في قدرتها على الكشف عن أبعاد الصورة التي تحملها هذه الوسائل عن اللاجئين ودلالاتها، وهو ما يُسهم بشكل كبير في تحديد أطر ومُحدّات وأهداف ورهانات التغطية الإخبارية لقضية اللاجئين في وسائل الإعلام الأوروبية .

د / فئة الزمن :

و تتعلق أساسا بالمحتوى السمعي - البصري ، حيث يقوم الباحث بقياس المدة الزمنية لما يريد قياسه ، من أجل التعرف مثلا على أهمية الموضوع الذي تناولته وسائل الإعلام . و يمكنه استخدام الثانية أو الدقيقة كوحدة قياس أو أي وحدة أخرى تدخل في تحديد الزمن الذي يستغرقه المحتوى .

هـ / العناصر التيبوغرافية :

ويقصد بها الكيفية التي يتم بها إخراج المادة الإعلامية ، ويمكن أن تضم هذه العديد من الفئات الفرعية أهمها :

العناوين : و يتم تحليلها من حيث طبيعتها ، عناوين رئيسية أو عناوين فرعية ، أو من حيث طريقة صياغتها و ما تحمله ألفاظها من دلالات .

اللقطات: زاويتها – تحريكها – تكرارها.

المقاطع المذاعة أو المسموعة . و كل عناصر الإخراج الفني .

الألوان : فهي لا تمثل عناصر جمالية فقط ، و لكن تعتبر وسيلة لزيادة انتباه المتفرج .

و / فئة الموقع :

يشكل موقع الموضوع أو الفكرة في المحتوى الإعلامي عاملا مهما في التأثير على المتلقي ، حيث توجد أوقات تستقطب المستمعين أو المشاهدين أكثر من غيرها من الأوقات .

وقد أظهرت العديد من الدراسات أهمية بعض الأوقات من بعضها لآخر . كما أن الموقع يعبر عنه أهمية الموضوع

تطبيق :

__ من خلال قراءة متأنية لدراسة إعلامية - من اختيارك - اعتمدت تحليل المضمون كأداة منهجية ، عرف بفئات الشكل المستخدمة . و ناقش أهميتها في عملية التحليل و مدى ملاءمتها لأهداف البحث .