

الإشكاليات المنهجية في بحوث الرسالة الإتصالية: بين

توظيف تحليل المحتوى وتحليل الخطاب

عبد الكريم بن عيشة¹

جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية-

krimo_62@yahoo.com

تاريخ الإرسال: 2020/12/28؛ تاريخ القبول: 2022/05/30

Title: Methodological problems in the communication research message: between employing content analysis and discourse analysis

Abstract:

Our problem stems from a methodology question in the research related to the analysis of the communication message (CM) (including the media), by employing content analysis and discourse analysis as two analysis methodologies that are important in the research of the analysis of the (CM), and perhaps this use raises many problems related of the concept, and methodology projecting of each, and the nature of difference and complementarity in the analysis, so that the choice is often questioned by researchers at the beginning of the research between these two analyzes, addition the method of analysis on which each analysis depends, using a set of analytical tools, which in turn require theory and methodology approaches that defines the method of analysis (DA), and the principle of overlap between these two analyzes is based on the similarity of some elements and their complementarity at times, and hence the process of using them requires research criteria related to the nature of the research itself, and the researcher's ability to use the tool, his ability and analytical skills, and the nature of the (CM) is under analysis, in addition to the nature of understanding and interpretation based on the general context in which the (CM) was produced.

Key words: The communication message; Content analysis; Discourse analysis; Quantitative analysis; Qualitative analysis.

الملخص:

تنطلق إشكاليتنا من تساؤل منهجي في البحوث التي تخص تحليل الرسالة الإتصالية (بما فيها الإعلامية)، وذلك من خلال توظيف تحليل المحتوى وتحليل الخطاب باعتبارهما منهجيتي تحليل لهما أهميتهما في بحوث تحليل الرسالة الإتصالية، ولعلّ هذا الإستخدام يطرح الكثير من الإشكاليات التي تتعلق بداية بالمفهوم، مروراً بالإسقاط المنهجي لكل منهما، وصولاً بطبيعة الاختلاف والتكامل في التحليل، بحيث كثيراً ما يكون الاختيار محل شكّ الباحثين مع بداية البحث بين هذين التحليلين، بالإضافة إلى طريقة التحليل التي يعتمد عليها كل تحليل، وذلك باستخدام مجموعة من الأدوات التحليلية، والتي تتطلب دورها هي الأخرى مقاربات نظرية ومنهجية تحدّد طريقة التحليل (تحليل الخطاب)، كما أن مبدأ التداخل بين هذين التحليلين قائمة على أساس تشابه بعض العناصر وتكاملهما أحياناً، ومن هنا فإنّ عملية إستخدامهما تقتضي معايير بحثية، تتعلّق بطبيعة البحث نفسه، وتمكّن الباحث من الأداة وقدرته ومهاراته التحليلية، وطبيعة الرسالة الإتصالية قيد التحليل، بالإضافة إلى طبيعة الفهم والتأويل بناءً على السياق العام الذي أنتجت فيه الرسالة الإتصالية.

الكلمات المفتاحية: الرسالة الإتصالية؛ تحليل المحتوى؛ تحليل الخطاب؛ التحليل الكمي؛ التحليل الكيفي.

مقدمة:

ينطلق هذا البحث من إشكالية منهجية تقوم على بعض الانزلاقات البحثية التي تخص توظيف الأدوات المنهجية عموماً، وأدوات تحليل الرسالة الإتصالية خصوصاً، ولعلّ هذا الإنزلاق أساسه بعض الغموض الذي ينتاب عملية توظيف هذه الأدوات، والذي يتعلّق إمّا بالخلط فيما بينها من جهة، خاصة على مستوى التطبيق، أي عن طريق إستخدام مؤشرات مشابهة في الكثير من الأحيان، والتي تجعلنا لا نفرّق كباحثين بين هذه الأدوات مع عدم النفي بمبدأ التداخل في

بعض مؤشراتنا؛ كما يتعلق الأمر أحياناً بعدم تمكّن الباحث من أداة التحليل نفسها، خاصة وأنّ طبيعة الأدوات التحليلية لها مميّزاتها الخاصة، سواء من خلال علاقتها بقدرة الباحث على التحليل أي الكفاءة اللازمة في التعامل مع مراحلها المنهجية، أو من خلال طبيعة المادة محلّلة، ممّا قد تتحوّل أداة التحليل العلمية غالباً إلى مهارات أو خبرات يكتسبها الباحث جراء تمرّنه على التحليل وفقاً لتعدّد تلك المراحل والمواد من جهة، وإسقاطاته البحثية من جهة أخرى؛ أو من خلال توظيف ذاتية الباحث في عملية التحليل، باعتبار أنها أدوات غير مباشرة، بحيث يتعامل الباحث مع المادة قيد التحليل عكس الأدوات المنهجية الأخرى، هذا وبالإضافة إلى مستوى التحليل الكيفي الذي يخضع بدوره لمعايير شتّى، تجعلنا نعي مدى العوامل المتخلّطة في بناء هذه المادة وفق نمط أو قالب معيّن.

ومن هنا فإنّ جلّ هذه المميّزات لها أثر في رسم خريطة تعاملنا مع هذه الأدوات، والأخذ بعين الاعتبار تلك العلاقة التي يجب أن لا تتعدّى حدود كل أداة ومميّزاتها الخاصة.

على هذا الأساس، اخترنا كل من تحليل المحتوى وتحليل الخطاب في دراسة الرسالة الإتصالية، اللذين تنعكس فيهما هذه المعطيات، والتي تتضح في معيار التداخل في بعض العناصر المحدودة، وتنتهي بمعيار الاختلاف في غالبيتها، ولعلّ هذين المعيارين سنجيب عليهما في بعض النقاط الأساسية، وذلك من منطلق الاختصاص أولاً (طبيعة التكوين في التخصص)، وبحكم الممارسة المتواضعة ثانياً (بحثاً وتدرّيساً وتأطيراً)، بالإضافة إلى طبيعة معطيات بعض الدراسات في هذا المجال، ناهيك عن بعض التساؤلات التي تترجم في الصعوبات المنهجية لبعض الباحثين والطلبة الذين يشتغلون على البحوث التي تستخدم مثل هذه الأدوات للمحاولة في تطبيقها بشكل أكثر تحديداً ودقة وضبطاً. بحيث يمكننا توضيح تلك المعطيات بالإجابة على التساؤل العام الآتي:

ما هي أهم الإشكاليات المنهجية في علاقة تحليل المحتوى بتحليل الخطاب في بحوث الرسالة الإتصالية؟.

حيث يتفرّع هذا التساؤل إلى أسئلة فرعية تتمثّل فيما يلي:

1/فيما تتمثل إشكالية المفهوم والاسقاط المنهجي بين تحليل المحتوى وتحليل الخطاب؟

2/فيما تتمثل إشكالية الاختلاف والتداخل المنهجي بين تحليل المحتوى وتحليل الخطاب؟

إشكالية المفهوم والاسقاط المنهجي بين تحليل المحتوى وتحليل الخطاب:

إشكالية المفهوم:

يقتضي توجيه البحث في علوم الإعلام والاتصال إلى أحد مجالاته البحثية المتعددة والمتنوعة، باعتباره مجالاً متعدد التخصصات (Interdisciplinaire)، ولعلّ هذه الخصوصية جعلت من هذا البحث يتكيف مع جميع المناهج والأدوات المستخدمة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، بحيث أنّ هذه المجالات (البحثية) عادة ما تعكس عناصر العملية الاتصالية المعروفة، بكون أنّ هناك بحوث متعلّقة بالقائم بالاتصال، وبحوث الرسالة أو محتوى الاتصال، وبحوث الوسيلة، وبحوث الجمهور، بالإضافة إلى بحوث التأثير، كما أنّ كل مجال بحثي من هذه المجالات يعكس بدوره موضوعاً بحثياً مستقل بخصائصه وفقاً للموضوع (Objet de recherche).

من هنا تبدأ إشكالتنا على أحد هذه المجالات البحثية والذي يتمثل في مجال بحوث الرسالة الاتصالية، بحيث يمكننا تسليط الضوء على أهم منهجيتين بحثيتين يتم إستخدامهما في هذا المجال، وهما تحليل المحتوى وتحليل الخطاب، ولعلّ هذه الإشكالية محل توليفة من الإشكالات الفرعية التي تنطلق من طبيعة توظيفها في المجال البحثي، الذي يختص بتحليل الرسالة الاتصالية، وكذا طبيعة علاقتها (تداخلاً وتبايناً) خاصة على مستوى التطبيق بالنسبة لمؤشرات التحليل. بحيث يمكننا توضيح مسألة هامة في هذا الإطار نتوقف عند إستخدامنا لكلمة "منهجيتين بحثيتين"، وذلك لتفادي الدخول في بعض الإشكالات المنهجية في عملية تصنيف تحليل المحتوى في كونه أداة أو منهجاً قائماً بذاته، وكذا تحليل الخطاب الذي يتسع في كونه أداة أو

منهجًا أو مقارنة أو نظرية، ولعلّ هذه التصنيفات تعد من بين القضايا الخلافية لهذين المنهجيتين، خاصة ما تعلق بتحليل الخطاب، ولعلّ هذه التصنيفات عمومًا تخضع أساسًا للتصنيف المنهجي، الذي يمكن اختصاره هنا على حسب الاجتهادات البحثية في هذا الإطار، بحيث هناك تصنيفات تقوم على تصنيف المناهج إلى كمية وأخرى كيفية، بحيث يصنّف عادة تحليل المحتوى في المناهج الكمية، وتحليل الخطاب في المناهج الكيفية، على الأقل على مستوى أصل ظهورهما كمنهجيتين بحثيتين في العلوم الإنسانية والاجتماعية عمومًا.

