

أثر منهجية تحليل الخطاب في تطور الدراسات الإعلامية، دراسة نقدية تقويمية لأدوات تحليل المضمون.

الأستاذ: هشام صويلح.

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة.

تاريخ الاستلام: 2020/11/08 تاريخ القبول: 2020/11/ 22 تاريخ النشر: 2020/11/26

ملخص:

يتناول البحث بالدراسة والتحليل إشكالية مدى نجاعة أدوات منهجية تحليل المحتوى الإعلامي في ظل ظهور آليات جديدة تنتهي إلى منهجية تحليل الخطاب.

ولمعالجة هذه الإشكالية وُضعت مفاهيم ونماذج تحليل المحتوى تحت مجهر البحث النقدي.

وقد توصل البحث إلى نتيجة مفادها عدم كفاية الأدوات البحثية لمنهجية تحليل المضمون الإعلامي؛ الكمي والكيفي، مما أدى إلى انفتاح الكثير من الباحثين في الدراسات الإعلامية على تبني آليات تحليل الخطاب بأنواعها المختلفة.

الكلمات المفتاحية: تحليل المحتوى، الكمي، النوعي، المنهجية، الآليات، تحليل الخطاب.

Abstract:

This research studies, analyzing and critically, the problematic of the effectiveness of the methodology for analyzing

media content in light of new mechanisms in the field of discourse analysis.

Among the results of the research is the inability of the content analysis methodology to study texts and media discourse in a way that keeps pace with new scientific research mechanisms.

Keywords: Analysis content, Quantitative, Qualitative, Methodology, Mechanisms, Discourse analysis.

1-مقدمة:

يقر الكثير من المختصين أن نشأة وتطور بحوث ودراسات الإعلام، ارتبطت في العشرينيات من القرن العشرين بالنموذجين الوضعي والسلوكي، وقد ركزت على دراسة تأثير وسائل الإعلام في الجمهور، اعتماداً على ما يعرف بدراسات الجمهور، وأهملت إلى حد كبير دراسة مضمون وشكل الرسالة الإعلامية، التي يفترض أنها تُحدث التأثير المطلوب أو المرغوب من وجهة نظر المرسل أو القارئ بالاتصال، سواء أكان شخصية أم مؤسسة إعلامية. وحتى عندما التفت الباحثون لأهمية دراسة شكل ومضمون المحتوى، لم تعرف الدراسات الإعلامية سوى التحليل الكمي للمحتوى الإعلامي (شومان، 2007، ص 21)، ثم ظهر بعده أسلوب التحليل الكيفي الذي يختلف عن الأول في بعض إجراءاته التحليلية. ولم يتوقف التطور في هذا المجال البحثي عند هذين الأسلوبين، بل خرج من ضيق المقاربات التقليدية إلى سعة وأفق المقاربات الحدائرية المتمثلة في استثمار ما جاءت به مناهج تحليل الخطاب، التي منحت قوة دفع إضافية لتطور البحوث والدراسات الإعلامية.

ويستهدف هذا البحث، بالتحليل والنقد، أهم ما جاء في مقارنة تحليل المحتوى بشقيه الكمي والكيفي، مع محاولة تقريب هذه المقاربة لما جاءت به منهجية تحليل الخطاب من مفاهيم وإجراءات.

ومن أجل تحقيق هذا الهدف نتعرض إلى الإجابة عن جملة التساؤلات

التالية:

ماذا نقصد بمنهجية تحليل المضمون أو المحتوى؟ وما أنواعها؟ وماذا قدم جهازها الواصف للدراسات الإعلامية من أدوات ومفاهيم؟ وما مدى نجاعة النتائج التي ساعدت المحددات المنهجية التوصل إليها في دراسة المضامين الإعلامية؟ وما الآثار الإيجابية التي امتازت بها، والانتقادات التي وُجّهت إليها؟ وهل يمكن أن تكون منهجية تحليل الخطاب بديلاً لمنهجية تحليل المضمون في الأبحاث الإعلامية؟ وإلى أي مدى يمكن أن تتقاطع منهجية تحليل المضمون مع منهجية تحليل الخطاب؟ وما الذي يمكن أن تستفيده دراسة النصوص الإعلامية من منهجية تحليل الخطاب؟

هذه أهم التساؤلات التي سنحاول الإجابة عنها فيما يأتي من عناصر

بحثية.

2. منهجية تحليل المضمون أو المحتوى « Analyse du contenu », مفهوم

ونماذج:

من بين المقاربات التقليدية التي انبرت إلى دراسة إنتاجات الوسائط الإعلامية الجماهيرية، "برزت مقارنة تحليل المضمون التي أخذت مكاناً بارزاً في أبحاث التواصل الجماهيري؛ إنها مقارنة تتوخى ضبط المضامين المعرفية للنصوص

الإعلامية في مستوياتها الدلالية الصريحة" (أحمد العاقد، 2002، ص 99).
ومحاولة توظيفها لأغراض معينة؛ علمية وغير علمية.

ظهر تحليل المحتوى -كأسلوب بحث في الدراسات الإعلامية-جغرافيا
في الولايات المتحدة الأمريكية، وتاريخيا في فترة ما بعد الحرب العالمية الأولى،
وذلك استجابة لانشغال سياسي يتعلق بظاهرة الدعاية (عبد الرحمن عزي،
2010، ص 46).

1.2 المفهوم والخصائص:

قدم "برلسون (Berelson) لمنهجية تحليل المحتوى تعريفا، أصبح مشهورا في
الدراسات الإعلامية وغير الإعلامية، في قوله: "إن تحليل المحتوى هي تقنية في
البحث تصلح لوصف محتوى التواصل الظاهر ووصفا موضوعيا ونسقا وكما"
(باتريك شارودو ودومينيك منغونو، 2008، ص 42).

وقد تضمن هذا التعريف المختصر عدة مصطلحات علمية، نوضحها
فيما يلي (عبد الرحمن عزي، 2010، ص ص 43-44):

- الموضوعية: وتعني تحديد فئات التحليل بدقة وبطريقة إجرائية،
بحيث يكون بإمكان أي باحث أن يوظفها ويصل إلى نفس النتيجة.
فإذا أراد الباحث أن يدرس أخبار البلدان النامية في صحيفة ما،
فعليه أن يحدد بدقة البلدان التي تنتهي إلى ما سماه بالنامية.
- النسق: ويعني هذا أن الباحث لا يسعى إلى استظهار البيانات التي
تؤكد فرضياته وانطباعاته المسبقة، بل يسعى إلى تقديم نظرة شاملة
متوازنة تضع بياناته المختارة في سياق أوسع من المعاني.

