

معايير جودة العينات في بحوث تحليل المحتوى الامبريقي
دراسة للأساليب والإشكاليات

NORMES DE QUALITE D'ECHANTILLON DANS LES RECHERCHES D'ANALYSE DE
CONTENU

Étude des méthodes et des problèmes

د. محمود عياد

جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، aiad.mahmoud@univ-biskra.dz

الملخص: يتناول البحث الأسس المنهجية والعلمية لاختيار العينات في بحوث تحليل المحتوى الامبريقي المعتمد كأداة بحث ضمن منهج المسح الاعلامي في علوم الاعلام والاتصال. نحاول من خلالها تناول أهم المعايير التي تؤدي إلى جودة إجراءات التحليل الظاهري والاستدلالي لمحتويات وسائل الاعلام، من أجل تحقيق صدق النتائج التي يتم التوصل إليها وضمان صحتها. خاصة إذا علمنا أن تحليل المضمون يدرس قصد القائم بالاتصال عن طريق ملاحظة سلوكه بعد وقوعه من الناحية الزمنية، وهو يعتمد على تكميم المعاني والرسائل الاتصالية لقياسها والاعتماد على تلك القياسات في بناء الخطط الاتصالية المستقبلية.

وتعود الدراسة بالاستقراء إلى أهم المراجع المعتمدة في ضبط الإجراءات المنهجية لتحليل المضمون في علوم الاعلام والاتصال، وكذا التجارب الميدانية للباحثين في هذا المجال، مع تناول أهم الاشكاليات التي يمكن أن تواجه الباحث عند بلوغ مرحلة تحديد مجتمع البحث والعينة، باعتبارها مرحلة تختلف في عملية الضبط عن بقية المناهج والأدوات المعتمدة في مساءلة الظواهر الإعلامية والاتصالية، خاصة تلك المتعلقة بدراسة جمهور وسائل الاعلام، أو المسوح الاجتماعية ومسوح الرأي العام التي يمكن تحديد مجتمعات البحث فيها زمنيا ومكانيا.

الكلمات المفتاحية: تحليل المضمون-مجتمع البحث-عينة الدراسة-المسح الاعلامي-منهجية البحث

Résumé : La recherche porte sur les fondements méthodologiques et scientifiques d'échantillonnage de l'analyse de contenu empirique adoptée comme outil de recherche dans la méthode d'enquête liés au contenu médiatique en sciences d'information et de la communication. À travers elle, nous essayons d'aborder les critères les plus importants qui assurent la qualité des procédures d'analyse quantitative et qualitative du contenu des médias, afin d'atteindre la validité des résultats et assurer qu'ils sont corrects. Sachant que l'analyse de contenu examine l'intention de chargé de communication par l'observation de son comportement après son apparition en termes de temps. Il est basé sur la quantification des significations et des messages de communication pour les mesurer et s'appuie sur ces mesures pour construire les futurs plans de communication.

L'étude revient par extrapolation aux références approuvées les plus importantes dans la maîtrise des procédures méthodologiques d'analyse de contenu dans les sciences d'information et de la communication. Ainsi que les expériences de terrain des chercheurs dans ce domaine, tout en abordant les problèmes les plus importants auxquels le chercheur peut être confronté lorsqu'il atteint le stade de la définition de la communauté de recherche et de l'échantillon, En tant qu'étape qui diffère dans le processus de contrôle du reste des méthodes et outils adoptés dans l'étude des phénomènes médiatiques. **Mots clés :** analyse de contenu-corpus-échantillon-méthodologie.

1. المقدمة:

أتاحت الإجراءات المنهجية المستخدمة في تقنية تحليل المضمون الامبريقي، للباحثين في ميدان علوم الإعلام والاتصال، الخوض في المشكلات المرتبطة بتلقي المحتوى الإعلامي، من حيث طبيعة إنتاجه وكذا البحث في المقاصد غير المصرح بها من طرف القائمين بالاتصال. فهو يمثل مقارنة بالبحوث الميدانية ملاحظة علمية بعدية للسلوك الاتصالي عبر وسائل الإعلام.

ويمثل تحليل المحتوى كأداة بحث وأسلوب مهجي معتمد في علوم الاعلام والاتصال منذ عشرينيات القرن الماضي، وسيلة مهمة لاستكشاف طبيعة الرسائل الإعلامية وأهدافها الظاهرة وغير الظاهرة للمتلقي، من خلال مسالة الكيفية التي تأتي عليها المادة الإعلامية من حيث حجمها ولغتها ومختلف العناصر الشكلية البارزة فيها باعتبارها ذات دلالة. كما أنه يعتمد على قواعد منهجية صارمة لجزأة وتفقيئ المحتوى الاتصالي وضبطه بحيث يكون قابلا للتكميم والقياس.

بالرغم من كون التطبيقات الأولى والأكثر شيوعا كانت على محتوى الصحافة المكتوبة بالنظر إلى عدد الدراسات والبحوث التي أجريت في هذا المجال، إلا أن وسائل الاعلام المسموعة والمرئية كانت فضاء خصبا أيضا لهذه الأداة، كما أن الطفرة التكنولوجية التي شهدتها الممارسة الإعلامية والاتصالية بكل ما تحويه من عمليات، لعل أهمها صناعة المحتوى، شكلت بيئة جديدة للدارسين والعاملين في الحقل الإعلامي الاتصالي، حيث أعطت نمطا جديدا التواصل والتفاعل والتوظيف. فالمحتوى الرقمي بكافة أشكاله وتطبيقاته (الصور، النصوص، الفيديو، الرسوم المتحركة، الصوت...الخ) غيّر الكثير من المفاهيم المرتبطة بأركان العملية الاتصالية وعناصرها، كما غيّر طرق وأساليب إنتاج المحتوى ومعالجته على المستويين المهني والأكاديمي.

إلا أن المستخدم لهذه الأداة عادة ما تواجهه بعض المشكلات المنهجية والاجرائية التي تجعل الطريق إلى الكشف عن الرسائل التي تتضمنها المادة محل التحليل محفوقا بالصعاب والعوائق والمزالق. فالكثير من الباحثين يجد صعوبة في ضبط الإشكاليات الدقيقة التي تحتويها الظواهر الإعلامية المرتبطة بالمحتوى، والابعاد المتعلقة بالمفاهيم التي تشكل العلاقات داخلها، فضلا عن عدم كفاية العناصر النظرية والعوامل المعرفية الذاتية والموضوعية لضبط الفئات والتعريفات الإجرائية لها بحيث تكون قابلة للقياس والعد.

ويعتبر تحديد عينة الدراسة وضبطها من أهم المراحل المنهجية الواجب على الباحث في تحليل المحتوى الاهتمام بها ودراستها بشكل جيد لتحقيق الجودة اللازمة في دراسته، كما أنها تمثل من وجهة نظرنا أهم العقبات والمشكلات التي يمكن أن يواجهها المشتغلون على هذا المجال، باعتبار الطبيعة التركيبية لها، والتي تستمد منها من طبيعة المادة الإعلامية في حد ذاتها من جهة، ومن نظام العينات المعقد نوعا ما من جهة أخرى.

وسنحاول في هذه الدراسة توضيح وضبط الطرق الصحيحة لتحديد العينات بمختلف أنواعها في بحوث تحليل المحتوى، وكذا إرشاد المهتمين بالرسائل الاتصالية إلى أفضل الطرق لتحقيق عملية معاينة تتناسب مع طبيعة الإشكاليات التي تعالجها أبحاثهم إضافة إلى التطرق إلى أهم الإشكاليات التي يمكن أن تواجهنا خلال هذه المرحلة المهمة من البحث المنهجي، خاصة حين يتعلق الأمر بمجتمعات يصعب ضبط معالمها الزمنية والعديدية مثلما هو الأمر بالنسبة للمحتويات الرقمية.