ومن هنا فإنّ تحليل المحتوى هو تحليلي، باعتباره يبحث في المحتوى الظاهر للرسالة الإعلامية والاتصالية (Berelson, 1952, p. 18)، بالإضافة إلى أنّ هناك من يصنّفه ضمن المنهج المسحي باعتباره كأداة تقوم على مسح المضمون الإعلامي والاتصالي (حسين، 1983، صفحة 126)، وهناك تصنيف آخر أيضًا لموريس أنجلز (Maurice Angers) الذي يعتبره نبيّن التقنيات غير المباشرة (أنجرس، 2004، صفحة 218)، وذلك في كونها تختلف نوعًا ما عن التقنيات الأخرى، ويظهر ذلك جليًا في كيفية التعامل مع المادة المدروسة، حيث يتم تطبيق التقنية مع مختلف المضامين الاعلامية والاتصالية، دون التعامل المباشر مع الجمهور في (إستجواب المبحوثين مثلًا)، أو مع المؤسسات الإعلامية بالنسبة لدراسات القائم بالاتصال وغيرها. ولعلّ هذا ما يفرق بين ما يسمى بالدراسات التطبيقية والدراسات الميدانية. أمّا في كونه منهجًا هو إستنتاج لبعض الطروحات وخاصة المشرقية منها في بعض كتب المنهجية (طعيمة، 2008)، التي تحاول أن تنقل لنا بطريقة غير مباشرة أولوية هذه الأداة كمنهج من خلال تعامل الكثير من الباحثين في هذا الحقل بإدماج الخطوات البحثية المتعارف عليها مع تحليل المحتوى، ولعلّ هذا ما يوحي ضمنيًا إلى إستقلالية الأداة للتحوّل إلى منهج قائم بذاته، ناهيك عن التسميات المباشرة التي تؤكد في كونه منهجًا، باعتباره هو الآخر يحتوي على أداة تظهر في بناء إستمارة التحليل.

ولعلّ هذه الطروحات هي بمثابة تعريفات متداولة في مفهوم تحليل المحتوى، تشترك عمومًا في أربعة شروط أساسية: تظهر في التنظيم

المنهجي، والوصف الكمي الذي يمنح الدقة من خلال العد والقياس، ثم الموضوعية أثناء التحليل، وأخيرًا المحتوى الظاهر للاتصال، أي التعامل مع كلما هو ظاهر في مادة الاتصال وصريح، دون اللجوء إلى المعاني والدلالات الكامنة وراء المضمون الاتصالي.

أما الحديث عن تحليل الخطاب فلا يزال قائمًا على الاختلاف في كونه أداة أو منهجًا أو مقارنة أو نظرية، ولعلّ هذا الاختلاف نابع من طبيعة مفهوم تحليل الخطاب أساسًا، بحيث ليس هناك مفهوم مشترك للخطاب بين الباحثين، باعتباره يخضع للكثير من المفاهيم المتنوعة والمتعددة، ولعلّ هذه الصفة يمكن إرجاعها عمومًا إلى تعدد وجهات نظر لكل مدرسة من مدارس تحليل الخطاب (Maingueneau, 1992, p. 9)، وذلك من خلال اختلاف نظرياتها ومناهجها وأدواتها، وفقًا لسياقات إنتاجها. وعلى هذا الأساس، فإنّ هناك فرق بين كلمة الخطاب ذاتها، وكلمة تحليل الخطاب، وكلمة نظرية الخطاب، لذا يحتاج التوضيح بناءً كليًا لا يخرج عن إطار الاتجاهات الكبرى لتحليل الخطاب، التي تتعكس بدورها في ثلاثة مدارس أساسية: (Bonnafous Simone) (Temmar Malika , Eds., 2007, pp. 10-25) تتمثل في كل من الاتجاه الفرنسي (الشكلاني/ Formalisme)، والاتجاه الانجلوساكسوني (البراغماتية/ Pragmatique)، وكذا الاتجاه التأويلي الألماني أو المدرسة التأويلية (Herméneutique)، بحيث أنّ كل مدرسة من هذه المدارس تعكس بدورها هي الأخرى مجموعة من النظريات التي تختلف في مقارباتها المنهجية وأدواتها التحليلية، بحيث يمكننا ذكر أهمها، خاصة في تعاملنا مع نوع خطابي خاص، ألا وهو الخطاب الإعلامي والاتصالي. والتي يتضح أهمها في كل من (شومان، 2007): نظرية التحليل اللغوي، نظرية ميشال فوكو (MichelFoucault) في تحليل الخطاب، نظرية التحليل المحادثي، نظرية التحليل السيميولوجي، نظرية التحليل الثقافي، نظرية التحليل النقدي للخطاب.

ولعلّ مفهوم تحليل الخطاب بداية من أعمال جون ديبوا (J. Dubois) التي جاءت في حدود غامضة، أي من مفهوم "الدراسة" من منظوره، ليتحوّل إلى مفهوم " التحليل" كمعادل بسيط لها، خاصة مع أعمال

ميشال بوشو (Pêcheux M.) (Côté, 1981) الذي أرسى تحليل الخطاب بشكل أساسي كمحلل نفسي للخطاب، حيث لعبت كلمة "تحليل" و"محلل" دورًا رئيسيًا في مجال التحليل النفسي، وتحوّلت فعليًا إلى دراسات الخطاب، ليصبح المحلل النفسي مثله مثل تمامًا المختص في تحليل الخطاب. حيث أستخدمت كلمة تحليل الخطاب من منظور البنيوية لمفهوم التحليل بمعناه الأصل، حيث وظّفت هذه الكلمة في معناها التفكيكي (Harris, 1969, p. 8)، وذلك من طرف عالم اللسانيات التوزيعية (Z.S. Harris) في سنة 1952، حيث عيّنت كوحدة لسانية متكوّنة من جمل، التي تكوّن بدورها نصًا، كما تعتبر الجملة كوحدة لسانية أساسية التي تمثل الوحدة الأصغر في الخطاب.

أمّا عن نظرية الخطاب فتتضح "في أنها تُحجر عمومًا ما بين مقاربات ذات التوجّه الفلسفي (خاصة النقدي منها)، ومقاربات ذات التوجّه اللساني" (Bonnafous Simone, Temmar Malika, Eds., 2007, p. 27) كما أنّ العلاقة بين نظرية الخطاب وتحليل الخطاب "ترتبط أيضًا بالمهتمين بهذا الحقل العلمي، أو ما يعرف عنهم بالخطابيين إن صح التعبير (les discursivistes)، والذي لم يعملوا أساسًا في أبحاثهم على نظرية الخطاب، بل على تحليل الخطاب، ليصبحوا محلّلي الخطاب (les analystes du discours) باعتبارهم يستخدمون العديد من المناهج، ويقومون بدراسة نصوص الخطاب (les corpus). ولعلّ هذا التيار يمثل التوجّه الأكبر الذي يرى في تحليل الخطاب كمنهج كفي في العلوم الانسانية والاجتماعية" (Maingueneau, 2012, pp. 5-6).

ودائمًا من منطلق العلاقة هناك من يحدّدها بمجتمعين بحثيين في هذا الحقل العلمي، والتي تتضح فيما يلي: (Bonnafous Simone, Temmar Malika, Eds., 2007, pp. 27-39)

1- يعتبرون تحليل الخطاب مجموعة من الأساليب النوعية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، وذلك في كونهم يعملون ضمن أطر تخصصاتهم، حيث يفهمون الخطاب على أنه يقدم أدلة ومؤشّرات تسمح بالوصول للحقائق خارج اللغة، كما يميل هذا النهج إلى عدم

الفصل بين المقاربات الخطابية والمناهج النوعية الأخرى، ولا سيما تقنيات تحليل المحتوى.

2- يهتمون (المتخصصون في علوم اللغة خاصة) بالطريقة التي يتم بها بناء النظام الاجتماعي من خلال التواصل في مجتمع محدد. حيث يحاولون الحفاظ على التوازن بين التفكير في كيفية توظيف الخطاب وفهم الظواهر الاجتماعية التاريخية أو النفسية. يهدفون إلى تعريف أو تصنيف أنواع الخطاب، بالإضافة إلى رغبتهم في الرد على المشكلات الاجتماعية، أو الأسئلة في مجالات معرفة أخرى.