- الكم: ويعني ذلك الاعتماد على الحساب والقياس في تحليل النص، كأن ندرس مدى تكرار تعبير كذا في النص، أو قياس حجم نص ما بالسنتيمترات، مقارنة بالحجم الكلي لمحتوى الوسيلة الإعلامية.
 - المحتوى الظاهر: ويعني هذا أننا نهتم بالنص ذاته، وليس بما يمكن أن يتضمنه من أهداف خاصة بصاحبه، أو بالتأثيرات المتوقعة. ويكون التركيز في هذه الحالة على الجوانب التركيبية والدلالية ليس إلا.
- لقد أخذ الاهتمام بتقنية تحليل المحتوى يتزايد بسرعة فائقة بداية من النصف الثاني من القرن العشرين، حيث ظهر عام (1952) بحث لـ "برلسون (Berelson)" بعنوان (تحليل المضمون في بحوث الإعلام)، ثم تلتها مؤلفات منها (تحليل المضمون في الدراسات الاجتماعية والإنسانية) عام (1969) لـ "هولستي (Holsti)"، وكذلك (تحليل المضمون مقدمة منهجية) عام (1980) لـ "كيربندورف (Kirppendorff)"، ثم شاع هذا الأسلوب في التحليل وتناول الدراسات الإنسانية والاجتماعية والأدبية والعلوم السياسية والتربوية (زكريا شعبان، 2011، ص58).

وقد عُرف هذا النوع من البحث بـ"الاتجاه الأنجلوساكسوني" أو "المدرسة الإميريكية" أو "المدرسة الأمريكية" الخ. غير أن في هذا الأمر نوعا من المبالغة، على اعتبار أن هذا الأسلوب من البحث، هو تقنية يمكن أن توظف بصفة جزئية في معالجة أي إشكال يستدعي تحليل مضمون النص (عبد الرحمن عزي، 2010، ص 45).

ويمكن النظر إلى مقارنة تحليل المضمون، على أنها إحدى الأدوات البحثية الأساسية التي يستند إليها باحثو الإعلام في تحليل النصوص الإعلامية المختلفة، سواء أكانت نصوصا صحفية أم مضامين إذاعية أم تلفزيونية.

وذلك وفقا لإستراتيجية بحثية يتم فيها تحديد أهداف الدراسة، ونوع العينات، وطبيعة فئات المضمون المستهدف تحليلها، والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات، وغير ذلك من عمليات بحثية (شريف اللبان وهشام عبد المقصود، 2012، ص92).

ولقد وجهت هذه المقاربة جهازها الواصف نحو وسم البنيات الكبرى للنص الإعلامي؛ أي تركيز النظر على المؤشرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية، كما تعرضها المضامين الإعلامية وتطرحها إن تأثرا أو تأثيرا، كما تستند آلياتها إلى تشكيل عينات مقصورة ومعالجة معطيات محصورة، ومن ثمة تقوم بتمثيل المعطيات؛ إما محوريا من خلال ضبط المواضيع الأساسية التي يطرحها المضمون الإعلامي، وإما قضويا من خلال تعيين القضايا الدلالية (أحمد العاقد، 2002، ص 100). وذلك قصد الوصول إلى الأغراض الحقيقية التي من أجلها حرر صاحب الخطاب خطابه. مع البحث من خلال النص وحده عن الأدلة التي تدل بالدلالة القاطعة على وجود هذه الأغراض. وقد تفنن-حسب الدكتور عبد الرحمان الحاج صالح- أصحاب هذا النوع من التحليل فوضعوا له المناهج الدقيقة، ولاسيما في ميدان الخطابات السياسية والإعلامية والاجتماعية والتجأوا في ذلك إلى الرصد الإحصائي وغير ذلك من الوسائل التقنية، ويعتبر هذا التحليل (تحليل المحتوى) عند المختصين باللسانيات الحديثة (Linguistique) جزءا هاما من علم الدلالة (Sémantique). (عبد الرحمن الحاج صالح، 2007، ص336).

وعليه، نخلص إلى أن مقارنة تحليل المضمون "أداة بحث ذات منهجية موضوعية علمية، تتجلى فيها سمات الصدق والثبات" (زكريا شعبان، 2011،

ص 59)، توظف في عملية جمع المعلومات في الدراسات الإعلامية ومختلف العلوم الاجتماعية، التي تهتم برصد وتوصيف وتحليل المضامين المختلفة سواء أكانت مكتوبة أم مسموعة أم مرئية، من أجل الوقوف على الدلالات الصريحة التي يتضمنها النص والموجودة بالفعل داخل النص دون تأويل.

2.2 نماذج تقنية في منهجية تحليل المضمون:

لقد عُرف أسلوب تحليل المضمون واشتهر بالأسلوب الأمريكي، بمعنى أنه غلب عليه الفكر الأمريكي أو الأنجلوساكسوني منذ نشأته، إلى أن أصبح النموذج الأكثر اعتمادا في دراسة المضامين الإعلامية. غير أن هذا لم يمنع باحثين آخرين خارج المحيط الأمريكي من وضع نماذج تقنية في تحليل المضمون اشتهرت فيما بعد، فكان من ذلك نموذج أو "طريقة كايزر (Jacque kayser)" الفرنسي، الذي اعتبر أن الأساس في تحليل المضمون يتمثل في ثلاثية: الموقع، والعنوان، والتقديم. ويوضحها أحد الباحثين فيما يلي (عبد الرحمن عزي، 2010، ص 45):

- **الموقعة (L'emplacement):** وذلك من مثل أن الصفحة الأولى في الصحيفة هي الأهم. وتختلف مكانة بقية الصفحات من صحيفة إلى أخرى. وتعتبر الصفحة الأخيرة هامة أيضا لدى العديد من الصحف. فالصفحة الأخيرة مثلا، من جريدة الخبر اليومي، مهمة جدا بالنسبة للقراء الذين يتابعون عمود "نقطة نظام" للكاتب سعد بوعقبة. باعتبار أن موقعه القاري يأتي في الصفحة الأخيرة من الجريدة.

- **العنونة (Le titrage):** إن أهمية العناوين الكبيرة (حجما وشكلا) تكمن في أن الكثير من القراء عادة ما يكتفون بقراءة هذه العناوين؛

لأن العنوان "عنصر مهم في الصحيفة، ويتوقف عليه إلى حد كبير نجاحها، كما تعد كتابته نصف العمل الصحفي" (محمد البكاء، 2010، ص112). ويمكن أن يقاس العنوان من حيث القيمة المطلقة (عدد الأعمدة) أو القيمة النسبية (بالمقارنة مع العناوين الأخرى). وفي الشكل، فإن الخطوط أنواع، ويدل الخط الرقعي سيميائياً على السرعة والحركة، بينما يدل النسخي على الهدوء والسكينة... الخ.