معايير جودة العينات في بحوث تحليل المحتوى الامبريقي-دراسة للأساليب والإشكاليات

ونطرح في هذا الصدد التساؤل الرئيسي التالي: ماهي معايير جودة عينات تحليل المحتوى في بحوث علوم الاعلام والاتصال؟

وتنقسم الإجابة عن هذا التساؤل إلى العناصر التالية:

- ما هي أهم العينات المعتمدة في تحليل المحتوى الامبريقي في علوم الاعلام والاتصال؟
- كيف يمكن تحديد حجم العينة في بحوث تحليل المحتوى؟
- ما هي أهم الإجراءات المنهجية التي يجب اتباعها لتحقيق عملية معاينة معيارية في تحليل المحتوى؟
- ما طبيعة الإشكاليات التي يمكن أن يواجهها الباحث أثناء تحديد العينات في تحليل المحتوى؟

2. منهجية الدراسة:

نعتمد في هذه الدراسة على استقراء أدبيات تحليل المضمون التي تعالج طرق وقواعد وضع العينات، الخاصة منها التي اتجهت نحو التأصيل للإجراءات المنهجية لهذا الأسلوب البحثي، أو العامة التي تتناول مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال. كما نحاول أيضا استقراء التجارب العلمية السابقة والدراسات التي استخدم الباحثون فيها تحليل المضمون كأداة أو كمنهج للتحليل، والتجارب التي مروا عليها في تحديد وضبط العينات.

يقوم المنهج الاستقرائي مثلما عبر عنه الدكتور عمار بوحوش في كتابه مناهج البحث العلمين على الاستنتاج العلمي الذي يستند إلى الملاحظة، وهو يتم من خلال الانطلاق من الجزئيات إلى الكلّيات (بوحوش والذنيبات، 2007ص:145). فالاستقراء يتضمن ملاحظة الباحث للجزئيات أو الفرعيات في موضوع الاهتمام ومحاولة اشتقاق بعض القوانين أو الأطر النظرية بطرق تحليلية (عبيدات، أبو نصار، ومبيضين، 1999، ص: 48)

لذلك فإننا سنحاول تحديد الأطر النظرية والقواعد التطبيقية للعينات التي تساعد على ضمان الجودة في بحوث تحليل المحتوى، من أجل مساعدة الباحثين في هذا المجال على تحديد الوضعيات التي تتناسب مع طبيعة مجتمعات بحثهم، باعتبار هذه الأخيرة تنقسم إلى مجتمعات بشرية (جمهور، مستخدمين، أفراد مجتمع، أسر، جماعات...الخ) وغير بشرية (وثائق، مقالات، صور، مشاهد تلفزيونية، مقاطع صوتية، خطابات...الخ).

وتهدف هذه الدراسة إلى تكوين تصورات واضحة بشأن الكيفية التي يجب على الباحث اتباعها لضبط مفردات العينة التي سيطبق عليها تحليل المحتوى، نظرا لأهميتها في الحصول على العناصر الاتصالية التي تتضمنها إشكاليته وتحقيق النتائج المرغوبة. إضافة إلى المشكلات المنهجية التي قد تعترض الباحث عند الخوض في تحليل مضمون الرسائل الاتصالية عموما، وعند بلوغ مرحلة تحديد مجتمع البحث والعينة، خاصة تلك المرتبطة بالإنتاج السمعي بصري وبمحتويات الفضاءات الرقمي الافتراضية، أو حتى تلك المحتويات التي تعتمد على الرقمية عبر وسائل الاعلام التقليدية وعلى رأسها التلفزيون، حيث تعتمد البرامج التي يتم انتاجها عبر هذا الأخير على عدد من الوسائل والتقنيات الرقمية التي تضفي جمالية على عملية التلقي، لكنها تعقد المشهد المنهجي بالنسبة للباحث.

3. مدخل مفاهيمي لتحليل المضمون الامبريقي:

يعتبر تحليل المضمون من أحد أهم تقنيات البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية عموما. فهو لا ينظر إلى المعلومات على انها حوادث مادية، بل على أنها نصوص وصور وعبارات، تم انتاجها لتكون مرئية ومقروءة وفاعلة في معانها المتعددة، ويمكن تحليلها عن طريق العمليات العقلية المتعددة (Krippendorf, 2013).

لذلك فقد احتلت هذه الأداة مكانة مهمة في الدراسات الاعلامية، نظرا إلى أن هذه الأخيرة تعالج الرموز اللغوية وغير اللغوية التي تحمل رسائل إنسانية متنوعة، قد تختلف مفاهيمها بين المرسل والمستقبل، كما قد تتزايد قوتها أو

معايير جودة العينات في بحوث تحليل المحتوى الامبريقي-دراسة للأساليب والإشكاليات

تتناقص باختلاف الحامل أو الوسيلة. مما جعل من الضرورة بمكان ايجاد أدوات علمية لاستخراج الدلالات المختلفة لما ينتجه القائم بالاتصال.

فتحليل المحتوى تقنية غير مباشرة للتقصي العلمي تطبق على المواد المكتوبة، المسموعة او المرئية والتي تصدر عن الافراد او الجماعات حيث يكون المحتوى غير رقمي ويسمح بالقيام بسحب كمي او كيفي بهدف التفسير والفهم والمقارنة (أنجرس، صحراوي، وآخرون، 2006، ص:218)

1.3 تعريف تحليل المضمون:

يعرف هولستي *Holsti* تحليل المضمون بأنه "أي تقنية تمكن من الكشف عن الصفات الكامنة وراء الرسائل بطرق علمية منظمة وهادفة (Krippendorf، 2013، p:240).

ويميز الدكتور محمد عبد الحميد بين اتجاهين أساسيين في تعريف تحليل المحتوى، هما الاتجاه الوصفي الذي عاصر نشأة تحليل المضمون من خلال الأبحاث التي أجراها هارولد لازويل *H. Lasswill* وكابلان *I. Kaplan* و جانيس *I. Hanis* و كارتريت *D. P. Cartwright*، ويركز أصحاب هذا الاتجاه على الوصف الظاهر للمحتوى مثلما جاء في تعريف برلسون *B. Berelson* باعتباره تحليل المحتوى أسلوباً للبحث يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي المنظم للمحتوى الظاهر للاتصال. أما الاتجاه الاستدلالي فيتجاوز حدود وصف المحتوى الظاهر إلى الكشف عن المعاني الكامنة، وفراءة ما بين السطور، والاستدلال عن الأبعاد المختلفة لعملية الاتصال. ويدعم هذا الاتجاه منذ نهاية الستينيات هولستي *O. R. Holsti* و كارني *F. Carney* وستون *Ph. J. Stone* و باد *R. Budd* حيث يرون أن التحليل يساعد في الإجابة على الأسئلة المتعددة المرتبطة بعملية الاتصال وتأثيراتها (عبد الحميد، 1997، ص:129-130)

وهناك تعريفات عدة لتحليل المحتوى؛ حيث يعرفه واليز وواينير *Walizer and Wienir* على أنه عملية منظمة لدراسة محتوى المعلومات المسجلة؛ أما كريبيندورف *Krippendorf* فيعرفها على أنها تقنية بحث تستهدف وضع بيانات المصادر الصحيحة والقابلة للتكرار في سياقاتها. أما كرلينجر *Kerlinger* يعرفه بأنه طريقة لدراسة وتحليل المحتوى الاتصالي بطريقة منظمة، موضوعية وكمية بهدف قياس متغيراته (Wimmer & Dominick, 2014, p:159) وهذا التمايز والاختلاف في تعريف تحليل المضمون هو نتيجة طبيعية لحركية البحث في المخرجات الاتصالية للإنتاج الإعلامي الغزير في منتصف القرن العشرين، نتيجة لتسارع الأحداث بنهاية الحرب العالمية الثانية ووضع النظام العالمي الجديد لقواعده السياسية والاقتصادية، إضافة إلى التطور التكنولوجي الذي طرأ على وسائل الاتصال الجماهيري باختراع التلفزيون والتلفزيون الملون، الأمر الذي جعل الدلالات والرموز تتزاحم على الرسائل الاتصالية خاصة في ظل الحرب الباردة. لذلك لم يعد مجدياً الإبقاء على النموذج التقليدي في تفكيك وتجزئة المحتوى.