من هذا المنطلق يدافع دومينيك مانغو (D. Maingueneau) على فكرة " أن الخطاب لا يصبح حقيقة موضوعاً للمعرفة، لاعتبار أنه كان مدعوماً من قبل تخصصات الخطاب المختلفة، التي لديها مصلحة محددة. ومن هذا المنظور، يقع التمييز بين تحليل الخطاب ودراسات الخطاب (كأعمال أنجلوسكسونية). بحيث أن تحليل الخطاب يعد من مكونات دراسات الخطاب. ولعلّ الفائدة الخاصة التي تحكم تحليل الخطاب ستكون من عملية فهم الخطاب كتشابه للنص مع الرابط الاجتماعي، أي ما يربطهم من خلال جهاز النطق الخاص اللفظي والمؤسسي معاً". (Soulages, 2015, p. 39).

على هذا الأساس، تظهر خصوصية تحليل الخطاب كمجال بحثي متعدد التخصصات (Interdisciplinaire)، ولعلّ هذا ما ينعكس في تنوع مشاربه البحثية و اتجاهاته النظرية، وذلك في علاقته بالكثير من الحقول المعرفية في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية. في حين أن عملية التداخل المعرفي والتخصصي تجعل منّا كباحثين رصد الكثير من المقاربات التي تتبني بشكل عام على أسس فلسفية من جهة، ولسانية (علوم اللغة) من جهة أخرى، بالإضافة إلى تخصصات أخرى قائمة، بحيث يتطلب البحث هنا نوعاً من الدقة لاعتبار أن عملية إسقاط المفاهيم الأصلية لهذا الحقل المعرفي مرتبطة بإرساءاته الأولى، أي مع بداية الدراسات الأولى للخطاب، ومن ثمّ تحليل الخطاب؛ بحيث يظهر الإسقاط هنا في كوننا باحثين في علوم الإعلام والاتصال، ولعلّ هذا ما يجعلنا نعي أكثر طبيعة التخصصين. ومن هنا

تبدأ المحاولة في تعاملنا مع تحليل الخطاب من وجهة نظر التخصص، أي كل ما يتعلق بالخطاب الإتصالي (بما فيه الإعلامي).

إشكالية الإسقاط المنهجي:

تتطلب عملية إختيار المقاربات المنهجية والأداتية للبحث دراية تامة بطبيعة كل مقارنة أو منهج أو أداة من جهة، وأيضًا بطبيعة معطيات البحث ومتطلباته، حيث عادة ما نقع محل إختيار لمجموعة من المقاربات المنهجية والأداتية التي تخص مجال بحثي معين (كبحوث الرسالة الإتصالية)، والتي نستحضر فيها كل المقاربات المنهجية والأداتية التي لها علاقة بتحليل الرسائل الإتصالية سواءً أن كانت في شكل مضامين أو خطابات بمختلف أنواعها (مكتوبة، سمعية، بصرية، سمعية-بصرية، إلكترونية)، ولعلّ هذا الإختيار يقتضي تبريرًا علميًا يجيز لنا منهجيًا إستخدام هذه المقاربات، باعتبار أن كلاً منها ذا خصوصية تتماشى وطبيعة البحث وإشكاليته وأهدافه، وهنا تتجسد ضرورة الإسقاط المنهجي في عملية إيجاد العلاقة بين هذا الإستخدام ومعطياتنا البحثية، بحيث أن شيوع الإستخدام لهذه المقاربات في بحوث الرسالة الإتصالية لا يبرّر إطلاقًا على مدى سهولتها، خاصة وأنّ تطبيقها يختلف من بحث لآخر، ولعلّ هذا الاختلاف يجعل منّا كباحثين نأخذ بعين الاعتبار الإسقاط المنهجي لكل منهما، وعلى هذا الأساس، يمكننا توضيح هذه الإشكالية من خلال العناصر التالية:

بالنسبة لتحليل المحتوى:

- ترتبط عملية إختيار تحليل المحتوى في بحوث علوم الإعلام والإتصال بشكل مختصر وفق النقاط الأساسية التالية:
أولاً: بمجال بحثي محدّد، يخص عمومًا مجال تحليل الرسالة الإتصالية، حيث يفضل هنا إستخدام كلمة المضامين الإتصالية بدل الخطابات الإتصالية، التي ترتبط أساسًا بمضمون الرسالة الإتصالية وليس الخطاب، ولعلّ رفع اللبس هنا يرتبط بإشكالية المفاهيم بين كلمة

المضمون والخطاب، والذي عادة ما يحيل مباشرة إلى طبيعة التحليل المستخدم.

ثانيًا: بطبيعة البحث، وذلك بداية من تحديد الموضوع إلى تحديد الإشكالية وتساؤلاتها الفرعية، إلى صياغة الفرضيات، إلى تحديد المفاهيم، إلى تحديد المنهج المستخدم الذي بدوره يحدّد لنا الأداة المستخدمة، ولعلّ هذه العناصر هامة في توضيح عملية الاختيار، تجعلنا كباحثين نعمل إسقاطاً لتحليل المحتوى مع طبيعة هذه العناصر، وذلك يحتاج إلى تبرير منهجي في مدى ملائمة هذه الأداة مع طبيعة البحث، ومدى تحقيقها لنتائج أكثر علمية، من حيث إستنتاج المضمون، واستنتاج معطيات تحليله، ومن ثمّ تفسيرها وتأويلها بما يتناسب وطبيعة الرسالة محلّلة وسياقها.

ثالثًا: هناك إتفاق منهجي على أنّ تحليل المحتوى ظهر كميًا، باعتباره يهتم بالتحليل الكمي، والتي تعد المرحلة الأساسية الأولى في وصف المحتوى الظاهر للرسالة الإتصالية وصفًا كميًا، ولعلّ هذا المستوى من التحليل هو الغالب في بحوث علوم الإعلام والإتصال، في حين تحاول بعض الاجتهادات البحثية تعدي هذا النوع من التحليل إلى مستوى ثاني يعرف بالمستوى الكيفي، الذي يتعلق بالتحليل الكيفي، أي محاولة تحليل المعطيات وتفسيرها وتأويلها وفقًا لمجموعة من العوامل التفسيرية، التي تساعد الباحث في تفسير وتأويل معطياته للوصول إلى معاني ودلالات أكثر ضمنية من تلك المعطيات الكمية السطحية، التي قد لا تحقّق نتائج علمية أكثر دقة وموضوعية، إلا أنّ هذه المرحلة لا تستقل عن المرحلة الأولى باعتبارهما مرحلتين متكاملتين، ومن هنا يصبح التحليل الكيفي ضروريًا في ترجمة المعطيات الكمية، ترجمة كيفية، بحيث يمكننا تحقيق المستوى الثاني من التحليل، في حدود استنتاجنا لمجموع الدلالات والمعاني الكامنة وراء هذه المعطيات، ولعلّ هذا راجع إلى قدرة الباحث على التحليل، واستحضار كل ما من شأنه أن يفسّر نتائج معطياته، نسبة إلى تلك العوامل التي تتدخّل في إنتاج الرسالة الإتصالية وتحديد طبيعة محتواها.

- إنَّ استخدام تحليل المحتوى لمجموع الرسائل الإتصالية يقتضي منهجياً مجموعة من المراحل أو الخطوات البحثية تعرف بخطوات تحليل المحتوى (عبد الحميد، 2008، صفحة 115)، والتي يتم تحديدها وفقاً لمعطيات سابقة تنبني على طبيعة بحثه ومراحله المنهجية، بالإضافة إلى معطيات التحليل المبدئي (أولي)، أو ما يطلق عليه بالدراسة الاستطلاعية، والتي يقوم فيها الباحث باستطلاع على جزء محدّد من المضمون الذي هو بصدد التحليل، بحيث تختلف أدوات هذه العملية من باحث لآخر، فهناك من يكتفي بالملاحظة، وهناك من يحلّل جزءاً من المضمون (أعداد صحف، حصص، صور، برامج،... الخ)، كما أنّ إعادة ما يكون هذا التحليل بشكل سطحي وغير دقيق، وهناك من يقتصر على فئة المواضيع من خلال استخراج أهم المواضيع المتداولة في المضمون بشكل عام. أو يتجه نحو ما يسمى بالتحليل الموضوعاتي (Laurence, 1997, pp. 77-78) الذي يكتفي بتحديد شبكة تحليل خاصة بالمواضيع البارزة في المضمون. ولعلّ هذه المرحلة هي التي تؤسس القاعدة التي تكشف من خلالها وجهة طرح المواضيع ونوعها وطبيعتها وسياقها العام. أمّا عن خطوات تحليل المحتوى فيمكن تحديدها في النقاط التالية: تحديد وتصنيف وضبط الفئات (فئات المضمون التي تجيب على سؤال ماذا قيل؟، فئات الشكل التي تجيب على سؤال كيف قيل؟)، تحديد وحدات التحليل (وحدات التسجيل، وحدات السياق)، بناء إستمارة التحليل، مرحلة العد والقياس: (تصميم الجداول التكميمية)، ثمّ مرحلة الصدق والثبات، وأخيراً مرحلة تحليل وتفسير وتأويل النتائج. بحيث هناك بعض الشروط الأساسية التي تتعلق بالإسقاط المنهجي لهذه المراحل، والتي يمكن ذكر بعضها بشكل من التبسيط والاختصار في النقاط التالية: (بن عيشة، 2018، صفحة 19)

- 1- قد يعكس كل تساؤل من تساؤلات الدراسة فئة على الأقل من فئات التحليل. (عملية التحديد)
- 2- تستوجب أسئلة الباحث العمل بإحدى تصنيفات الفئات أو كلاهما (فئات المضمون، فئات الشكل، كلاهما معاً). (عملية التصنيف).