– التقديم (La Présentation): بفضل الإمكانيات التوضيحية التي يقدمها الإعلامي أو الجريدة أو المؤسسة الإعلامية، في شكل صور ورسومات وبيانات... يضيف أهمية إضافية على الخبر أو الحدث أو الأشخاص.

3.2 . المحددات المنهجية لتحليل المضمون الإعلامي:

يواجه الباحث عند دراسته لأي مضمون إعلامي ثلاثة محددات منهجية (شريف اللبان وهشام عبد المقصود، 2012، ص138):

- المحدد الأول خاص بمضمون الرسالة الإعلامية في حد ذاتها بتفاعلها وجدلها الداخلي وتشابكها مع غيرها من السياقات المحيطة: السياسية والاجتماعية والثقافية.
- والمحدد الثاني خاص بالباحث نفسه، بتحيزاته الفكرية وتكوينه العلمي وتأثير ذلك في تناوله واقتراجه من المضمون موضع البحث.
- أما المحدد الثالث فهو خاص بالمنهج والأدوات التي يتزود بها الباحث للوصول إلى فهم أعمق وأشمل للمضمون.

وإن الذي يعيننا -في هذا الموضع- من بين هذه المحددات الثلاثة هو المحدد الثالث الخاص بالأدوات البحثية لتحليل المضمون الإعلامي.

ينقسم تحليل المحتوى الإعلامي-منهجيا وإجراءيا- إلى شقين متكاملين هما التحليل الكمي والتحليل الكيفي، وإن بدا على هذين الأسلوبين اختلاف في بعض الضوابط العلمية والأدوات التحليلية، فإنهما يشتركان في السعي إلى تحقيق غاية بحثية واحدة، وهي تحليل وتوصيف مضمون النصوص الإعلامية. فماذا نقصد بهذين الأسلوبين في التحليل؟ وما هي استخدامات كل واحد منهما؟

3. التحليل الكمي، عرض ونقد:

لقد كانت تقاليد التحليل الكمي جزءا من التقاليد البحثية في حقل الدراسات الإعلامية، ويرجع الفضل في ذلك إلى إسهامات (بريلسون) الذي يعد أول من فتح باب البحث في هذا المجال بمقاله الشهير-الذي سبقت الإشارة إليه- (التحليل الكمي للمضمون في بحوث الإعلام) الذي نشر عام 1952 (محمد شومان، 2007، ص21)

وقد عرّف (بريلسون) التحليل الكمي بأنه "أسلوب بحثي غايته الوصف الموضوعي المنظم للمضمون الصريح من بيانات، أو معلومات باستخدام الإجراءات الكمية". والمعنى ذاته تناوله (pool) وقال: إنه طريقة لوصف المضمون مع مراعاة تحقيق الدقة والثبات والموضوعية" (زكريا شعبان، 2011، ص58) فكلا التعريفين يتفقان على الغاية من هذا التحليل، وهي الوصف الموضوعي للمضمون باعتماد معايير الصدق والثبات، وعلى الأداة الإجرائية في جمع البيانات والمعلومات، وهي أسلوب التكميم.

وبهذا المعنى، فإن "تحليل المضمون يجب أن يتضمن أبعادا كمية في مجال رصد الظاهرة البحثية وعناصرها المختلفة، وحتى يمكن مقارنتها ببعضها واستخلاص المؤشرات بطريقة موضوعية متفق عليها وهي الكم، فالتكميم إذا شرط أساسي وخاصة لا غنى عنها في بحوث تحليل المضمون باعتبارها مرادفا للموضوعية" (شريف اللبان وهشام عبد المقصود، 2012، ص 93)

ويعتمد التحليل الكمي-منهجيا- آليات صورية تركز على إحصاء الوحدات الإعلامية، لحصر تشاكلاتها البنوية والدلالية، بحيث يلزم عن ذلك التصاق الوصف الكمي بالمحاور الصحافية والمواضع التواصلية، من خلال تعدادها في فضاء محدود وزمان مسدود (أحمد العاقد، 2002، ص 102) ومن خلال "تطبيق تقنيات حسابية وتحويل دلالات النص إلى معادلات رياضية محددة، وتعد الألفاظ المادة الأولية الخام للغة والعنصر الرئيسي في هذا التحليل" (بشير إبرير، 2010، ص 63)، ذلك أن لحساب تواتر الألفاظ والجمل في النص الإعلامي فوائد عظيمة، لاسيما إذا ذكر مع كل كلمة تواترها؛ أي عدد المرات التي وردت في النص، وكذلك جميع السياقات التي ظهرت فيها. إذ يحصر كل الجمل التي وردت فيها الكلمة يستطيع الباحث أن يستنتج لا المعنى الأصلي للكلمة، بل المعنى المقصود؛ أي الغرض منه في هذه الجملة أو تلك المجموعة من الجمل، وحساب تواتر الألفاظ لا يعدو أن يكون وسيلة للعثور على المفاهيم الهامة التي يدور حولها النص (عبد الرحمن الحاج صالح، 2007، ص 339).

إن اعتماد هذه الطريقة الموضوعية في التحليل "تضمن وجود تعريف دقيق لفئات التحليل، بحيث يمكن لمحللين مختلفين أن يطبقوها على نفس

المضمون ويحصلوا على نفس النتائج" (عبد العزيز شرف، 2000، ص 109) ، وهذه تحديدا الغاية التي يرنو إليها الباحث في مجال الدراسات الإعلامية المهتم بتحليل المضمون كميًا؛ لأنه يسعى جاهدا إلى رصد " ما جاء بالفعل في الرسالة الاتصالية دون أن يتضمن ذلك الخروج بتأويلات أو تحميل العبارات معاني ودلالات لم تكن واضحة في النص الأصلي، لأن من شأن ذلك إفقاد عملية التحليل موضوعيتها" (شريف اللبان وهشام عبد المقصود، 2010، ص 93).

غير أنه قد لا يفيد هذا الإجراء شيئا إذا لم يقترن العنصر اللغوي بسياقاته المختلفة الداخلية والخارجية، وإن الاكتفاء بهذا الإجراء في حد ذاته غلط ارتكبه الكثير من الباحثين في التحليل العلمي للنصوص بمختلف أنواعها (عبد الرحمان الحاج صالح، 2007، ص 340) ومنها النصوص الإعلامية؛ حيث أدى هذا الإجراء عمليا إلى تفتيت النص وتحويله إلى مجرد أرقام وبيانات إحصائية لا تكشف عن المعاني المحملة بها النصوص المدروسة، كما تنزع مناهج التحليل الكمي إلى إهمال سياق النص وعلاقات القوى داخله، وأكثر من ذلك عدم الاكتراث بالمعاني الضمنية غير الصريحة في النص (محمد شومان، 2007، ص 22)؛ لأن اللغة ليست فقط حروفا متجاورة وكلمات بينها فواصل، بل هي نظام من علامات لها مدلول أو معنى، ولا قيمة لأي بناء لغوي إذا فقد الوظيفة الأصلية للغة وهي التواصل والتفاهم ونقل المعلومات وتلقيها (عبد العزيز شرف، 2000، ص 112).