كما "تختلف تعريفات تحليل المحتوى تبعاً للزاوية التي ينطلق منها واضعو التعريفات، حيث يتسع ليشمل الخطوات الاجرائية، ويضيق عند البعض الآخر ليقصر تعريفه على أداة من أدوات البحث...وحتى إن تمادينا في عرض التعريفات الخاصة بتحليل المحتوى، فإننا من هذه الزاوية لا نجد اختلافات كبيرة في أهدافه وطرقه" (تمار، 2017، ص:124-125). فتقنية "تحليل المضمون تساعدنا على تقفي أثر أفكار وموضوعات المحتوى الاعلامي، وتكميم وتقييم ما ينتجه القائمون بالاتصال" (Leray, 2008, p: 05)

من خلال ما سبق، يظهر جلياً بأن تقنية تحليل المضمون تطبق أساساً على ما ينتجه القائمون على وسائل الاعلام، في إطار ممارسات اجتماعية معينة، بهدف تفكيك الرسائل التي يوجهونها إلى المستقبل باعتباره فاعلاً اجتماعياً. ولذلك نجد أن تحليل المضمون لم يظهر ضمن الدراسات الإعلامية، بل ضمن العلوم والدراسات السياسية، لكنه

معايير جودة العينات في بحوث تحليل المحتوى الامبريقي-دراسة للأساليب والإشكاليات

تطور في كنفها انطلاقاً من كونها تجسد وتفسر العلاقات الإنسانية، ونظراً للاستمرارية والشمولية التي تميز الظاهرة الاتصالية عموماً.

2.3 لمحة تاريخية لظهور وتطور تحليل المضمون:

لقد كان تحليل المضمون من بين أقدم التقنيات التي استخدمت في تحليل النصوص، سواء في علوم الدين، أو علم النفس أو علم الاجتماع، أو السياسة، وهذا باعتبارها لفظاً وملفوظاً تعبر عن سياقات محددة. أو بعبارة أخرى باعتبارها تعالج وتبحث في رسائل بغض النظر عن حواملها والاختلاف بينها شكلاً ومضموناً أو استخداماً. وقام تحليل المضمون على تأويل وتفسير هذه النصوص (الرسائل)، واستخراج المعاني الكامنة وراءها، كظاهرة تجلت في التراث الإسلامي في العلاقات الجدلية بين النص والعقل، وظهور علم التأويل والتفسير للنصوص الدينية كعلوم آلة لفهم النص. سواء تعلق الأمر بالنص القرآني ودلالاته المختلفة عبر الزمان والمكان، أو الأحاديث النبوية باعتبارها مفسرة وشارحة للنص القرآني، مثل العلاقة بين مشروعية الصلاة وصفتها، أو الزكاة ومقدارها. وكذا التأويل من خلال محاوره يوسف لأبيه في رؤياه ثم تأويله لرؤيا عزيز مصر، أو محاورته لجلسائه في السجن حول الرؤيا التي رآها. أو العمليات العقلية التي أجريت على النص والتي قام عليها علم الكلام. وكل هذا يحتاج لقراءة وتحليل الرسائل الاتصالية من خلال البيانات الفعلية التي توفرها.

كما ارتبط تحليل المضمون بالنصوص الدينية في الغرب في القرنين السابع عشر والثامن عشر بتحليل 90 مقطوعة دينية في السويد لمعرفة توجهات الكنيسة وتأثيرات هذه المقاطع على أتباع مارتن لوتر (Krippendorf, 2013, p:11). وكان ذلك بالموازات مع تحول العلوم إلى الحسابات المنطقية والتحليل الامبريقي على حساب القيم الثقافية. حيث لجأت العديد من العلوم الإنسانية والاجتماعية إلى توظيف تحليل المضمون في معالجة الظواهر الثقافية والاجتماعية، واستخدمت في النقد الأدبي في النقد الأدبي لبعض الآليات مثل نوع الإيقاع ونسبة الصفات مقارنة بالأفعال في نص ما، قصد تحديد ميزات الأساليب الأدبية في الكتابة على سبيل المثال (عزي و بومعيزة، 2010، ص:436).

وقد تجلّى ذلك بشكل واضح من خلال محاولة استخدام تحليل المضمون لفصل علم النفس عن الدين والفلسفة في نهاية القرن التاسع عشر، في ظل هيمنة فكر برغسون الذي يغلب الحدس على العقل عن طريق تحليل بعض النصوص حول الهجرة كميماً. ثم قام كل من الباحث توماس وزنانيسكي Thomas & Znaniecki في بداية القرن العشرين بالتحليل الكمي للوثائق الخاصة بالمهاجرين البولنديين في أمريكا والاطلاع على أوضاعهم من أجل ادماجهم في المجتمع الأمريكي، وقد أطلقا على كتابهما اسم الفلاح البولوني (بن مرسل، 2010، ص:252).

وقد كان لظهور الصحافة المكتوبة وانتشارها في مختلف اقطار العالم، واستخدامها من أجل خدمة اغراض ثقافية واجتماعية وسياسية، ثم مواكبتها للحركات الاستعمارية في القرنين التاسع عشر والعشرين، والتي قابلتها حركات تحررية، ثم اختراع الراديو والتلفزيون، دور كبير في جعل تحليل المضمون يأخذ منحاً جديداً من خلال ارتباطه بعلم جديد سمي علوم الاعلام والاتصال، وهو العلم الذي استفاد من علم النفس وعلم الاجتماع والرياضيات وعلوم أخرى جعلته يأخذ طابعاً خاصاً في تناول الظواهر التي ترتبط بالبيئة الاتصالية بشكل عام.

ولعل الميزة الأساسية التي تتمتع بها علوم الاعلام والاتصال، هي مرونة مناهجها وقدرتها على التأقلم مع كافة الوضعيات البحثية التي تكتنف الظواهر الاعلامية والاتصالية، بحيث يمكن أن يتخذ البحث في هذا المجال عدة أشكال وتناسب مع المستويات البحث الاستكشافية أو الوصفية أو التجريبية، إضافة إلى امتلاكه قاعدة أداتية ثرية تمكنه من مساءلة جميع عناصر العملية الاتصالية.

معايير جودة العينات في بحوث تحليل المحتوى الامبريقي-دراسة للأساليب والإشكاليات

وتذكر إحدى المجالات الأجنبية في دراسة منشورة بها، أن عدد المجالات التي يشملها التكامل المعرفي في علوم الاعلام والاتصال تصل إلى خمس وعشرين (25) مجالاً بحثياً، من بينها: الأنثروبولوجيا، العلوم السلوكية، بحوث التربية والتعليم، الدراسات النقدية، الاتصال الجماهيري، القانون والعلوم السياسية (بدر، 2008، ص: 54). حيث كان لهذه الأخيرة الدور الكبير في تطوير بحوث تحليل المحتوى وتقنياته من خلال الجهود التي بذلها هارولد لازويل Harold Lasswell لاكتشاف أساليب الدعاية النازية في الصحافة الأمريكية.

تميز الاتجاه الذي أخذته بحوث الصحافة بالنزعة الكمية التي تعتمد إلى تجزئة وتكميم المحتويات التي ينتجها القائم بالاتصال لجعلها قابلة للقياس. وقد كان هذا الميل الجارف إلى التحليل الكمي تماشياً مع فلسفة العلم التي كانت سائدة، والقائمة على المناهج الامبريقية بشكل أساسي، لذلك فقد حاول هذا التوجه الاقتراب من التحليل الموضوعي القائم على العد ممثلاً في فئات الشكل والمضمون، على حساب البحث في ما وراء هذه الفئات من دلالة بمفهوم القائم بالاتصال.

لذلك فقد حاول كل من *اوسقود Osgood* و*بول دسولا De Sola pool* اضعاف الطابع الكيفي على الدراسات التي تهتم بتحليل المضامين الاعلامية، بإعطاء الجانب التمثيلي *représental* حقه إلى بالإضافة الجانب الاداتي *instrumental*، عن طريق ادراج وحدة السياق، بحيث أصبح هناك مستويين من التحليل: المستوى الكمي الذي يعتمد على وحدات العد والتسجيل، والتحليل الكيفي الذي يعتمد على وحدة السياق (بن مرسلي، 2010، ص: 257-258).