3- استقلالية كل فئة عن أخرى، وذلك انطلاقاً من عدم تشابه مؤشرات كل فئة مع فئة أخرى، ولعلّ هذا ما يوضّحه دليل التعاريف الاجرائية لكل فئة من الفئات المستخدمة في البحث. (عملية الضبط).
4- ليس هناك نموذج خاص للتحليل، بل هناك طريقة توضّح كيفية التحليل، بحيث أنّ مجال الخبرة مطلوب في أداة تحليل المحتوى، خاصة في تعاملنا مع تحديد الفئات ووحدات التحليل، بحيث في بعض الأحيان يتطلب البحث إستحداث فئات تحليل جديدة، بإعتبار أنّ عملية تحديد الوحدات تتطلب مهارة ودقة عالية في إختيارها، بالإضافة إلى صدقها وثباتها، خاصة وأنّنا نتعامل مع مؤشرات دلالية يختلف بنائها وفقاً للمعنى المراد، وذلك بناءً على بنية النص (وحدات تسجيل ووحدات سياق).

-تحتاج عملية التأويل في تحليل المحتوى إلى نوع من التوضيح باعتبارها خطوة هامة، وذلك راجع إلى أمرين أساسيين: يتعلق الأول عموماً بقدرة الباحث على التأويل الذي يحتاج إلى موسوعية فهم ان صح التعبير، ترتبط بالسيرورة التاريخية والاجتماعية والثقافية والحضارية التي تساهم في إنتاج مضمون الرسالة الاتصالية، بالإضافة إلى إطارها الزمكاني، وكل الظروف المحيطة بها، بغض النظر عن إطار المؤسسة وسياستها الاتصالية أو الوسيلة الإعلامية وسياستها التحريرية وغيرها من العوامل الأخرى التي تساعد في فهم المضمون الاتصالي فهماً ظاهرياً وباطنيّاً. ولعلّ هنا يبرز دور السياق في تفسير تلك المؤشرات أو ما يعرف بالتكرارات داخل كل وحدة من وحدات التحليل تحت كل فئة من الفئات المراد تحليلها، ولعلّ هذا ما يؤكد عزي عبد الرحمن في " أنّ تفسير العملية الاتصالية يكون وفق النظام الإعلامي والنظام الاجتماعي والحضاري الذي تنتشر فيه تلك الرسائل، بحيث كل مجتمع يختلف عن الآخر وفق إيديولوجيات تتحكم في أداء وسائل الاتصال" (عزي، 2010، صفحة 84)، كما نجد أنّ "دلالة الرسالة لا تكمن في الملكيات التي تعرضها الوسيلة، وإنّما في المعاني والعالم الذي تؤسسه هذه الرسائل، ويأتي من هذا الطرح وفي مستوى آخر أنّ التعامل مع الألفاظ يتطلب دراسة خاصة بالوضع

(Code) الثقافي من جهة، وأيضاً الإمام بالاطار التاريخي لهذه البنيات اللغوية من جهة أخرى" (عزي، 1988، صفحة 21).

- إن استخدام تحليل المحتوى لمجموع الرسائل الإتصالية يقضي معرفياً مجموعة من الاستخدامات التي تعكس أهداف التحليل، حيث هناك الكثير من الاستخدامات التي تتعلق أساساً بكل عنصر من عناصر العملية الإتصالية، والتي تظهر من خلال استنتاج محتوى الرسالة الإتصالية بناءً على طبيعة ووظيفة وهدف كل عنصر داخل المحتوى قيد التحليل، بحيث يمكننا إختصار هذه الاستخدامات في العناصر التالية: (بن عيشة، 2018، صفحة 17)

1/الخاصة بالمرسل (من؟): كالكشف عن الأهداف والنوايا المختلفة، والخلفيات الفكرية والأيدولوجية والسياسية (الاتجاهات)، وكذا السمات والخصائص الشخصية والاجتماعية، بالإضافة إلى الانتماءات الاجتماعية والحضارية.

2/الخاصة بالرسالة (ماذا؟): كالكشف عن الوظائف الإتصالية (التغطية، المراقبة، التعبئة، التوعية، التوجيه،... الخ)، والقيم والمعايير الثقافية والاجتماعية السائدة. (القيم، المعايير،... الخ)، ومراكز الاهتمام (المواضيع والقضايا المطروحة)، ومصادر المعلومات، والأدوار والفاعلين فيها، ومستويات اللغة.

3/الخاصة بالوسيلة (كيف؟): كالكشف عن الأساليب والآليات الشكلية الإعلامية المختلفة (الأنواع الصحفية، القوالب الفنية، استخدام الفيديوها والصور،... الخ)، والاستراتيجيات الإقناعية ووسائلها، وكذا طرق تحقيق الأهداف، بالإضافة إلى الأجندة الإعلامية. (الموقع، المساحة... الخ).

4/الخاصة بالمستقبل (لمن؟): كالكشف عن الأنماط والخصائص والسمات الشخصية والاجتماعية والحضارية للجمهور. (فئاته، سماته، طبيعته، ثقافته، معتقداته،... الخ). وعناهتومات وأولوياته.

في حين هناك بعض الاستخدامات الأخرى إلا أنها لا تخرج عن إطار هذه العناصر، كما أن جميع هذه الاستخدامات يتم الإشارة إليها في المحتوى إما تصريحاً أو تضميناً، والتي تنعكس بدورها في شكل فئات أثناء عملية التحليل.

بالنسبة لتحليل الخطاب:

- يرتبط تحليل الخطاب هنا بنوع من الخطابات ذات الصلة بمجال علوم الإعلام والاتصال، ألا وهو الخطابالاتصالي (بما فيه الإعلامي)، بحيث يمكننا الإشارة في استخدام هذين المفهومين، بأننا نقصد كل الخطابات الاتصالية سواء تعلق الأمر بخطاب المؤسسات الاجتماعية والسياسية والدينية والثقافية وغيرها، بالإضافة إلى خطاب الوسائط الجديدة والمتعددة كمواقع التواصل الاجتماعي مثلاً، أما بخصوص الخطاب الإعلامي فهو خطاب المؤسسات الإعلامية بمختلف أنواعها، ومن هنا يتضح لنا نوع الخطاب قيد التحليل، ولعلّ هذا النوع له ميزة خاصة يختلف بها عن الأنواع الأخرى من الخطابات، والتي تنعكس أساساً في معطيات التحليل.

- يرتبط تحليل الخطاب بالمناهج الكيفية، وبالتالي يخص الدراسات التي تبحث عن ما وراء الخطاب، من خلال عملية البحث في الدلالات والمعاني الكامنة، ليس فقط بالنسبة لذات الخطاب، ولكن أيضاً من خلاله، أي كل العوامل المحيطة والعناصر الظرفية التي تساهم في إنتاج الخطاب، ولعلّ طبيعة التحليل الكيفي هنا تسمح للباحث بتفكيك بنية الخطاب تفكيكاً يتلائم والمقاربة النظرية المستخدمة، التي على أساسها يمكن تحليل الخطاب بنيويًا (نسبة للتحليل البنيوي)، أو جينيولوجيًا (نسبة إلى التحليل الجينيولوجي لميشال فوكو)، أو سيميولوجيًا (نسبة للتحليل السيميولوجي)، أو إثنوميتودولوجيًا (نسبة للتحليل المحادثي)، أو ثقافيًا (نسبة للتحليل الثقافي)، أو نقديًا (نسبة للتحليل النقدي)، وهكذا.