كما أن حصر الألفاظ الواردة في الاستعمال الحقيقي في نص من النصوص بذكر جميع السياقات، وذكر التواتر المطلق والنسبي بالنسبة لنوعية السياق ونوعية الميدان الدلالي وغير ذلك، هو من المعطيات الهامة التي لا

يمكن الاستغناء عنها مع وجود التكنولوجيا المتطورة التي تستجيب لما يطرحه الباحث من سؤال حول مضمون النصوص (عبد الرحمن الحاج صالح، 2007، ص340).

وما يؤخذ كذلك على تحديد العينات وفئات التحليل وتصنيفها ورصدها واستنتاج دلالاتها ومعانيها وفق إجراءات التحليل الكمي أنها لا تخلو من تحيزات ذاتية، أدت إلى ظهور الكثير من الانتقادات المنصبة أساساً على شكلية وعدم موضوعية فئات تحليل المحتوى الكمي، التي تدعي من دون أساس علمي، الدقة والموضوعية التي كان من المفروض التعامل معها وفق نظرة نسبية تتعلق بطبيعة العلوم الاجتماعية ووظيفتها (محمد شومان، 2007، ص ص 30-31).

بناءً على ما تقدم، نستنتج أن أبرز ما يميز الشق الكمي في تحليل المحتوى، هو اقتصره على المظاهر الشكلية في النص، واكتفاؤه بإحصاء الوحدات الإعلامية، من خلال تعداد المواضيع والقضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية، التي يعرضها المضمون الإعلامي دون التعمق في بحث المؤشرات الدلالية العميقة للنص، ودون الاهتمام بسياق النص وظروف وملابسات إنتاجه، بالإضافة إلى إهمال عناصره المشكّلة لمكوناته البنوية والوظيفية.

لهذه الدواعي، ولعدم استجابة منهجية التحليل الكمي الكافية والمقنعة لتحليل مضمون النصوص الإعلامية، بالنظر إلى مستجدات العلوم الأخرى وتطور أدواتها ومنهجها البحثية، بدأت تظهر على استحياء-محاولات

لاستخدام مناهج وأدوات للتحليل في دراسة النصوص أطلق عليها "أداة أو أسلوب التحليل الكيفي"، وقد اتسمت هذه المحاولة -في البداية- بالتردد والخلط وعدم الوضوح أو التكامل المنهجي والإجرائي، لكنها شكلت نوعاً من المواجهة والتحدي للتقاليد السائدة في مجال الدراسات الإعلامية (محمد شومان، 2007، ص 22).

فما التحليل الكيفي وما استخداماته البحثية في دراسة النصوص الإعلامية؟

4. التحليل الكيفي، عرض ونقد:

لقد تصور البعض خطأً أن الإحصاء هو الحل، وأن اللغة قد خضعت أخيراً لسطوة التحليل الكمي، ولكنهم سرعان ما اكتشفوا خطأ تصورهم عندما أدركوا أن نظرية المعلومات تنظر إلى اللغة نظرتها إلى الإشارة، خالية من المعنى، لا تأخذ من اللغة إلا تجلياتها السطحية دون النفاذ إلى معانيها وبنيتها الداخلية وآلياتها الدفينة المولدة لهذه التجليات (نبيل علي، 1994، ص 342)؛ لذا انبرى العلماء إلى التحليل الكيفي وهو الشق الآخر من منهجية تحليل المحتوى، ويعد من المقاربات المنهجية التي تساعد الباحث على رصد وتحليل خطابات الصحافة اليومية، وتحقيق أهداف البحث، ويطلق عليه في الدراسات الإعلامية "التحليل الكيفي للخطاب" في مقابل "التحليل الكمي للمضمون".

والتحليل الكيفي للخطاب أو المضمون، هو تحليل يستند إلى كون الخطاب الصحفي أو الإعلامي "رسالة إقناعية تستهدف تثبيت قناعات محددة أو تغييرها، أو تنفيذ وجهة نظر مضادة في مجال حوار تفاعلي تنافسي بين خطابات تستند إلى أطر مرجعية متباينة وتتنازع فيما بينها بشأن قضية

جدلية، وتكون الصحافة هي ميدان هذا الصراع الفكري عبر ما تقدمه من طروحات" (شريف اللبان وهشام عبد المقصود، 2012، ص 147).

وقد ظهر هذا النوع من التحليل في مطلع السبعينيات من القرن الماضي، على يد عدد من الباحثين في مجال الإعلام، اتجهوا -أول الأمر- إلى استخدام التحليل الكيفي للمحتوى من منظور إيديولوجي، وعرف هذا التوجه بالاتجاه الإنساني، الذي ركز على علاقات القوة التي تحاول النصوص الإعلامية التعبير عنها، كما سعى إلى تطوير أدوات التحليل الكيفي مستفيدا من التطور الحاصل في مجال الدراسات اللغوية والسيمائية وتحليل الخطاب (محمد شومان، 2007، ص 23).

كما عدَّ "الدكتور عبد الرحمان عزي"، منهج التفاعلات الرمزية (Symbolic interactionisme) ومنهج الظاهرية الاجتماعية (Phenomenological sociology) والمنهج البنوي (Structuralism) وسميولوجيا الرموز غير اللغوية، والمنهج النقدي التأويلي (Critical Hermeneutics)، من جملة الأساليب الكيفية في تحليل المضمون (عبد الرحمن عزي، 2010، ص 46). ويبقى هذا رأي المختص في الدراسات الإعلامية، غير أن الأرجح -في تقديرنا- هو قرب هذه المناهج إلى لتحليل الخطاب منها إلى تحليل المضمون.