لكن رغم هذه المحاولات فقد بقي الاسلوب الكمي طاغياً على تحليل المضمون، حيث انه يعتمد على القراءة الاستنتاجية لما يتم الحصول عليه من معلومات احصائية، فالتحليل الكيفي يرتكز اساساً على ظهور او اختفاء بيانات كمية. اضافة الى ان الاسلوب الكيفي في تحليل المضمون بقي مرتبطاً بالأحكام والانطباعات التي يراها الباحث معتمداً على خلفياته الثقافية والاجتماعية.

لكن الاتجاه النقدي لتحليل الكمي الذي قاده مجموعة من الباحثين على رأسهم *اوسقود وكرييندروف وهولستي*، فتح الباب نحو المفهوم الأوسع لتحليل المضمون، وهو التحليل الاستدلالي، مقابل التحليل الظاهري للمضامين الاعلامية. وقد كان للمؤتمرات التي اقيمت في هذا المجال وعلى رأسها مؤتمر بنسلفانيا ومؤتمر السويد الأول والمؤتمر الاسكندنافي الاثر البالغ في هذا التوجه (جبارة، 2012، ص: 242).

3.3 دور الخطوات الاجرائية لتحليل المضمون في تفكيك الرسائل الإعلامية:

ارتبط استخدام تحليل المضمون في الدراسات الاعلامية بسياقات سياسية واجتماعية، ادت إلى الاهتمام به والسعي إلى تطوير أساليبه بعد انتشار الصحافة المكتوبة وتوظيفها لأغراض مختلفة، خاصة تلك المتعلقة بالحركات التحررية والاستعمارية، وكذا الثقافية... وتزايد الاهتمام به بعد الحرب العالمية من طرف الباحثين في العلوم السياسية منذ الحرب العالمية الأولى.

فقد حاول هارولد لازويل منذ سنة 1915 تحليل مواضيع الدعاية في الدوريات، وكل ذلك بكتاب تقنيات الدعاية في الحرب. وتوصل بعد محاولات عديدة إلى أسلوب تحليلي كمي للمواد الاعلامية سنة 1930 في مدرسة الصحافة بالولايات المتحدة الأمريكية وهذا من أجل تحقيق الصرامة العلمية في دراسة الظواهر والمواضيع التي تقدم عبر وسائل الاعلام. لكن لازويل ومن خلال هذه المحاولات التي قام بها رفقت تلامذته في الجامعات الأمريكية، توصل إلى قناعة مفادها انه لا يمكن الاكتفاء بمجرد البيانات الكمية التي تتضمنها الرسائل الاعلامية كميًا، وإنما يجب التفكير بجدية في ايجاد اسلوب تحليلي كيفي (بن مرسلي، 2010، ص: 254-255) يستنطق من خلاله الباحث الأبعاد

معايير جودة العينات في بحوث تحليل المحتوى الامبريقي-دراسة للأساليب والإشكاليات

والدلالات الكيفية الكامنة وراء النصوص الاعلامية، وهذا ما عمل عليه لاحقا عدد من الباحثين من بينهم برلسون، واسقود Osgood وبول دي زولا De Sola pool وكريبندروف Krippendorf وغيرهم.

ومن هنا فإن الجوانب الاجرائية والخطوات المنهجية لتحليل المضمون سواء الكمية منها أو الكيفية تلعب كلها مجتمعة أدوارا مهمة لفهم واستخراج مقاصد وارادة القائم بالاتصال الواحدة أو المتعددة التي ضمنها نصه. فخطوات تحليل المضمون في جزئياته كونها تخضع الرسالة وليس المرسل أو المستقبل للتحليل والدراسة، تستند الى تدقيقات وصرامة علمية يكون عدم احترامها أو التهاون في تطبيقها بمثابة الخروج عن السياق والانزلاق بالنص الى دلالات لم يقصدها القائم بالاتصال وبالتالي ضياع الجهد والدراسة معا.

4. جودة عينات تحليل المحتوى في بحوث علوم الاعلام والاتصال:

يتخذ اعتماد العينات في كل البحوث العلمية مسارات منهجية مضبوطة من أجل الوصول بالبحث إلى مستويات الجودة المطلوبة، بالنظر إلى كون العينة تمثل الحقل الفعلي لإنجاز العمل الميداني، والقيام بالتطبيقات والقياسات التي تجيبنا عن التساؤلات المطروحة بخصوص الظاهرة محل الدراسة. لذلك فإن أي خطأ في تحديد عينة البحث قد يؤدي إلى فساد كل ما تم بناؤه وعدم صلاحية النتائج المتوصل إليها من حيث التعميم أو التفسير أو الفهم أو الاستشراف.

ويعتبر المسح الاعلامي من المناهج التي تقبل معظم أنواع العينات المعتمدة في البحوث الاعلامية والاتصالية. إلا أنها تختلف من حيث كونها تتعامل مع مجتمعات أشياء لا مع مجتمعات أشخاص، كما أنها تطبق على عدة مراحل تفضي كل منها إلى الأخرى. إضافة إلى أن طريقة المعاينة تستلزم مبررات قوية للوصول إلى أفضل المفردات وأكثرها ملاءمة لموضوع الدراسة من حيث اشتمالها على الظاهرة التي نكون بصدد معالجة الاشكاليات التي تكتنفها.

1.4 أنواع العينات المستخدمة في بحوث تحليل المحتوى:

يمكن للباحث في تحليل المحتوى استخدام معظم العينات المعروفة في بحوث علوم الاعلام والاتصال، حيث يقع الاختلاف في العينات التي لا تصلح إلا على مجتمعات الأشخاص بكونهم مشاركين في بنائها مثل عينة كرة الثلج وعينة الصدفة.

تعرف العينة بأنها طريقة من طرق جمع المعلومات والبيانات يتم الاستعانة بها في بعض الإجراءات العملية أو الاستنتاجات النظرية (نجم، 2015) حين لا تتوفر إمكانية حصر كل مجتمع البحث نظرا لكبر حجمه أو عدم وضوح معالمه وخصائصه. وعادة ما تكون المواد الإعلامية موزعة بشكل واسع من الناحية الزمنية والتحريرية بحيث يصعب استعمال أسلوب الحص الشامل معها.

وتنقسم العينات في بحوث تحليل المحتوى إلى نوعين احتمالية وغير احتمالية:

1.1.4 العينات الاحتمالية:

تعتمد هذه العينات على قانون الاحتمالات الذي يتيح لكل مفردات مجتمع البحث فرصا متساوية في الظهور، لعدة عوامل من بينها تشابه بنيته وخصائصه، بالشكل الذي تنتفي معه الفروق بين العناصر المكونة له. وفي هذا النوع من العينات يقل احتمال التدخل الشخصي في اختيار المفردات بنسبة قد تصل إلى 99.99%، وهو ما يجعل نتائج الدراسات التي تركز عليها قابلة للتعميم على بقية مجتمع البحث بشكل قطعي.

غير أننا نجد سلم الاحتمالات ينحدر بشكل متدرج كلما تدخلت خاصية من الخصائص في عملية المعاينة، مثال ذلك أن يكون هناك اختلاف في طبيعة الدراسة التي تبحث في تناول وسائل الاعلام لقضايا الدبلوماسية العربية بين المحلية والأجنبية فنجد أن العامل الجغرافي كان له دخل في تحديد نمط التحليل وبالتالي يكون له أثر في تحديد نوع

معايير جودة العينات في بحوث تحليل المحتوى الامبريقي-دراسة للأساليب والإشكاليات

العيينة. ولو أخذنا مثال آخر عن التغطية الإعلامية للقضايا السياسية في وسائل الاعلام العمومية والخاصة نلاحظ أن متغير نمط الملكية له أثره أيضا على التحليل وبالتالي يتغير نوع العينة أفقيا أو عموديا وتقل درجة تجانس مجتمع البحث.