- تتطلب عملية تفكيك بنية الخطاب هنا، فهم البناء اللغوي والتواصلية والمعرفي للخطاب، ولعلّ هذه البنية تتأسس بشكل عام من بنيتين مختلفتين هما: " بنية كلية، بنية خصوصية" (بركات، 2011، صفحة 303)، والتي تمثل عمومًا تصنيفات الخطاب (النوع والجنس). وبناءً على معرفة بنية الخطاب وأنواعها، هناك عدة مستويات (العاقده، 2002، الصفحات 106-108): من ناحية البنية، أولاً: على مستوى العناصر المكوّنة للبنية ونظامها، وثانيًا: على مستوى علاقاتها

الترابطية المحققة لانسجامها، حيث تتم هذه المستويات من خلال البحث المعجمي والصرفي والنحوي والتركيبية، وما ينتج عنه من دلالات مختلفة لها أثرها في نظم النص وأشكاله المختلفة. أما من ناحية الدلالات، التي تختص بوصف العلاقات التي تجمع بين الدوال ومدلولاتها، وإمكانية تفسيرها سواءً باعتبارها تصوّرات ذهنية أو مراجع (واقعية).

أما من ناحية السياق، حيث تختص البنية الخطابية بوضع سياقي معين، والذي يتمثل في السياق اللغوي، والتخاطبي، والمعرفي، بحيث يقتضي كل سياق من هذه السياقات مجموعة من الاستدلالات والاستراتيجيات الاتصالية وآليات الحجاج، التي يوظفها القائمون بالخطاب في إستخدامهم للدوال والمدلولات في التعبير عن نياتهم ومقاصدهم ووجهات نظرهم وأهدافهم. وعلى هذا الأساس، يمكننا إدراج الخطاب الإعلامي والاتصالي في الخطابات والنصوص الواسطية إن صح التعبير، سواء من خلال تداولها عبر وسائط إتصالية، أو باعتبارها أيضاً تتوسّط بين المؤسسة وجمهورها، ومن هنا يمكن اعتبار الخطاب الواسطي كبنية تجمع بين النظم والدلالات والتنسيق والسياق من خلال الوضعية الاتصالية الممكنة، حيث يتفاعل فيها كل ما هو لغوي وتواصلية ومعرفي.

- بناءً على معرفة بنية الخطاب وفهمها فهماً لغوياً وتواصلياً ومعرفياً، تتطلب عملية تفكيكها بعض الأدوات التحليلية تتماشى والمقاربة النظرية والمنهجية المستخدمة، بحيث هناك الكثير من الباحثين (دليو، 2019، الصفحات 33-35) الذي يستخدمون نماذج تحليلية مختلفة، وذلك بناءً على تنوّع الأدوات التحليلية وطريقة إستخدامها، بحيث يمكن للباحث أن يستعين بواحدة منها أو أكثر باعتبارها تساعد على رصد وتحليل واستكشاف الركائز المعرفية للخطابات الإعلامية والاتصالية المختلفة سواء على مستوى خطابات الصحف، أو الخطابات الإذاعية، أو التلفزيونية، أو خطابات الإعلام الجديد عبر الإنترنت (جبارة، 2012، صفحة 283). وعلى هذا الأساس، يمكننا أن نعرض نموذجاً لأهم الأدوات التحليلية التي يستعان بها في تحليل

الخطاب الإعلامي كمثال، حيث تمّ تجميعها في شكل شبكة تحليل (أنظر إلى الملحق رقم 01).

- يقتضي تحليل الخطاب الكثير من المؤشرات التي يحتاجها الباحث في عملية تحليله للخطاب الاتصالي بشكل عام، بحيث لا يمكن فصل مجموعة الأدوات التحليلية المستخدمة في معرفة بنية الخطاب أولاً، وتفكيكها إلى وحدات تحليلية ثانياً، عن المقاربة المنهجية المستخدمة، والتي تستلزم بدورها هي الأخرى مقارنة نظرية تفسّر لنا كيفية التعامل مع تحليل الخطاب بمختلف أنواعه حسب وجهة نظرها. ومن هنا، فإنّ علاقة المراحل البحثية في منهجية تحليل الخطاب ضرورية، بحيث لا يمكن فصلها عن بعضها البعض، كما أنّ طبيعة هذه الأدوات تختلف باختلاف النموذج التحليلي لكل مقارنة نظرية ومنهجية من جهة، كما أنّه ليس هناك نموذج تحليل خاص، باعتبار أنّ هذه الأدوات تارة تأتي في شكل خطوات عملية، وتارة تأتي في شكل نماذج تحليلية مستقلة، وتارة تأتي في شبكات تحليل تكون من إجتهد الباحث نفسه، هذا وبالإضافة إلى طبيعة الخطاب ذاته، الذي يضيف على الأدوات نوعاً من الخصوصية، أي أنّ هناك بعض الأدوات التحليلية موجودة في خطاب دون خطاب آخر.

إشكالية الإختلاف والتداخل المنهجي بين تحليل المحتوى وتحليل الخطاب:

ظلت المعطيات المنهجية في بحوث الإعلام والاتصال (شومان، 2016، الصفحات 23-24) تشير إلى أنّ " هناك بعض الهيمنة والسيادة للبحوث الكمية من خلال الأدوات والمناهج الكمية، خاصة مع ظهور بحوث تحليل المحتوى، ولعلّ هذه المعطيات التي كثيراً ما يقال عنها أنّها تتسم بالتحيز والذاتية والاكتفاء بالجانب الاحصائي للمحتوى، ممّا دفع الباحثين إلى التوجّه نحو الدراسات الكيفية بعد مجموعة من الدراسات التي كشفت عن نتائج طبيعة تلك البحوث السائدة، خاصة وأنّ غياب المستوى الثاني من التحليل، الذي يتعدّى التحليل الكمي إلى التحليل الكيفي، وذلك من خلال الاهتمام بدلالات المعاني الضمنية وسياقها ". ومن هنا بدأت دراسات تحليل الخطاب

ترسم وجودها في بحوث الإعلام والاتصال خاصة مع تطوّر بعض التوجّهات المنهجية في تحليل الخطاب. ولعلّ هذا الاجتهاد البحثي هو محاولة بحث في المؤشرات الكيفية، أي إلى التحليل الكيفي قصد تكاملية المؤشرات التحليلية في إنصاف البحث، من حيث التحليل الذي تكتمل فيه عملية الوصف والتفسير والتأويل، ولعلّ من بين الباحثين الذين كان لهم الدور في هذا التكامل نجد الباحث أسكود (Osgood) سنة 1957، حيث أعتبر " أنّ دراسات المضمون تقوم على خطوتين أساسيتين: تظهر الأولى في الوصف الموضوعي المنظم لجانبها الأداة (Instrumental) أي العناصر المادية القابلة للعد والقياس، والثانية في المستوى التحليلي لجانبها التمثيلي (Représental) أي ما تخفيه تلك العناصر من معاني ودلالات كامنة " (Laurence, 1997, p. 19). في حين نجد أنّ هذه الإجهادات في مجال تحليل الرسالة الإتصالية تجتمع على هدف نموذج تحليلي مكتمل، باعتبارها دائماً تحاول الجمع بين التحليل الكمي والتحليل الكيفي قدر الإمكان، بحيث كلما كان نقص في نوع من هذين التحليلين يعوضه تحليل آخر، ويصبح بمثابة تدعيم له. ولعلّ إشكالية التكامل والإختلاف بين تحليل المحتوى وتحليل الخطاب تعود إلى أصل كل منهما، بحيث أنّ شروط وظروف ولادتهما تختلف عن بعضهما البعض، كما أنّ شروط وظروف إنقائهما ساهمت بشكل كبير في تحوّل المنحى التحليلي في بحوث الإعلام والاتصال على وجه الخصوص، وذلك بالرغم من تأخّر تحليل الخطاب في كونه بحثاً نظرياً على غرار كونه إشكالية تعليمية (في مجال التدريس) (Bonnafous Simone, Temmar Malika, Eds., 2007, pp. 24-25) لذا تعتبر سنة (1980) نقطة تحوّل لتحليل الخطاب في علاقته بعلوم الإعلام والاتصال من ناحية انعكاسات تصوّرات الموضوع في العلوم الانسانية، وذلك من خلال التحوّل البرغماتي واللفظي، وإثراء الدراسات المتعلقة بأفعال الكلام، والحجاج، والسرد، والاقتباسات، وغيرها. ومن هنا لم يعد التيار التجريبي الأمريكي مهيمناً للغاية في علوم الإعلام والاتصال. خاصة مع الترجمة المتأخّرة لأعمال مدرسة فرانكفورت وأعمال يورغن هابرماس (Jürgen Habermas)، التي تبدو في الأصل تصوّر جديد

لهذا الحقل، الذي لم يعد يخضع بشكل منهجي لأوامر الخبرة، ولكّنه يتقاطع مع تيارات مختلفة، مثل جميع المجالات العلمية، تتميز عن بعضها البعض بمراجعها المفاهيمية وأساليبها وأهدافها (Simone Bonnafous, Alice Krieg-Planque, 2014, pp. 223-238) حيث يمكننا توضيح هذه العوامل في تفسير إشكالية الاختلاف والتداخل المنهجي بين تحليل المحتوى وتحليل الخطاب في العناصر التالية:

- بدأ تحليل المحتوى كميًا، حيث أخذ تحليل المحتوى منحى كمي خاصة مع إستعانتها بالتحليل الإحصائي، ولعلّ هذا ما ساهم في إنتشار تحليل المحتوى في بحوث العلوم الإنسانية والاجتماعية عمومًا، وبحوث الإعلام والاتصال خصوصًا، في حين لم يكتفي التحليل الكمي في إستنتاج بعض الظواهر في هذا المجال، ممّا كان عاملاً أساسيًا للتفكير في التحليل الكيفي، وعدم الإكتفاء بالتحليل الذي يقوم على الوصف الظاهر للمحتوى، بل الانتقال إلى الوصف الكيفي ومحاولة تحليل المعاني والدلالات وفق سياق إنتاج الرسالة الإتصالية، بحيث أنّ التحليل الكيفي هنا لا يستقل عن التحليل الكمي، بل يعتبره القاعدة الأساسية في تفسير الرسالة الإتصالية، ولعلّ الباحث ينطلق من هذه القاعدة (نتائج التحليل الكمي) التي تعد بمثابة مؤشرات تساعد الباحث في التعرف على بعض العوامل التفسيرية الأخرى التي تساهم في إنتاج الرسالة الإتصالية. وعلى هذا الأساس، لا يمكن لتحليل المحتوى الاعتماد على التحليل الكيفي بشكل مستقل، بل يحتفظ بأصليته كتحليل كمي قائم، مع إمكانية إضافة التحليل الكيفي للرسالة الإتصالية.