وبما أن التحليل الكيفي ليس غاية في ذاته، وإنما آلية تعمل على "وصف مضامين الخطاب الإعلامي الأسلوبية والبلاغية؛ أي إنه يستثمر المعطيات المهمة التي يوفرها له التحليل الكمي في استنطاق لغة النص ومحاولة معرفة

محتوياته أو معانيه" (بشير إبرير، 2010، ص66)، فإن اهتمامه بوصف الجوانب الأسلوبية والبلاغية للمضامين الإعلامية، اقتصر على التوسل بآليات البلاغة القديمة التي لا تتجاوز تصنيف الظواهر اللغوية إلى استخراج آليات الحجاج والإقناع، والاكتفاء بتركيز النظر في التجليات السطحية للأساليب الصحافية دون الغوص في البنيات المعرفية التي تصفها الأسلوبيات الحديثة، ودون الاعتماد على البنيات العميقة التي تشمل مستلزمات ومقتضيات الوحدات الإعلامية السطحية بدلالاتها الأسلوبية والحجاجية (أحمد العاقد، 2002، ص102)، لأن المعنى الكلي للنص والمعلومات التي يتضمنها أكبر من مجرد مجموع المعاني الجزئية للكلمات والجمل التي تكونه، ومعنى النص لا ينتج إلا بالتكيف الدلالي للأجزاء في ضوء البنية الكلية الشاملة للمحتوى، انطلاقاً من أن المحتوى هو نص لغوي في الأساس، ولا يتم إنتاجه إلا بتوفر عناصر تكوينه (رياض زكي قاسم، 2007، 129) الداخلية والخارجية؛ أي اللسانية وغير اللسانية.

وعلى الرغم من تأكيد البعض على كفاية الأصول المنهجية لعملية التحليل الكيفي القائمة على وصف خصائص النص الأسلوبية والبلاغية والدلالية في إطار التحليل البنوي؛ فإنها "لم تكن كافية لدراسات الرسائل أو النصوص الإعلامية في علاقاتها المتشابكة والمعقدة مع الرسائل السابقة، ومع بنية المجتمع والقوى المهيمنة عليه" (محمد شومان، 2007، ص23)، ومن سلبيات التحليل الكيفي- أيضاً - في نظر منظري مناهج البحث الإعلامي، أنه ليس سوى توصيف للمضمون تغيب عنه الضوابط العلمية، مما يؤدي

بالباحثين إلى تحليل مختزل للنصوص الإعلامية التي تظهر فيها تحيزات ووجهات نظرهم. وهو الأمر الذي يعني غياب الموضوعية المفترضة.

لقد نتج عن هنات وسلبيات هذا التحليل، أن عزف الكثير من الباحثين عن استخدامه كأداة بحثية قائمة بذاتها في جمع وتحليل محتوى الرسائل الإعلامية (شريف اللبان وهشام عبد المقصود، 2012، صفحات 93-94). ومن هنا تطورت محاولات التحليل الكيفي في الثمانينيات من القرن الماضي باتجاه تبني منهجية تحليل الخطاب بكل مقارباته اللسانية والسيمائية والتواصلية والتداولية...

5. أثر منهجية تحليل الخطاب على تطور الدراسات الإعلامية:

على الرغم مما قدمته منهجية تحليل المضمون للدراسات الإعلامية، من خلال اعتمادها إجراءات علمية صارمة لا تقبل الخروج عن حدود النص، متمثلة في الأسلوب الكمي. وأخرى مرنة تمتد إلى التعامل مع تحليل القوى الفاعلة في النص وتحليل أطره المرجعية، متمثلة في الأسلوب الكيفي، فإنها لم تكن كافية لمواكبة التطورات السريعة في المجال الإعلامي، ولا في مستوى تطلعات المناهج البحثية الجديدة، لتتعاطى مع الخطاب الإعلامي بما يستحقه من تحليل يبرز سماته التمييزية واستراتيجياته التي يقوم عليها ونواميسه التي ينتظم وفقها. ومن ثمة "ظلت البنيات العميقة مهملة في تحليل المضمون إلى أن انطرحت بدائل نظرية تحليل الخطاب التي اعتنت بالاستلزمات النصية والتخاطبية للخطاب الصحافي" (أحمد العاقد، 2002، ص99)، واهتمت بـ"دور المتكلم وتصرفاته بحسب أغراضه وبمقتضى الحال وكذلك أحوال السامع، وغير ذلك مما له دور هام في عملية التخاطب" (عبد الرحمن الحاج صالح،

2007، ص350)؛ كالوضع والسياق وظروف وملابسات إنتاجها. لأن الخطاب الإعلامي لا ينتج في فراغ ولا في عزلة عما يحيط به من أحداث مجتمعية، بل إنه يشكل إنتاجا لغويا ومعرفيا يعيد إنتاج المعاني والايديولوجيا المشتركة بين الإعلاميين والمتلقين من القراء والمشاهدين والمستمعين، ومن هنا تتضح مشروعيته كخطاب، واستحقاق تحليل سياقه التواصلي في ضوء أدبيات تحليل الخطاب (أحمد العاقد، 2002، ص106).

وتعود بداية اهتمام نظرية تحليل الخطاب بعملية تحليل النصوص الإعلامية إلى منتصف الثمانينيات، إذ دفعت الباحثين إلى إعادة التفكير في العلاقة بين المعنى والبنية الاجتماعية (محمد شومان، 2007، ص24)، بعدما كان يُكتفى باستخراج المعنى من البنية اللغوية للنص.

ولقد كان القصد الأسمى من تبني مقارنة تحليل الخطاب في دراسة إنتاجات الإعلام، هو إنزالها منزلة النص النسقي لتكون نمطا خاصا وجنسا نوعيا للخطاب الطبيعي، وذلك من خلال المتعلقات الأساسية للخطاب، ألا وهي: المضمون والشكل والاستدلال والمقتضى (أحمد العاقد، 2002، ص107)، والقصد والسياق والمقام والعناصر الفاعلة فيه والمتفاعلة به وملابساته وظروف إنتاجه.

وقبل تفصيل القول عن عمل نظرية تحليل الخطاب في المجال الإعلامي، نقدم تمهيدا تاريخيا وتعريفيا لمنهجية تحليل الخطاب.

1.5. أسس نظرية لمنهجية تحليل الخطاب:

لقد انبرى العلماء الغربيون نحو تحليل الخطاب، لتوفره على مفاتيح حل الكثير من الإشكالات التي واجهتهم بفعل انغلاق اللسانيات البنوية على

نفسها داخل النص، واكتفائها بدراسة الجمل دون تجاوزها إلى وحدات أكبر منها؛ كالنص أو الخطاب. ولما كانت هناك رحلة بحث امتدت من اللسانيات البنوية إلى تحليل الخطاب، فما هي اللحظة التأسيسية التي نشأ فيها تحليل الخطاب مصطلحا وتصورا؟

في سياق استعراض تاريخ تحليل الخطاب مصطلحا وتصورا، يؤكد "شارودو ومنغنو" أنه "من العسير أن نستعرض تاريخ تحليل الخطاب، لأنه لا يمكن اعتباره متأتيا عن عمل تأسيسي، ولأنه ناتج في آن واحد عن تضافر تيارات حديثة وتجديد لممارسات قديمة جدا في دراسة النصوص (بلاغة وفقه لغوية وهرمينوطيقية)" (باتريك شارودو ودومينيك منغنو، 2008، ص44)، وبهذا الصدد -أيضا- يؤكد "الدكتور حاتم عبيد" على أنه "ليس حظ تحليل الخطاب كحظ علوم كثيرة نستطيع أن نعزو نشأتها إلى علم مؤسس لا يشك أحد في أنه يمثل لحظة انبثاق العلم وتشكُّله والجهر به" (حاتم عبيد، 2013، 8).