وتنقسم العينات الاحتمالية في بحوث تحليل المحتوى بشكل تنازلي حسب درجة التجانس إلى الأنواع التالية:
أ-العينة العشوائية البسيطة:

وهي العينة التي تتساوى فيها فرص الاختيار بشكل مطلق بين مفردات مجتمع البحث، وفق أسس علمية لا مجال فيها للانحياز أو التدخل من طرف الباحث (عقيل، 1999، ص: 225). ويمكن منح كل مفردة في مجتمع البحث رقما خاصا يتم انتقاؤه عن طريق القرعة إلى غاية الوصول إلى العدد المطلوب (بوحوش و الذنبيات، 2007، ص:65). ويتم تطبيقها في تحليل المضمون مثلا عند محاولة تحليل الأنواع الصحفية في الجرائد الوطنية الصادرة باللغة العربية يكون اختيارنا من الناحية الزمنية موزعا على كل الجرائد بشكل عشوائي بحيث لا تهمننا الجريدة التي نختارها من بين كل الجرائد الصادرة باللغة العربية في الجزائر، فنمنح كل واحدة منها رقما ونختار واحدة بشكل عشوائي، كما لا يهمننا تاريخ الصدور فنختار من بين كل الأعداد التي صدرت فيها الجرائد التي وقع عليها الاختيار رقما بحسب حجم العينة المحدد.

تقابل العينة العشوائية البسيطة، عينة خاصة بتحليل المحتوى فقط، وهي عينة الأسبوع الصناعي، نستخدمها في الوضعيات التي نرغب في تشكيل أسبوع للصدور شهريا لكل جريدة يومية أو شهرا للصدور سنويا لكل مجلة شهرية وهكذا بالنسبة للدوريات الثلاثية والسادسية والسنوية.

مثلا إذا كانت الجريدة تصدر ستة (06) أيام في الأسبوع فإن العينة تكون ستة (06) أيام في الشهر على امتداد الزمن الذي تم تحديده للدراسة، فإذا كان الزمن هو سنة كاملة من الصدور مثلا، فإن حجم العينة يكون 72 عددا عشوائيا باختيار يومين من كل أسبوع في الشهر عشوائيا بحيث لا يتكرر اليوم مرتين ثم اختيار يوم واحد فقط من الأسبوع الأخير. وسنحاول توضيح ذلك وفقا للجدول التالي الذي يمثل شهر جانفي:

الأيام الأسبوع	السبت	الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة
الأسبوع الأول	01	02	03	04	05	06	07
الأسبوع الثاني	08	09	10	11	12	13	14
الأسبوع الثالث	15	16	17	18	19	20	21
الأسبوع الرابع	21	22	23	24	25	26	27
الأسبوع الخامس	28	29	30	31			

جدول 01: مثال لعينة أسبوع صناعي

في هذا المثال قمنا باختيار عشوائي من كل أسبوع بحيث نشكل عينة مشكلة من ستة (06) ايام من السبت إلى الخميس مع استثناء الجمعة التي تعتبر يوما لا تصدر فيه الجريدة محل الدراسة، ونلاحظ أننا اخترنا يومين في الأسبوع الثاني وهذا طبيعي لأننا لا نملك ستة أسابيع حتى نختار يوما من كل أسبوع. ويمكن تجنب التحيز في تحديد الأسبوع الذي يتشكل من يومين عن طريق الاختيار بتطبيق مبدأ القرعة بين الاسبوع. وفي الجدول التالي نسوق مثلا آخر يكون لشهر فيفري الذي يتكون من 28 يوما، حيث ينتهي شهر جانفي يوم الخميس، وتكون الجمعة أول أيام شهر فيفري:

الأيام الأسبوع	السبت	الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة
الأسبوع الأول	26	27	28	29	30	31	01

معايير جودة العينات في بحوث تحليل المحتوى الامبريقي-دراسة للأساليب والإشكاليات

08	07	06	05	04	03	02	الأسبوع الثاني
15	14	13	12	11	10	09	الأسبوع الثالث
22	21	20	19	18	17	16	الأسبوع الرابع
01	28	27	26	25	24	23	الأسبوع الخامس

جدول 02: مثال 2 لعينة أسبوع صناعي

ب-العينة العشوائية المنتظمة:

تشبه العينة العشوائية البسيطة في منح نفس فرص الظهور لمفردات مجتمع البحث، إلا أنها تختلف عنها في الانتظام. فالباحث في هذه الحالة يكون أمام تقسيمات أفقية لمجتمع البحث. فلو أردنا على سبيل المثال دراسة الأساليب المنهجية لتحديد المفاهيم في مجلة علمية محكمة ثلاثية (Trimestrielle) مقسمة على مجلدات منذ فترة صدورها، فإننا سنضطر إلى أخذ كل الأعداد بعين الاعتبار دون إهمال أي مجلد من المجلدات، وهو احتمال وارد في حال الاعتماد على العينة العشوائية البسيطة.

نفس الأمر إذا تعلقنا بالدراسة بمعالجة القضايا التنموية في الصحافة الوطنية منذ الاستقلال، حيث نضطر إلى أخذ المراحل التي مرت بها السياسات التنموية في الجزائر ونقسم العينة على أساسها بشكل منتظم عشوائيا لضمان حضور كل الفترات ضمن عينة الدراسة.

يعتبر "المدى" شرطا أساسيا للسحب في هذه العينة، وهو يمثل العلاقة بين مجتمع البحث وحجم العينة الذي تم تحديده. حيث تتكون العينة من مفردات تسحب على مدى ثابت إلى غاية آخر مفردة فيها، مع سحب أول مفردة بشكل عشوائي (سبعون وجرادي، 2012، ص: 141). فلو افترضنا أن مجتمع البحث مكون من مجموع أعداد جريدة تصدر سنويا (أي 365 عدد)، وحجم العينة هو أسبوع من كل شهر (أي $12 \times 7 = 84$)، فإن المدى يكون: $4.34 = 84 \div 365$ أي 4 أعداد من الجريدة بين كل مفردة (بحذف الفاصلة التي هي أقل من 0.50). أما الانطلاق فيكون من عدد عشوائي يتم اختيار بين العدد الأول (01) والرابع (04)، أي ضمن مسافة الاختيار.

ويقابل هذه العينة طريقة أخرى للاختيار يختص بها تحليل المحتوى، هي العينة التداولية بالمناوبة، أو ما يسميه الدكتور محمد عبد الحميد بأسلوب الدورة الذي كونه يعطي فرصة لكل أيام الصدور في تمثيل العينة، كما يمكن الباحث من بناء الفترات الصناعية المنتظمة لأغراض التحليل (أسبوع/أسبوعين/شهر... الخ) مع ضمان نفس المدى الزمن على عكس عينة الأسبوع الصناعي (أو العينة العشوائية البسيطة) الذي قد تكون فيه الأعداد متقاربة جدا (متتالية) أو متباعدة جدا بحيث تكون الفواصل بينها كبيرة. كما يمنح هذا الأسلوب المرنة للباحث في تحريك العينة لليوم السابق أو اللاحق في حالة عدم صلاحية اليوم الذي وقع عليه الاختيار لسبب مان مثل فقدانه في الأرشفة (عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، 2000، ص: 146-147).

فإذا أخذنا مثلا على ذلك بجريدة تصدر كل يوم (07 أيام في الأسبوع)، فإننا نحاول إنشاء أسبوع منتظم في كل شهر خلال مدة الاختيار التي تمثل سنة كاملة (12 شهرا)، وهذا باختيار اليوم الأول من الأسبوع الأول من شهر جانفي عشوائيا، ثم الانتقال بين الأيام بشكل منتظم. ويمكن أخذ نفس المثال الموضح في الجدول رقم 01 مع تطبيق مبدأ عينة الدورة (مع افتراض أن يوم الاثنين هو اليوم العشوائي الذي تم اختياره):

الأيام الأسبوع	السبت	الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة
الأسبوع الأول	01	02	03	04	05	06	07
الأسبوع الثاني	08	09	10	11	12	13	14

معايير جودة العينات في بحوث تحليل المحتوى الامبريقي-دراسة للأساليب والإشكاليات

21	20	19	18	17	16	15	الأسبوع الثالث
27	26	25	24	23	22	21	الأسبوع الرابع
03	02	01	31	30	29	28	الأسبوع الخامس

جدول 03: مثال لعينة تداولية بالمناوبة (عينة الدورة)

إذا افترضنا في المثال السابق أن يوم الأربعاء 19 جانفي غير متوفر في أرشيف الجريدة، أو أنه لا يحتوي على موضوع الدراسة كأن يكون مخصصا للمواضيع الرياضية وتكون الدراسة حول المواضيع السياسية، فإننا ننتقل إلى اليوم الموالي أو السابق خلال نفس الأسبوع.