- بدأ تحليل الخطاب كميًا، وذلك بتعدّد مشاريعه ونظرياته، ولذا بدأ الخطاب كنظرية من خلال ما يعرف بدراسات الخطاب، التي شملت العديد من التخصصات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ومن ثمّ إلى تحليل الخطاب من خلال التعامل مع مختلف الأدوات التحليلية في هذا المجال، بحيث أنّ ميزة التحليل الكيفي في تحليل الخطاب قائمة على أساس التعامل مع عملية تفكيك بنيته -كما تم الإشارة إلى ذلك من قبل- ، باعتبار أنّ هذه العملية تبحث في جزئيات بنياته الكبرى والصغرى، وذلك عن طريق (تصنيفاته المتعدّدة، ونظامه من خلال معايير

وشروط تشكّله، وقوانينه المختلفة) (أنظر الملحق رقم 02). في حين لم يتوقف تحليل الخطاب عند هذا الحدّ، بل هو الآخر تطوّرت أدواته التحليلية شيئاً فشيئاً لينتقل إلى التحليل الكمي، بالرغم من أنّه يبقى دائماً يحافظ على طبيعة التحليل الكيفي القائم، ولعلّ التحليل الكمي هنا يظهر جلياً في التعامل مع قياس وحدات التحليل، خاصة ما تعلق بما يعرف بالتحليل المعجمي (Analyse lexicale)، بحيث أصبحت هناك برامج إحصائية مخصّصة لهذا النوع من التحليل، تقوم بعملية إحصاء تلك الوحدات (كلمات، عبارات، حروف، علامات، ...الخ) حسب التصنيف المعجمي والفنوي المخصّص.

- بناءً على ما سبق، هناك الكثير من الاختلافات بين تحليل المحتوى وتحليل الخطاب، بحيث يمكننا إختصار بعضها من خلال الجدول الآتي (Coulomb-Gully, 2011, p. 109):

الجدول رقم 01: يوضّح أهم الاختلافات بين تحليل المحتوى وتحليل الخطاب

تحليل الخطاب	تحليل المحتوى
وليد اللسانيات	وليد العلوم الإجتماعية
يفترض عتامة الخطاب الإتصالي (بما فيه الإعلامي) المستقل مقارنة بالواقع	يفترض شفافية الخطاب (مضمون الرسالة الإتصالية) مقارنة بالواقع
يستخدم معايير تحليل داخلية وليدة قراءة النص قيد التحليل، يعتمد على الطريقة الإستقرائية، حتّى إذا كانت المعرفة المتراكمة تسمح بتحديد بعض معايير التحليل المسبقة (إستنتاجاً)	يستخدم معايير تحليل خارجية للخطاب قيد التحليل: بحيث يقوم بوصف الرسائل وفق معايير محدّدة مسبقاً (طريقة إستنتاجية)
تُحترم البنية الشاملة للنص، بحيث تعتبر البنية كأساس	تفترض عملية تفكيك الخطاب عن طريق توزيع عناصر

لتحديد معنى النص	النص في فئات، والتي تعمل ضمن وحدات تحليل معزولة، حتى مع إمكانية استخدام برامج آلية (إحصائية)، دون المساس ببنية النص
يندرج تحليل الخطاب مبدئيًا إلى المقاربة الكيفية، بحيث تفضل طريقة التحليل هنا دراسة ظروف إنتاجه، وتداوله، وإستقباله، ونشاط تلقّظه في علاقته بالمكان والنوع	يندرج تحليل المحتوى ضمن المقاربة الكمية، بإعتباره يقوم على عملية العد والقياس، وعلى التمثيل الإحصائي للنصوص، وعلى هذا الأساس، يقوم التحليل على طريقة إحصائية وموضوعاتية
لا يتطلب فئات تحليل متجانسة وشمولية بالضرورة	يتطلب فئات تحليل متجانسة وشمولية
ليس هناك نموذج تحليلي واحد، يعاد إنتاجه، باعتبار أنّ كل خطاب له معايير خاصة للتحليل. هذا بالرغم من وجود تراكم معرفي نظري وحتى منهجي يحدّد لنا معايير تحليل مسبقة.	إعادة إنتاج نموذج تحليلي واحد (مراحل تحليل المحتوى)، باعتبار أنّ معايير التحليل خارجية للخطاب قيد التحليل.

ن هنا يمكن معرفة مدى الاختلاف بين تحليل المحتوى وتحليل الخطاب، باعتبارهما لهما نفس الاستخدام، أي من خلال تحليل الرسالة الإتصالية، ولعلّ التحليل هنا قد يشترك في مبدأ تجزئة هذه الرسالة ومعرفة وحداتها، ومن ثمّ محاولة فهم وظيفتها وهدفها بناءً على عناصر العملية الإتصالية، بالإضافة إلى عنصر متى وأين، في حين تختلف طريقة التحليل هنا بناءً على طبيعة كل منهما، ولكن هذا لا ينفي بأنّ هناك بعض التداخل والتكامل المنهجي بين تحليل المحتوى

وتحليل الخطاب، والتي يمكن اختصارها في الجدول الآتي (إعداد شخصي):

الجدول رقم 02: يوضح أهم العناصر المتداخلة بين تحليل المحتوى وتحليل الخطاب

تحليل الخطاب	تحليل المحتوى
الإطار العام للخطاب (نوع الخطاب، شكله، ظروف إنتاجه (الإطار الزمكاني، عنوانه، Paratexte، Cotexte،... الخ)	البيانات العامة للمادة قد التحليل (نوع المقال، تاريخه، مكانه، شكله، عنوانه، صفحته، ركنه... الخ)
- بنيات كبرى، بنيات صغرى، (عادة ما تأخذ بعين الاعتبار تصنيفات الأخرى: نوعاً وجنساً). بالإضافة إلى مواضيع الخطاب الرئيسية والفرعية. - وحدات تحليل لسانية (تختلف باختلاف كل نظرية، قد تكون وحدة فونام، مورفام، كلمة، جملة، حروف جر، أسماء موصولة، علامات وقف،... الخ). - شبكة تحليل، نموذج تحليل.	- فئات التحليل (فئات مضمون/فئات الشكل). - وحدات التحليل (وحدات تسجيل: عد وقياس، وحدات سياق). - إستمارة التحليل
يقوم على مبدأ التحليل والتفكيك، معجمياً، تركيبياً، دلالياً.	يقوم على مبدأ التشفير وفكّ التشفير
يقوم على تفسير وتأويل الخطاب بناءً على: - السياق النصي (معجمياً، نحويًا، تركيبياً، دلالياً)، باعتبار أنّ النص يفسّر نفسه بنفسه، وهذا ما يعرف بالتحليل الداخلي للخطاب	يقوم على تفسير وتأويل المحتوى بناءً على: - وحدة السياق في إطار نص المادة المحلّلة (نص لمقال مثلاً)، بحيث تفسّر كل وحدة تحليل بأكبر وحدة