وعلى الرغم من انعدام اللحظة التأسيسية لميلاد تحليل الخطاب، فإن معظم الباحثين يقرون بأن مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين، ظهر اتجاه في التفكير اللساني لتحليل الخطاب يمثل مبادرة نظرية علمية تجاوزت حدود الجملة في التحليل اللغوي التقليدي وهو الاتجاه التوزيعي، المتمثل في أعمال "زليغ هاريس (Z.Harris)"; حيث قدم منهجا لتحليل الخطاب المترابط (منطوقا ومكتوبا)، وقد استخدم فيه إجراءات لسانية جديدة أدرجها تحت مصطلح "تحليل الخطاب" الذي كان يعني به "توسيع الطرق التوزيعية التقليدية لتشمل ما فوق الجمل من وحدات" (باتريك

شارودو ودومينيك منغنو، 2008، ص44). ومن ثمة فإنه يرى "أن تحليل الخطاب ينطلق في معالجة مشكلتين أساسيتين تتمثل الأولى في مد اللسانيات الوصفية أبعد من حدود الجملة التي تتوقف عندها. والثانية في قضية الربط بين اللغة والثقافة. أي الربط بين السلوك (أو المقام الاجتماعي) واللغة" (صفاء جبارة، 2009، 136).

ويعد "هاريس" عند العلماء المعاصرين المهتمين باللسانيات وتحليل الخطاب، أول من تحمل هاجس البحث عن وسيلة تمكنه من تجاوز مستوى الجملة إلى مستوى أكبر منها، حيث طفق يبحث ويجرب حتى اهتدى إلى ذلك بإجراء مقارنة الجمل بعضها ببعض من حيث البنية حتى تظهر العلاقات التي تربطها، وسمى هذا الإجراء تحويلا (Transformation)، فتوصل إلى أن هناك جملا هي مثل الأصول تفرع منها جمل أخرى بعملية تحويلية. ومع ذلك فإن محاولة "هاريس" هذه تندرج -برأي الحاج صالح- في الدراسات التوزيعية، ليس إلا، وإن تجاوزت مستوى الجملة، ولم تبلغ -أيضا- ما بلغته نظرية تحليل الخطاب بالمفهوم الحديث (عبد الرحمن الحاج صالح، 2007، ص344)، غير أنه صاحب الفضل، باتفاق معظم الباحثين، في ظهور البوادر الأولى لنشأة تحليل الخطاب في المعرفة اللسانية؛ لأنه أول من استعمل مصطلح تحليل الخطاب سنة 1952 في مقال بعنوان (Discourse analysis) الذي ترجم إلى الفرنسية سنة 1969 ونشر في العدد (13) الثالث عشر من المجلة الشهيرة (LANGAGES) (بشير إبيرير، 2010، ص77).

وعلى الرغم من الانتقادات الشديدة التي وجهتها المدرسة الفرنسية منذ السبعينيات لهذا المقال؛ لكونه لا يقدر ما للخطابية من بعد نصي وتلفظي

أساسي، وحصره للمعنى في محتويات مذهبية (باتريك شارودو ودومينيك منغنو، 2008، ص 367)، إلا أن ما جاء به من إجراءات جديدة، كان بمثابة المبادرة الأولى لتأسيس اتجاهات تحليل الخطاب في الدراسات اللسانية، مما جعل اللسانيين يفكرون بجد في إعادة النظر في النظرية اللسانية، وطرحوا عدة إشكاليات ومسائل مختلفة تتعلق بعملية تكوين اللغة على المستوى النظري وكيفية اشتغالها على المستوى العملي التواصلي (خليفة الميساوي، 2012، ص 43)، فبرزت اتجاهات اهتمت بدراسة اللغة أثناء انجاز الفعل التواصلي، مثل الاتجاه التلفظي «Ennociation» المتأثر بدراسات "إميل بنفنيست Emile Benveniste" الذي يطرح بقوة مفهوم "التلفظ" باعتباره الخاصة المميزة لظاهرة الخطاب. و"رومان جاكبسون Roman Jakobson" المقترح للخطاطة التواصلية والوظائف الست، والذي أثرى الدراسة اللسانية للتلفظ من خلال تجاوزه للبعد البنوي فيها. و"ميخائيل باختين Mikhael Bakhtine" الذي كان له أثر كبير في إثراء مفاهيم التداولية وتحليل الخطاب من خلال بعض المفاهيم التواصلية كتناقل النصوص (Transtextualité) والحوارية (Dialogisme) وتعدد الأصوات (Polyphonie) ومنها أيضا مفهوم أجناس الخطاب (Genres du discours) (محمود طلحة، 2012، ص ص 20-21).

وكان لهذا امتداد كبير على ما يسمى بالمدرسة الفرنسية في تحليل الخطاب، التي تعتمد في مقاربتها تحليل الخطاب ذي النمط الكتابي في إطار مؤسساتي، بهدف تفسير الشكل البنوي لموضوعه منتجة المسلك البنوي ذي الأصول اللسانية (بشير إبرير، 2007، 84)، وظهر اتجاه آخر له امتدادات

واسعة عند الأنجلوساكسون، وقد نشأ هذا الاتجاه عبر دراسات عديدة وتجمعت فيه تخصصات ومعارف متنوعة كالإثنولوجيا والانثربولوجيا، إضافة إلى اللسانيات والتداولية، وتهتم أغلب المقاربات في تحليل الخطاب عند الأنجلوساكسون بالخصائص الداخلية للخطاب مثل: التماسك والانسجام والملاءمة، وفي هذا المنهج نشأت بعض المفاهيم مثل: الكفاءة التداولية واستراتيجيات الخطاب (محمود طلحة، 2012، ص 22).

وعليه، يمكن اعتبار تحليل الخطاب تخصصا علميا ثريا خصبا، اكتسب جدارته المعرفية وسيادته العلمية لكونه يوفر للباحث مداخل منهجية مختلفة لتحليل النصوص والخطابات، بالنظر إلى المدارس اللسانية والنقدية المختلفة، وخلفياتها النظرية ومرجعياتها الفكرية والمعرفية التي تؤطرها، فتكيف خطابها حسبها. كما يعد مثالا حيا لتضافر الاختصاصات؛ ففيه تتفاعل المعرفة اللغوية على تنوعها بالمعارف الأخرى الاجتماعية والسياسية والدينية والثقافية والإعلامية... وكذا المعرفة المنهجية الإجرائية التي تحدد مسارات التحليل وتضبط حدوده (بشير إبير، 2010، ص 01)؛ حيث "توجد تحليلات للخطاب تغلب عليها الصبغة الاجتماعية وأخرى تغلب عليها الصبغة اللسانية وثالثة تغلب عليها الصبغة النفسانية" (باتريك شارودو ودومينيك منغنو، 2008، ص 45).