ج-العينة الطبقيّة:

تنطلق هذه العينة من فكرة وجود خاصية أو عدة خصائص تميز عناصر مجتمع البحث بحيث يمكن إنشاء مجموعات صغيرة أو طبقات تشكل مجتمعة بعض الانسجام في الخصائص (أنجرس، صحراوي، وآخرون، 2006، ص: 304) تجعلنا نحصل على العشوائية في الاختيار بمنح كل واحدة منها فرصة متساوية للظهور داخل طبقتها أو مجموعتها، كأن نأخذ على سبيل المثال وسائل الإعلام المكتوبة ضمن مجموعة والمرئية ضمن أخرى والمسموعة ضمن ثالثة والالكترونية ضمن رابعة، ثم نختار داخل كل واحدة منها بشكل عشوائية. أو نصنف المواضيع في الصحيفة الواحدة إلى سياسية، اقتصادية، ثقافية، رياضية ودينية ثم نختار من كل واحدة موضوعا عشوائيا.

د-العينة العنقودية:

تعتبر هذه العينة الأضعف في حلقة العينات الاحتمالية، إلا أنها تساعدنا على تجاوز بعض الصعوبات خاصة تلك المتعلقة منها بكم حجم مجتمع البحث. ويرى موريس أنجرس ان القاعدة في المعاينة العنقودية لمجتمع البحث ليست قائمة العناصر أو المفردات التي يتشكل منها هذا الأخير، بل قد تكون قائمة الأقاليم أو أيام الأسبوع أو ساعات النهار والتي تشكل عناقيد ضمن مجتمع البحث يبني عليها اختيار العناصر داخله (أنجرس، صحراوي، وآخرون، 2006، ص: 306).

فلو أخذنا اتجاهات الصحافة الجزائرية التغيرات التي طرأت على قوانين الاعلام في الجزائر، فغن العناقيد ستمثل الفترة الزمنية لإصدارها (1982-1990-2012-2014) ونختار ضمن هذه السنوات الأشهر التي تمثل النقاشات حوله ثم الأسابيع والأيام بعينها لتشكل لنا عنقودا من العناصر والمفردات.

2.1.4 العينات غير الاحتمالية:

بالنسبة لهذا المستوى من العينات، فإننا نجد يتشابه إلى حد كبير مع عينات الدراسات الميدانية، كما أن هذا الصنف لا يخضع إلى قوانين الإحصاء ولا الصدفة، بل إلى مواصفات ومعايير يضعها الباحث للغرض الذي يخدم بحثه (تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة، 2007، ص: 36). ومن العينات الشائعة في هذا المستوى نجد أهمها:

العينة القصدية:

تعتبر من أكثر العينات استخداما في بحوث تحليل المحتوى، نظرا لطبيعة المواضيع التي تكون في الغالب موجهة نحو هدف لا يحتمل التعميم، إضافة إلى كبر حجم مجتمعات البحث عادة في هذا النوع من البحوث التي تتطلب تحليلا وتوزيعا للجهود البحثية، فلا نتخيل أنفسنا نقوم بتحليل ملايين المقالات أو مئات البرامج التلفزيونية أو عشرات الكتب المدرسية مثلا. فضلا عن كون المستوى الأول من المعاينة يتعلق غالبا بالوسائل التي يكون اختيار قصديا لأسباب متعددة.

معايير جودة العينات في بحوث تحليل المحتوى الامبريقي-دراسة للأساليب والإشكاليات

العينة القصدية تشمل المواضيع أو العناصر التي يتم انتقاؤها لأجل خصائص أو صفات محددة، ويتم إقصاء ما بقي لعدم الحاجة إليها أو عدم نجاعتها في التحليل. بعبارة أخرى في العينة القصدية يتم اختيار المفردات عمدا بطريقة غير عشوائية (Wimmer & Dominick, 2014, p:96).

ويشترط في العينة القصدية حتى تكون مناسبة للدراسة ولا تجسد التحيز والذاتية في الإجراءات المنهجية لتحليل المحتوى، أن تكون مبرراتها قوية بحيث لا تكون هناك إمكانية للاختيار بطرق أخرى، مع ضرورة تحديد الخصائص التي تم اعتبارها في الاختيار ومبررات تحديد حجمها، إضافة إلى وضعها ضمن جدول لتكون واضحة للقارئ (تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة، 2007، ص: 38).

نلاحظ في الدراسة التي أجرتها الدكتورة فوزية عكاك على القيم الخبرية في الصحافة المكتوبة، أنها حددت قصديا يوميي الخبر والشروق فقط من بين كل الصحف الوطنية، لكننا لم نقف في الدراسة على المبررات الكافية لهذا الاختيار غير كونهما جريدتين ظهرتا بعد إقرار الانفتاح الإعلامي بموجب قانون الاعلام 1990، وهذا حال كل الجرائد الوطنية الخاصة. كما حددت قصديا أيضا الفترة الزمنية من جانفي إلى ديسمبر 2007 لكونها فترة الاستقرار في الصحافة الجزائرية بعد العهدة الثانية للرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة، إضافة إلى كونها في المرحلة الثالثة أسلوب الدورة لاختيار أيام الصدور من بداية شهر جانفي حتى لا يقع التحيز في اختيار الأعداد، ثم في آخر مرحلة اختارت قصديا الاخبار الواردة في الصفحة الأولى فقط مع الاطلاع عليها في الصفحات الداخلية بشكل كامل لكون الصفحة الأولى تحمل الأخبار الأكثر أهمية واهتماما بالقيم الخبرية (عكاك، 2011-2012، ص: 8-9).

هذه أهم العينات الشائعة الاستخدام في دراسات تحليل المحتوى، حيث أن بقية العينات مثل: العينة الحصصية والعينة متعددة المراحل يمكن مقاربتها بالعينة العنقودية، إذ أنها تأخذ نفس نمط الاستخدام في تحليل المضمون على خلاف الدراسات الميدانية التي تكون متميزة فيها، أما عينة الصدفة لم يسبق وأن صادفناها في الدراسات التي اطلعنا عليها والتي اعتمدت تحليل المضمون كأسلوب بحثي.

2.4 حجم العينات في تحليل المحتوى:

يعتبر حجم العينة من أهم الهواجس والمشكلات المنهجية التي يواجهها الباحثون في العلوم الإنسانية والاجتماعية عموما، وفي علوم الاعلام والاتصال على وجه الخصوص. وتزداد هذه الهواجس في بحوث تحليل المحتوى نظرا لكون مجتمعات البحث فيها غير بشرية، فهي عبارة عن مواد إعلامية ورسائل اتصالية، إضافة إلى غزارة الإنتاج الذي يجعل حجم مجتمع البحث ضخما لدرجة قد لا نتصورها للوهلة الأولى. فإذا أخذنا مثلا وسائل الإعلام المرئية والمسموعة فإن الأمر يتعلق بملايين الوثائق التي يتم إنتاجها يوميا. كما أننا في الصحافة المكتوبة نتحدث عن آلاف المقالات التي تحرر كل يوم أيضا، وهذا يجعل من الصعوبة بمكان ضبط قاعدة عامة لتحديد حجم العينات في تحليل المحتوى. ويحدد حجم العينات في العادة بحسب درجة التجانس والتوزيع الجغرافي او درجة النشتت، الإلمام بالخصائص التي تميز المفردات وعدد الفئات أو المتغيرات التي سيتم دراستها (عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، 2000 ن ص: 124). في حين يعلق بعض الباحثين حجم العينات إحصائيا في الأصناف الاحتمالية بدرجة الدقة (5%) ومستوى الثقة (95%) وقد وضع جدول يحدد حجم العينات إحصائيا (أنظر الجدول في المرجع ص: 233)، أما القاعدة العامة للعينات غير الاحتمالية فتتلخص في كون حجمها يجب أن لا تقل عن 10% من حجم المجتمع الأصلي، وأن لا يكون عدد المفردات أقل من 30 مفردة (DEPLATEAU, 2000, p: 232). فضلا عن صعوبة تطبيق مثل هذه الاحصائيات والنسب في تحليل المضمون، فإننا نجد اتفاقا على عدم وجود قاعدة موحدة وشاملة لتحديد حجم العينات.