<p>(Intralinguistique)، بحيث كل وحدة تأخذ معناها ودلالاتها في علاقتها بالوحدات الأخرى في إطار النص.</p> <p>- السياق العام: الذي يمثل هو الآخر الإطار العام التي تجتمع فيه كل العوامل الاجتماعية والسياسية والثقافية والدينية والتاريخية والحضارية وغيرها، بالإضافة إلى الإطار الزمكاني، الذي يعكس ظروف إنتاج الخطاب.</p>	<p>منها.</p> <p>- السياق العام الذي يمثل الإطار العام لإنتاج المحتوى، والذي يتعلق المحيطة، طبيعة الوسيلة، الإتجاه العام للوسيلة وخطها الأيديولوجي، الإطار المهني العام...الخ.</p>
<p>يقوم تحليل الخطاب مبدئيًا على التحليل الكيفي، بحيث يستمد طريقة تحليله من مجموع المقاربات النظرية والمنهجية في تحليل الخطاب، في حين هناك مقاربات كمية حديثة في تحليل الخطاب تستعين بالتحليل الكمي خاصة ما تعلق بالتحليل المعجمي، ولكن هذا لا ينفي طبيعته الكيفية التي تتعلق بالدلالة والمعنى نصيًا وسياقيًا.</p>	<p>يقوم تحليل المحتوى مبدئيًا على التحليل الكمي كمرحلة أولى، وفيما بعد يقوم بترجمة المعطيات الكمية إلى معطيات كيفية، وفي هذا الإطار يحاول الباحث أن يتسعين ببعض العناصر التحليل الكيفي كمرحلة تفسير وتأويل لهذه المعطيات.</p>

خاتمة:

بناءً على ما سبق، يمكننا فهم طبيعة الإشكاليات المنهجية في بحوث الرسالة الإتصالية (بما فيها الإعلامية)، من خلال تعاملنا مع مقاربتين منهجيتين تتمثل في كل من تحليل المحتوى وتحليل الخطاب، بحيث أنّ مساحة التداخل أو الاختلاف بينهما، تجعلنا نعي مدى طبيعة كل من تحليل المحتوى وتحليل الخطاب، ولعلّ هذا يتطلب دراية تامة بكل منهما، بالإضافة إلى قدرة الباحث ومهاراته في التحليل، سواء تعلق الأمر بمبدأ التحيز والذاتية، أو من خلال التحليل السطحي للمعطيات،

أو بناءً على مدى عمق فهم السياق الذي أنتج فيه المحتوى أو الخطاب، هذا وبالإضافة إلى معرفة مختلف المقاربات النظرية والمنهجية في تحليل الخطاب، التي يستمد منها الباحث طريقة تحليله، ومن ثمّ يستند إليها في تفسيره وتأويله للخطاب، من هنا قد تبدو المسألة بشكل من التعقيد، في حين أنّ التجربة والخبرة في التحليل مطلوبة، خاصة وأتينا محل العديد من النماذج التحليلية (إستمارات تحليل، شبكات تحليل) تختلف من باحث لآخر، وذلك حسب طبيعة كل بحث من جهة، والاجتهاد الشخصي لكل باحث من جهة أخرى، في حين أنّ مرونة التحليلين كميزة إيجابية خاصة لهما، تجعلهما يختلفان عن الأدوات التحليلية الأخرى في علوم الإعلام والاتصال، فعملية الانتقال مثلاً من الكل إلى الجزء وفقاً للطريقة الإستنتاجية في تحليل المحتوى لها خصوصية في عملية التحليل، أي بداية من تفكيك المحتوى إلى فئات ووحدات التحليل، ومن ثمّ إعادة إستقراءها كفيّاً وإستنتاج معانيها ودلالاتها وفق السياق، وكأنتنا ننقل من الجزء إلى الكل وفق للطريقة الاستقرائية؛ هذا على خلاف تحليل الخطاب الذي يعتمد على الطريقتين، ولكن بشكل كبير على الطريقة الاستقرائية التي تبدأ بعملية إستقراء وإستنتاج بنية النص من خلال التعامل مع جزئياته (وحداته)، ومن ثمّ معرفة معانيها ودلالاتها ووظيفتها داخل النص وخارجه (السياق)، في حين تظهر الطريقة الاستنتاجية هنا في تعاملنا مع المقاربات النظرية والمنهجية التي تحدّد لنا مسبقاً طريقة التحليل، ومن ثمّ يمكننا تفسير وتأويل الخطاب نصياً وسياقياً.

على هذا الأساس، لا يمكننا نفي بعض العناصر المتكاملة بين تحليل المحتوى وتحليل الخطاب، بإعتبار أنّ هناك بعض العناصر المشتركة التي تتشابه نوعاً ما في التحليل، إلا أنّها تختلف في التسمية مثلاً، أو في طريقة التحليل بشيء من الخصوصية، ولعلّ التكامل المنهجي يفيد الباحث في علوم الإعلام والاتصال على وجه الخصوص، بإثراء تحليله الكيفي في إستخدامه لتحليل المحتوى، بإعتباره قد مارس تحليل الخطاب، والعكس بالنسبة لتحليل الخطاب الذي يتطلب أحياناً الاستعانة بمعطيات أولية خاصة للخطاب قيد التحليل، أو الاستناد إلى

التحليل الكمي في حساب وحدات التحليل وتكميمها، وذلك حسب حجم الخطابات المحللة.

قائمة المراجع:

- أحمد العاقد. (2002). *تحليل الخطاب الصحافي: من اللغة إلى السلطة*. المغرب: دار الثقافة.
- محمد سمير حسين. (1983). *تحليل المضمون*، (الإصدار 1ط). القاهرة: عالم الكتب.
- رشدي طعيمة. (2008). *تحليل المحتوى في العلوم الانسانية: مفهومه- أسسه- استخداماته*. القاهرة: دار الفكر العربي.
- صفاء جبارة. (2012). *الخطاب الإعلامي بين النظرية والتطبيق*. الأردن: دار أوسامة للنشر والتوزيع.
- عبد الرحمن عزي. (1988). *مسألة البحث في منهجية بحث إعادة النظر في نمط لاسويل*. المجلة الجزائرية للاتصال. العدد2. جامعة الجزائر
- عبد الرحمن عزي. (2010). *علم الاجتماع الإعلامي: دعوة إلى الفهم*. تونس، بيروت: الدار المتوسطة للنشر.
- عبد العزيز بركات. (2011). *مناهج البحث الإعلامي* (الإصدار 1ط). القاهرة،: دار الكتب الحديث.
- عبد الكريم بن عيشة. (2018). *تحليل المحتوى الإعلامي: خطوات، نماذج، تطبيقات*. الأردن: دار أوسامة للنشر والتوزيع.
- فضيل دليو. (2019). *منهج تحليل الخطاب: تعدد مفهومي وإجرائي*. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والانسانية (AJHSS). العدد 35، جامعة الجزائر 3.
- محمد شومان. (2007). *تحليل الخطاب الإعلامي: أطر نظرية ونماذج تطبيقية* (الإصدار 1ط). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- محمد شومان. (2016). *البحوث الكيفية في الدراسات الإعلامية*. القاهرة: دار أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي.
- محمد عبد الحميد. (2008). *تحليل المحتوى في بحوث الإعلام*. بيروت: دار ومكتبة الهلال، جدة: دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة.
- موريس أنجرس. (2004). *منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات علمية* (الإصدار ب.ط). (صحراوي بوزيد وآخرون، المحرر) الجزائر: دار القصة للنشر.

-Berelson, B. (1952). *Content Analysis in communication research*. Glencoe Illinois: The Free Press.

- Bardin, L. (1997), *Analyse de contenu*, Paris, Presse Universitaire de France.

- Pauline, C. (1981). *L'analyse Aoutomatique du discours (AAD) de Michel Pêcheux* . (G. d. (GRIDEQ, Éd.) Université du Québec: centre documentation du GRIDEO.
- Coulomb-Gully, M. (2011). Propositions pour une méthode d'analyse du discours télévisuel». *Mots, Les langages du politique [En ligne]*.<http://journals.openedition.org/mots/9683> ; DOI : 10.4000/mots.9683
- Harris, Z. S. (1969). Analyse du discours. *In Langage*. (F. D. Charlier, Éd.).
- Jean-Claude Soulages .(2015) *L'analyse de discours : sa place dans les sciences du langage et de la communication*.France: Presses Universitaires de Rennes (PUR).
- Dominique, M. (1992). *les termes de l'analyse du discours* . Paris: Armand Colin.
- Dominique,M. (2012). Que cherchent les analystes du discours. *Argumentation et Analyse du Discours [En ligne]*.
- Dominique, M. (2016). *Analyser les textes de communication*.Paris: , I.COM, Armand Colin.
- Simone,B.Alice Krieg- P. (2014). l'analyse du discours. Dans S. Olivesi, *Sciences de l'information et de la communication* (éd..«Communication en +»). Presses universitaires de Grenoble [*En ligne*].<https://www.cairn.info/sciences-de-l-information-et-de-lacommunication---page-223.htm>
- Simone,B.Malika T. Eds.(2007). *Analyse du discours et sciences humaines et sociales*. Paris1: OPHRYS.