ومن هنا ندرك أن تحليل الخطاب لا يتوقف عند حدود البحث اللساني الخالص، "بل يقف في الأرضية المشتركة بينه وبين التحولات الحاصلة في الحقول المعرفية المجاورة كالانثروبولوجيا والانتوغرافيا والمايكروسوسيولوجي وتحليل المحادثة والتداولية وعلم اللغة الاجتماعي وعلم

اللغة النفسي وامتداداته في معالجة النصوص والذكاء الاصطناعي" (صفاء جبارة، 2009، ص133). ومن ثمة فإن هذا العمل المتعدد المقاربات والمتضافر التخصصات لا يعد عملا مشروعاً فحسب في هذا المقام، "ولكنه يعتبر قيمة موجبة في معظم أشكال تحليل الخطاب. والمنطق وراء ذلك أن المناظير المختلفة تعطي أشكالاً مختلفة من المعرفة بشأن ظاهرة معينة، بحيث تنتج معاً فهماً أوسع نطاقاً" (محمد شومان، 2007، ص156).

إجمالاً، نخلص إلى أن تحليل الخطاب بوصفه حقلاً معرفياً متماز المعارف، لم يكن فكرة معزولة في الزمان والمكان، بل ظهرت بوادره الأولى في السبعينيات من القرن العشرين في الدراسات الأوروبية والأنجلوسكسونية نتيجة لجهود وأعمال الكثير من العلماء في مجالات معرفية متعددة، اجتمعت وتضافرت فتشكلت على أسس معرفية ومنهجية، أصبحت مع تطور البحوث والدراسات واضحة المعالم، طبقت نظرياتها ومفاهيمها إجرائياً- بعدما نضجت نظرياً- على الكثير من الخطابات، فكان الخطاب الأدبي أوفر حظاً بوصفه موضوعاً للتحليل، ثم انتقل اهتمام المختصين إلى الانفتاح على خطابات غير أدبية، ولاسيما الخطابات التواصلية التبليغية التي لها علاقة مباشرة بواقع الناس، والتي تؤثر فضاء يوميات الإنسان المعاصر داخل المجتمع، يتلقاها ويتداولها ويتفاعل معها، تعيش به ويعيش بها. ونجد من أبرز تلك الخطابات؛ الخطاب السياسي المتمثل في خطب رؤساء الدول وكلام السياسة ورؤساء الأحزاب...والخطاب الديني المتمثل في خطب الأئمة والدعاة...والخطاب القضائي المتمثل في أحكام القضاة ومرافعات المحامين داخل قاعات المحاكم، وخطاب

الوسائل الإعلامية المتنوعة الوسائط السمعية والمرئية والسمعية المرئية... وغيرها من أنواع الخطابات الأخرى.

لكن السؤال المطروح في هذه القضية، هل أخذت هذه الخطابات التداولية اليومية نصيبها الكافي من الدراسة والتحليل؟ وهل استفادت مما جاء به تحليل الخطاب من عدّة مفاهيمية وأدوات بحثية؟ هل قدمت نتائج تحليل الخطابات غير الأدبية إضافات نوعية إلى تحليل الخطاب من خلال توظيف مقارباته المنهجية؟ وما هو المنهج الأنجع لتحليل هذا النوع من الخطابات؟

6. بنيات تشكيل الخطاب الإعلامي وكيفيات تحليله:

سعيًا إلى توضيح أكثر لعمل منهجية تحليل الخطاب في المجال الإعلامي، يشير الباحثون، إلى أنها تقوم على تقرير مبادئ بنيتين متفاعلتين: واحدة كلية وأخرى خصوصية (أحمد العاقد، 2002، ص 107):

- أما البنية الكلية فتتفرع إلى نوعين رئيسيين: يتشكل النوع الأول من مجموع المبادئ العامة التي تتحكم في الخطابات الطبيعية، نحو الخطاب الإعلامي والسياسي والأدبي والثقافي والرياضي والعلمي... ويتشكل النوع الثاني من المبادئ الشاملة الموجهة للنصوص عبر الحقولية؛ أي النصوص الخاصة المتولدة عن الخطابات الطبيعية، كالنص المسرحي والسينمائي التي ينضوي أصلها تحت مظلة الخطاب الأدبي، ونصوص التلفزة والجريدة والإذاعة المنتمية لبنية أكبر منها وهو الخطاب الإعلامي.

وفي هذا المدار تؤكد صوفي مواران (S.Moirand) الباحثة المتخصصة في تحليل خطابات الصحافة اليومية، على أن البنية الكلية تستجيب لمساءلة

نصوص الإعلام أكثر مما تستجيب لإحصاء الكلمات والصيغ والأقوال (صوفي مواران، 2009، ص26)، التي تتبناها منهجية تحليل المحتوى.

- وأما البنية الخصوصية "فتنهض بالخصائص المتمثلة في القواعد الخطابية التي تولد خطابا معيناً وفقاً لألياته الذاتية، كأن نقبض على النسق القاعدي للمسرح وحده" (أحمد العاقد، 2002، ص108)، دون غيره من الأنساق الأخرى التي تنتهي إلى الخطاب الأدبي، وتقوم بدراسة واستخراج خصوصياته التي يتفرد بها، وتميزه عن باقي الخطابات المندرجة في بنيته الكبرى. وهذا الإجراء المنهجي ينسحب على خطابات الإذاعة والتلفزة والجريدة بوصفها خطابات عبر حقولية (discours Interdisciplinarité).