معايير جودة العينات في بحوث تحليل المحتوى الامبريقي-دراسة للأساليب والإشكاليات

لخص رشدي أحمد طعيمة المعايير العامة لتحديد حجم العينات في العناصر التالية:

- **حجم المجتمع الأصلي:** فكلما كان حجم مجتمع البحث كبيرا، كلما كان من الأفضل رفع حجم العينة إلى أقصى حدوده الممكنة، مع أخذ إمكانيات الباحث ودرجة التجانس بعين الاعتبار.

- **طبيعة الدراسة وهدفها:** فحجم العينات التي يمكن تطبيقها في الدراسات الوصفية التي تتطلب توزيع استبانات مثلا غير تلك التي تجري في الدراسات التجريبية أو التي تتطلب مقابلات مع مفردات العينة، وفي تحليل المحتوى، تكون الدراسات التي تكتفي بالمستوى الظاهري من التحليل أكثر قابلية لرفع حجم العينة من تلك التي تبحث في المستويات الاستدلالية. كما أن الغرض من البحث قد لا يكون تعميم النتائج على بقية مجتمع البحث، فيكون الاكتفاء حين إذ بعينة صغيرة مقبولا منهجيا.

- **درجة التجانس بين مفردات المجتمع الأصلي:** فكلما كان مستوى التجانس أكبر، أي أقرب للتطابق في الخصائص بين مفردات مجتمع البحث، كان الاكتفاء بعينة صغيرة ممكنا، وكلما تعدد الخصائص في مجتمع البحث كلما احتجنا إلى عدد أكبر من المفردات لتغطية كل المجتمع وجعل العينة أكثر ملاءمة لقياس ما أعدت لأجله. فمثلا لا يمكن أخذ الدم كله من جسم الإنسان لمعرفة فصيلته، كما لا يمكن الاكتفاء بنفس العينة لمعرفة فصيلة دم كل فرد من أفراد الأسرة الواحدة المكونة من عشرة (10) أفراد، نظرا لاختلافهم في الخصائص.

- **عدد المتغيرات المطلوب قياسها:** فكلما تعدد المتغيرات كان من الأفضل رفع حجم العينة، ولكن هذه المسألة في تحليل المضمون قد تختلف، أي أن عدد الفئات المراد قياسها قد يضحخ حجم العينة بطريقة تصعب المهمة على الباحث. فإذا أخذنا بعين الاعتبار أن العينة تشمل 300 عدد من جريدة واحدة والدراسة تشمل جريدتين (أي 600 عدد)، وكان عدد الفئات 20 فئة للقياس دون احتساب مؤشراتها فإن الرقم سيكون كبيرا جدا (أي: $12000=20 \times 600$ فئة معدة للقياس عمليا).

- **إمكانيات الباحث:** وهذا المعيار مهم جدا لجودة البحث ككل، ولجودة العينات وحجمها بوجه خاص، إذ كلما زادت الإمكانيات البشرية والمادية والزمنية، كان بالإمكان رفع حجم العينة إلى أقصى مستوى له حيث يمكن بلوغ حد الحصر الشامل لمجتمع البحث، لكننا لا يمكن أن نتصور حجم عينة كبير في دراسة تحليل محتوى معدة لنيل شهادة الليسانس أو الماجستير التي يقدر الزمن الأقصى لها بستة (06) أشهر مع إمكانيات ضعيفة للباحث ماديا ومعرفيا.

3.4 عملية المعاينة في تحليل المحتوى:

يحدد كل من لورانس باردان Laurance Bardin جون دو بون فيل J. Bonville و روجر ميكاييلي R. Miocchielli مجموعة من المعايير لعملية المعاينة في بحوث تحليل المحتوى لضمان تمثيل العينة لمجتمع البحث، مع العلم بأنه لا توجد حسيهم طريقة واحدة أو قاعدة موحدة لذلك، كما أن حجم العينة كلما كان صغيرا كلما زادت المخاطر المحتملة. ومن بين ما اقترحوه (Leray, 2008, p:47-49):

- **المحافظة على نفس النسق في عملية المعاينة.**

فمثلا لو اخترنا واحدة (01) من بين كل ثلاث (03) مجلات شهريا، فعلينا أن نحافظ على هذا النسق خلال كل المدة التي تشملها عملية المعاينة ضمن مجتمع البحث، بحيث لو فمنا بإحداث تغيير ما، فإن هذا الأمر سيترك انطبعا بأن الإنتاج كان غزيرا في فترة دون أخرى أو أننا تحيزنا في شهر دون آخر، في حين أن القصد لم يكن كذلك. وهكذا إذا تعلق الأمر بوسائل مختلفة، فإذا كانت لدينا دراسة مقارنة للتغطية الإعلامية للانتخابات الأمريكية بين الصحافة

معايير جودة العينات في بحوث تحليل المحتوى الامبريقي-دراسة للأساليب والإشكاليات

المكتوبة والتلفزيون مثلًا، فعليًا إتمام الاختيار في الأخبار الصحفية المتعلقة بالموضوع خلال الفترة المحددة، ثم تنتقل إلى البرامج التلفزيونية من نفس الفترة.

- يجب أن يكون الاختيار بطريقة منهجية وعشوائية

بحيث يتم ترتيب المجتمع حسب الوسيلة ثم الفترة الزمنية بترتيب كرونولوجي (chronologique)، ثم يتم الاختيار بنسق محدد دون انتقاء للمحتوى أو تغيير في النسبة المحددة مسبقًا مهما كان الدافع لذلك.

أما الدكتور رشدي أحمد طعيمة، فيحدد الشروط الأساسية لاختيار العينات في تحليل المحتوى ضمن

العناصر التالية (أحمد طعيمة، 2004):

- اتفاق أسلوب اختيار العينة وحجمها مع إشكالية البحث وأهدافه.

وهذا الأمر يغفله الكثير من الباحثين حيث تجدهم يفصلون بين طبيعة الموضوع والأهداف المتوخاة منه وعملية المعاينة، ويجعلون من العينة هدفًا لا وسيلة أو أداة لتحقيق الأهداف المتوخاة من الدراسة. فكيف يمكن مثلًا تفسير عدم الاعتماد على التحليل الأولي في كثير من البحوث التي تتناول المحتوى الإعلامي، بالرغم من كون العينة التي تم اختيارها لا تحتوي أبدًا على الظاهرة محل الدراسة ولا الفئات المحددة للبحث فيها.

- أن تكون ممثلة للمجتمع الأصلي بحيث يكون حجمها متماثلًا مع حجمه.

وهذه المسألة في غاية الصعوبة، ولا يمكن تحقيقها في كل الدراسات، أين تكون مجتمعات البحث واسعة زمنيًا. فلو درسنا مثلًا قضايا الإرهاب في الصحافة الجزائرية المكتوبة فقط، فإننا نجد أنفسنا أمام كم هائل من المواد الإعلامية التي تناولت الموضوع، وبالتالي فإن التناسب أو اتساق عينة الدراسة مع مجتمع البحث الأصلي مستحيلة، لكن هذا لا يعني ترك الموضوع بالكلية في ظل وجود بدائل في أنواع العينات وطرق المعاينة.

- أن يتم اختيارها بأسلوب علمي لا على أساس الصدفة أو الذاتية.

وهذا المعيار يعتبر مهمًا في أي دراسة مهما كان نوعها، إلا أن الالتزام به يتطلب تركيزًا متواصلًا وفهمًا جيدًا لطبيعة البحث، إضافة إلى ضرورة امتلاك المعلومات الكافية عن مجتمع البحث. كما أنه يحتاج إلى وضع المبررات الكافية عند كل خطوة يقوم بها الباحث لإثباته حتى وإن تطلب الأمر بعض التدخل فيجب أن يكون مبررًا تجنبًا لتحيز وانحراف النتائج إلى ما يريده الباحث لا ما هي عليه في الواقع.