الملاحق:

الملحق رقم 1: نموذج شبكة تحليل للخطاب الإعلامي (ADM): إعداد شخصي			
السياق الداخلي للنص (le cotexte)			
يمكن تسمية هذا السياق بالسياق اللغوي (le contexte elinguis tique)	السياق الداخلي للنص: المتواليات الفعلية الموجودة قبل وبعد الوحدة المحللة (تفسيرًا وتأيلاً) يختلف مفهوم الوحدة هنا باختلاف المقاربات (ملفوظ، جملة، نصًا، خطابًا)	الموقع: موضع المقال (أعلى، أسفل) صفحة المقال (أول، وسط، أخير)، ركن المقال، المساحة: مساحة المقال (طويل، قصير) حجم كتابة المقال: (نوع الخط، حجمه) مرافقات المقال: صورة شخصية، كاريكاتير، رسومات توضيحية) المقالات أو الإشهارات الموجودة في نفس الصفحة، علاقتها مع المقال قيد الدراسة.	المستوى الشكلي والتصميمي للخطاب (la mise en page)

النص المرافق/المصاحب (le paratexte)		
المؤلف	كاتب المقال، نوع المقال (خبر، تقرير تعليق، مقال تحليلي، مقابلة، حوار،...الخ)، إمضاء المقال.	
التاريخ	تاريخ المقال (اليوم، الشهر، السنة)	
العنوان	بنط العنوان، خصوصية العنوان (احتوائه على، أسماء، أفعال، جمل مبنية للمعلوم أو المجهول...)، موضوع العنوان، شكل العنوان، عناصر بلاغية (صور بيانية، محسنات بديعية)، عناوين فرعية،... الخ	
السياق (le contexte)		
المحيط الفيزيائي/المادي	السياق الموقفي/سياق الوضعية (le contexte) (situationnels)	ي) l'environnement (physique)
الإطار الزمكاني (le cadre Spacieu temporel)	يمثل السياق عموماً شروط وظروف إنتاج الخطاب	متى وأين أنتج المقال
الإطار الاجتماعي والتاريخي والثقافي والحضاري	المعارف السابقة، النظام الاجتماعي، الإعلامي، السياسي، الأيديولوجيات، الذاكرة التاريخية...الخ.	
تحليل نص الخطاب (le texte)		
المحتوى	<p>- الأسئلة: من، ماذا، لماذا، متى، وأين؟ - المعلومات المعطاة لتوضيح السياق التاريخي، الثقافي، الاجتماعي، الحضاري،... الخ. - مقارنة المقالات لنفس الحدث وبنفس المعلومات - طريقة تقديم المعلومة ونظامها - مصادر المعلومات - القيم الإخبارية - تحليل محتوى</p>	<p>تحليل الحقول المعجمية: تحليل الأطروحات: (الأفكار الرئيسية، الأفكار الفرعية، أو الموضوعات الرئيسية، المواضيع الفرعية) - تحليل الحقول الدلالية: تحليل المعاني: (الكامنة، الصريحة، المستترة). تحليل العلاقات: الإيجابية بالشركات، والسلبية بالتناقض، والمتساوية بالمعدلات، شبكة الأفعال). تحليل المواصفات وخصائص المفهوم. - تحليل الحقول المرجعية: المنطلقات الفكرية والاحالات المرجعية (تاريخية، ثقافية، سياسية، دينية، فلسفية،...الخ). - التحليل التركيبي: يتعلق أساساً بال نحو والصرف والتركيب - التحليل الأسلوبي: الأساليب اللغوية: الترادف، التراكم، التكرار،</p>

	<p>التضاد، الحذف، العطف،...الخ. - التحليل البلاغي: الأساليب البلاغية: الفصاحة، الصورة البيانية، والمحسنات البديعية،...الخ. مسار البرهنة: العناصر الحجاجية والإقناعية (العقلية أساساً) - تحليل القوى الفاعلة (الفاعلين في المحتوى: أشخاص طبيعيين، أو معنويين في شكل أحزاب، مؤسسات، هيئات، منظمات،...الخ. خيالية أو واقعية</p>	<p>الخطاب: (معجمياً، تركيبياً، دلاليًا، مرجعياً، لغوياً). - الاستراتيجيات الخطابية للتأثير (عقلية، عاطفية، أخلاقية) - المهارات الخطابية للتأثير (تواصلية، لغوية، خطابية، موسوعية، نوعية).</p>	
	<p>يمكن للبنى أن تأخذ عدة تصنيفات بناءً على مفاهيم مختلفة بالنسبة لنظريات تحليل الخطاب: بالمعنى المحادثي (بنيات عليا، بنيات عامة)، بمعنى الذي قدمه V.Dijk (بنيات كلية، جزئية)...الخ.</p>	<p>القولب الفنية الصحفية أو التلفزيونية أو الإذاعية (قلب معتدل، مقلوب، متسلسل، هرمي،...الخ)، بحيث لا يخرج عن إطار العناصر الثلاثة: المقدمة، عرض، خاتمة. بنية الخطاب الأشهراري مثلاً: الأطروحة، نقض الأطروحة، أو سبب (عرض حاجة)، نتيجة (تقديم بديل).</p>	<p>بنية المحتوى</p>
<p>الصورة الثابتة (الخطاب الصحفي): اللون، الخلفية، الرسومات، الأشكال، الإطارات،...الخ) الصورة المتحركة (الخطاب التلفزيوني): اللون، الضوء، والحركة، الإشارات، الأشكال،</p>	<p>يمكن هنا تحليل الصورة المرفقة في أبعادها وعلاقتها بالنص (علاقة تكاملية، علاقة توازي، علاقة تضاد)، وذلك من خلال: - مكوناتها وعناصرها الإيقونية - نظام الصورة إعلامياً: طريقة تقديمها، فترة بثها أو مساحة نشرها، تكرارها، موقعها، خطتها وضعها (لقطة عامة، متوسطة، واسعة أو مجموعة، لقطة أمريكية، لقطة حجم، لقطة مقرّبة)،...الخ. - دلالها ووظائفها السيميولوجية (التعبينية والإيحائية)</p>	<p>تحليل الصورة</p>	

الخلفية، الديكورات...الخ.		
	الأسئلة: بأي وسيلة، ولمن - طبيعة الوسيلة الإعلامية (الخط الافتتاحي، الاتجاه السياسي، التيار الايديولوجي، طبيعة البرامج (إخبارية، حوارية، موضوعاتية،... الخ، نوع الوسيلة (خاصة، عامة)، البرمجة (توقيت وحجم، النشر أو البث أو الإذاع) - طبيعة الجمهور: خصائصه، مواصفاته، اهتماماته، حاجياته،... الخ	أدوات تحليلية أخرى مساعدة

الملحق رقم 2: نموذج D.Maingueneau في استخدامه لأدوات
تحليل الخطاب (Maingueneau, Analyser les textes de
communication, 2016): (إعداد شخصي):

تفئية وتصنيف الخطاب: (la typologie de discours)			
التصنيف اللساني والخطابي		التصنيف الاتصالي للخطاب	
خطابية (تجتمع فيه كل التصنيفات)	تلفظية	بواسطة وظائف اجتماعية	بواسطة وظائف اللغة
تصنيفات أخرى			
مؤسسية	مكانة الشركاء في الاتصال	الإيديولوجيا	
تصنيفات على مستوى وحدات التحليل			
الفئات غير الموضوعاتية		الفئات الموضوعاتية	
السجلات اللغوية	وحدات عرضية	نوع الخطاب	الوحدات الشاملة
السجلات التواصلية		مكان الخطاب مجال الخطاب	
وحدات ذاتية (أساسها موضوعاتي)	وحدات مبنية	أجناس الخطاب المواضع	الوحدات المشمولة
معايير وشروط تشكّل مفهوم الخطاب		معايير وشروط تشكّل نوع الخطاب	
ما بعد الجمل		غرض معترف به (تعديل الوضعية الأولية)	

المكوّن التلفّظي	مكانة الشركاء الشرعيين (حقوقهم، واجباتهم، معارفهم)
السيقنة	الإطار الزمني (الفترة، المدة، الاستمرارية، مدة الصلاحية)
البعد التفاعلي (المحادثة)	دعامة/سند مادي
	التنظيم النصي
قوانين الخطاب	
مبادئها الأخرى (قوانين)	مفهومها
قانون الملائمة (ملائمة التلفّظ إلى حدّ أقصى مع السياق الذي يحدث فيه)	مجموعة معايير المحدّدة للاتصال اللفظي المتبادل بين طرفي الحديث
قانون الصدق	مبادئها الأساسية (مبدأ التعاون)
قانون المعلوماتية (توفير معلومات جديدة، وتقييمها وفق الوضعية)	تعاون الشركاء في التبادل اللفظي (الاتصال اللفظي)، حيث يسمح بنقل المحتوى الضمني.
قانون الاكتمال (وفرة المعلومات دون إفراطها مع مراعاة الوضعية)	أبعاده
	وجود معايير اتفاق مقبولة بين الشركاء في تنظيم الاتصال الاعتراف المتبادل (علاقة بالمكانة، الأدوار)

للإحالة على هذا المقال:

- عبد الكريم بن عيشة، (2023)، « الإشكاليات المنهجية في بحوث الرسالة الاتصالية: بين توظيف تحليل المحتوى وتحليل الخطاب». المواقف، المجلد: 19، العدد: 01، جوان 2023، ص.ص 13- 41.