- أن يراعى في النتائج احتمالات وهوامش الخطأ وعد المبالغة في تعميم النتائج على كل مجتمع البحث.

وهذا تتدخل فيه عدة عوامل مثل طبيعة البحوث في العلوم الإنسانية والاجتماعية عمومًا، فضلًا عن كون الدراسة أصلًا تستند على جزء من المجتمع، كما أن البيانات الكمية التي يتم الحصول عليها من التحليل قد لا تعبر فعلاً عن المعاني الكامنة، أما الدلالات الكيفية فقد تتعدد في ذهن المرسل فكيف يفهم المتلقي وتحليل الباحث.

ويتحدث كريبندورف Krippendorف أثناء عرضه لأنواع العينات المستخدمة في تحليل مضمون النصوص عن بعض الشروط التي تجعل العينة ملائمة، ومن بينها (Krippendorf, 2013, p: 113-124):

- الاهتمام التحليلي للباحث، بحيث يكون مجال بحثه مختلفًا عن اهتمامات بقية المحللين، فهو يهتم بتحليل

معان لا يهتم بها الآخرون.

- منح فرصة متساوية لجميع المفردات في الظهور، من خلال اختيار العينات التي تتناسب مع كل حالة

بحثية دون الإخلال بطبيعة الخصائص التي يتشكل منها مجتمع البحث. وهذا لا ينطبق على الحالات التي تكون فيها العينات ممثلة لمجتمع البحث أو كافية للتعبير عن الظاهرة محل التحليل، أي الوضعية التي يكون فيها مجتمع البحث متجانسًا تمامًا ولا يحتاج إلى الاهتمام بالتوزيع المناسب أو المتماثل للعينات.

معايير جودة العينات في بحوث تحليل المحتوى الامبريقي-دراسة للأساليب والإشكاليات

- يجب على الباحث دوما التساؤل حول المكان الذي يجد فيه العينات، وعن بطبيعة العينات التي يحتمل أن تحتوي على الظاهرة محل الدراسة، وهذا ما ذكرناه سابقا حول أهمية التحليل الأولي في تحديد مدى صلاحية العينات لقياس ما أعدت لأجله.

- لا توجد قاعدة شاملة وموحدة لاختيار حجم العينات، لكن يمكن الوصول إلى الحجم المثالي من خلال ثلاث طرق حدد كرييندورف Krippendorف ب العينات الإحصائية المعدة مسبقا وقد وضع جدولا يوضح ذلك، أو العينات التجريبية التي حددها ستامبل Stempel. أما الطريقة الثالثة فهي قاعدة النصف، وهي تشبه إلى حد ما العينة التجريبية إلا أنها تقسم العينة عشوائيا إلى نصفين ويتم قياس مستوى الثقة في كل جزء على حدى، فإذا تحصلنا على نفس النتائج يكون الحجم الذي تم اختياره مناسباً.

5. الخاتمة:

في الأخير؛ يجدر التنبيه إلى أن الصعوبة التي يتحدث عنها البعض في بحوث تحليل المحتوى، ما هي إلا نتيجة لعدم التركيز الذهني وعدم الالتزام المهيجي من طرف بعض الباحثين في الاجراءات التي حددها المؤسسون لهذا الأسلوب والمشتغلون عليه قديما وحديثا. خاص على مستوى ضبط المنصة التي تتم عليها عملية التحليل، ألا وهي عينة الدراسة. حيث يتم التفكير عند الوصول إلى هذه المرحلة خارج إطار الظاهرة ودون أخذ حدود الاشكالية ومتغيراتها بعين الاعتبار.

ويمكن تلخيص إجراءات ضبط العينة في تحليل المحتوى ضمن لنقاط التالية:

- تحديد عينة الوسيلة: إذ لا بد على الباحث أن يحدد الوسيلة التي تحتوي على المادة أو المستهدف بالدراسة، سواء كانت كتبا أو جرائد أو وسائل إعلام سمعي وبصرية أو إلكترونية. وهي تتطلب إجراءات خاصة من حيث نوع العينة وحجمها وطريقة المعاينة.

- عينة الزمن: يكون الباحث بعد اختياره لعينة الوسيلة أمام مدة زمنية طويلة تختلف بداياتها ونهاياتها، فقد تكون بداياتها منذ صدور العدد الأول للجريدة أو انطلاق بث القناة التلفزيونية أو الإذاعية، كما قد تكون منذ بداية ظهور موضوع الدراسة في الساحة الإعلامية. وهذا يتطلب أيضا إجراءات خاصة على مستوى نوع العينة وحجمها وطريقة المعاينة.

- عينة الأعداد: بعد تحديد الفترة الزمنية يتبقى على الباحث ضبط المفردات النهائية والأعداد التي سيطبق عليها دراسته التحليلية، أي قد نحتاج خلال شهر لسبعة (07) أعداد فقط من الجريدة اليومية، كما قد نحتاج عددا واحدا من برنامج الاتجاه المعاكس على قناة الجزيرة خلال فترة الحرب على العراق، وهذه المرحلة الأخيرة أيضا تتطلب نوعا مختلفا من العينات وطريقة معاينة وحجما محددًا.

7. المراجع

المراجع باللغة العربية:

1. أحمد بدر. علوم الاعلام. (القاهرة: دار قباء الحديثة، 2008).
2. أحمد بن مرسل. مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال (الإصدار 4). (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2010).
3. أحمد طعيمة، ر. تحليل المحتوى في العلوم الانسانية. (القاهرة: دار الفكر العربي، 2004).
4. حسين عقيل عقيل. فلسفة مناهج البحث العلمي. (مكتبة مدبولي: القاهرة، 1999).

معايير جودة العينات في بحوث تحليل المحتوى الامبريقي-دراسة للأساليب والإشكاليات

5. سعيد سبعون، و حفصة جرادى. الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع. (الجزائر: دار القصبة، 2012).
6. صفاء جبارة. الخطاب الاعلامي بين النظرية والتطبيق. (عمان: دار أسامة، 2012).
7. طه عبد العاطي نجم. مناهج البحث الاعلامي. (الاسكندرية: دار كلمة، 2015).
8. عبد الرحمان عزي، و السعيد بومعيزة. الإعلام والمجتمع. (الجزائر: الورسم للنشر والتوزيع، 2010).
9. عمار بوحوش، و محمد محمود الذنبيات. مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث (الإصدار 4). (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007).
10. فوزية عكالك. القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية الخاصة. (كلية العلوم السياسية والاعلام، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائرن 2011-2012).
11. محمد عبد الحميد. بحوث الصحافة (الإصدار 2). (القاهرة: عالم الكتب، 1997).
12. محمد عبد الحميد. البحث العلمي في الدراسات الاعلامية. (القاهرة: عالم الكتب، 2000).
13. محمد عبيدات، محمد أبو نصار، و عقلة مبيضين. منهجية البحث العلمي. (عمان: دار وائلن 1999).
14. موريس أنجرس، بوزيد صحراوي، و وآخرون. منهجية البحث في العلوم الإنسانية (الإصدار 2). (الجزائر: دار القصبة 2006).
15. يوسف تمار. تحليل المحتوى للباحثين والطلبة. (الجزائر: طاكسيج-كوم، 2007).
16. يوسف تمار. مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية والاتصالية. (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعيةن 2017).
17. المراجع باللغة الأجنبية:
18. DEPLATEAU, F. *La démarche d'une recherche en sciences humaines*. (Québec: les presse de l'université de LAVAL, 2000).
19. Krippendorff, K. *content analysis: an introduction to its methodology* (3 ed.). (California: SAGE, 2013).
20. Leray, C. *l'analyse de contenu : de la théorie à la pratique*. (Québec: presses de l'université de Québec, 2008).
21. Wimmer, R., & Dominick, J. *Mass media research: an introduction* (10 ed.). (international edition: WADSWORTH CENGAGE Learning 2014).