وتحقيقاً لما تقدم، يتحتم النظر المركز والدقيق في بنيات تشكيل الخطاب الإعلامي وكيفيات اشتغاله، من خلال الاهتمام بالأدلة النصية التي تؤلفه، والسياق المعرفي الذي ينتجه والتمثيل الذهني الذي يوظفه (أحمد العاقد، 2002، ص97)، بغية الكشف عن بنياته الكلية والخصوصية والسطحية والعميقة التي تتضمنها لغته الصريحة والضمنية، وهي بنيات يصعب تجليها بالاختصار على منهج لساني مغلق ذي إجراءات داخلية خالصة، يؤمن بكيانية العبارة اللغوية في مستواها البنوي الصوري المجرد، مستبعداً لأحوال التخاطب أو الطبقات المقامية المختلفة التي ينجز ضمنها الخطاب، وإقصائه للدلالة التي هي جوهر اللغة الإنسانية ومناطق التواصل اللغوي والاجتماعي (مسعود صحراوي، 2008، ص18)؛ "لأن فحص اللغة والكلام لن يقتصر فقط على دراسة الجمل من الناحية الصوتية والتركيبية أو الدلالية،

بل يجب أن ينتقل إلى مستوى رابع جديد يعنى بتداولية (Pragmatique) الأفعال والخطاب، بحيث لا نكتفي بالجمل لصالح دراسة الخطاب ككل؛ أي الانتقال من دراسة الكفاية اللغوية (la compétence linguistique) إلى الكفاية التواصلية" (حسن مصدق، 2005، ص 127)، ومنها إلى فعل الانجاز أو الملكة التداولية.

وإذا رمنا الانتقال من دراسة الملكة اللغوية التي تهتم بها اللسانيات البنوية، إلى دراسة الملكة التواصلية التبليغية التي تهتم بها اللسانيات الوظيفية، فما هي الإجراءات الكفيلة بهذا الانتقال؟ وإذا لم نكتف بدراسة هاتين الملكتين وابتغيانا التطلع إلى دراسة وتحليل الأفعال الكلامية والإشارات والتضمين والاستلزام الحوارية... فما هي القنوات التي يجب إتباعها للوصول إلى الغرض المنشود في الخطاب عموما والخطاب الإعلامي خصوصا؟

إن هذه التساؤلات لن نجد لها مسلكا سويا للبحث عن إجابات شافية لها، إلا من خلال ضرورة الاستثمار والاستفادة مما جاءت به مناهج تحليل الخطاب من مفاهيم نظرية، وأدوات منهجية وإجراءات تحليلية، أقلعت بدراسة الخطاب من المنهج اللساني المغلق، إلى مناهج أكثر انفتاحا على علوم أخرى كالفلسفة وعلم الاجتماع والأنثروبولوجيا وعلوم الاتصال، وأكثر قابلية لما يتلاءم مع غرضها المتمثل في الوصف المنسجم والمتكامل للنصوص والخطابات بمختلف أنواعها وسياقاتها.

7. محاولة لعقد الصلة بين تحليل المحتوى وتحليل الخطاب في

إطار البحث الإعلامي:

يرى الكثير من الباحثين، أنه من الصعب الادعاء المطلق أن مقارنة تحليل المضمون بفرعيه الكمي والكيفي، قد انحرفت -إن نظريا أو منهجيا- عن مسار

الرصانة العلمية والفحص الدقيق والملاحظة الصريحة للمادة المزمع تحليلها، بل-على النقيض من ذلك- فإن الدعوة واجبة إلى الإشادة بإسهاماتها الجادة في طرح فرضيات هامة وخلاصات فعلية في مجال الوصف العلمي للخطاب الإعلامي (أحمد العاقد، 2002، ص103)، وذلك انطلاقاً من قناعة ثابتة في تبني مبدأ تراكمية العلوم واستفادة اللاحق من معطيات السابق والإضافة إليها؛ لأن تحليل الخطاب الإعلامي يعد تاريخياً -بحسب الدكتور محمد شومان- "تطوراً مهماً لمجال التحليل الكيفي للرسائل الإعلامية وشروط إنتاجها وتفاعلاتها مع الظروف التاريخية والاجتماعية" (محمد شومان، 2007، ص33). ويمكن افتراض رحلة التراكم القائمة بين تحليل المحتوى وتحليل الخطاب من خلال رصد النقاط التالية:

- يشترك تحليل الخطاب وتحليل المحتوى في إطار البحث الإعلامي، في كونهما يهتمان بمادة بحثية واحدة، هي المادة الإعلامية الخاضعة للدراسة، أي ما يسمى لدى المهتمين بتحليل الخطاب "الخطاب الإعلامي"، وما يسمى لدى المهتمين بتحليل المحتوى "المحتوى الإعلامي"، بيد أنهما يختلفان في الأسس والمبادئ النظرية التي ينطلق منها كل واحد منهما من أجل النظر في موضوعه. كما يختلفان في الإجراءات التطبيقية أثناء معالجة موضوع الدراسة.

- إن اهتمام باحثين مختصين في تحليل الخطاب لم يبلغ اهتمام باحثين آخرين بتقنية تحليل المحتوى، ولم يقف حجر عثرة في سبيل تطور أبحاثهم. "ولقد عرفت الثمانينيات والتسعينيات تطوراً مزدوجاً: أولاً تطور تحليل الخطاب الذي اتسم بتنوع المقاربات اللسانية، والاهتمام بمدونات وسائطية واستجابية، وصعود الدراسات المفتعلة، ولكن أيضاً تطور تحليل المحتوى

الذي انفتح انفتاحا واسعا على تقنيات أخرى غير التحليل المقولي، وبعض تلك التقنيات جاء بإيحاء من اللسانيات" (باتريك شارودو ودومينيك منغنو، 2008، ص43)؛ بمعنى أن منهجية تحليل المحتوى لم تبق بعيدة عن مواكبة التطورات الحاصلة في العلوم المجاورة، كاللسانيات وتحليل الخطاب...

- إن انفتاح منهجية تحليل المحتوى في شقها الكيفي على تحليل الخطاب ليس بجديد من حيث انفتاح العلوم بعضها على بعض وتكاملها فيما بينها، بل إنه "حال المعارف الإنسانية كلها فهي تتأسس وفق حلقات تطويرية تتسع كلما أوغلنا في المستقبل، دون أن نلمح نهاية ما لهذه المعارف التي تبقى نسقا مفتوحا على نفسه وعلى انساق أخرى" (حسين خالفي، 2011، ص26). وعليه فإن سمة تكامل المعارف على المستوى العلمي، هي السمة الأساسية لعصرنا الحالي، كما أن تنوع المحتويات الإعلامية على المستوى التواصل الاجتماعي هي السمة الأساسية للحياة العامة.

- يرى الباحثان في ميدان تحليل الخطاب "شارودو ومنغنو"، أن تحليل المحتوى سابق زمنيا لتحليل الخطاب الذي إنبنى زمنيا على معارضته، غير أن التقابل الذي اشتد بين المقاربتين في السبعينيات خفت حدته اليوم، وليس من الغريب أن نصادف دراسات جادة يجرها باحثون مختصون تحاول التوفيق بين المنهجين، وهي في ذلك تعود إلى ممارسة افتتحت بالمناشير السياسية، تدور على مدونات واسعة، تؤلف بين أنواع من تحليل المحتوى، كالتحليل القضوي للخطاب والدراسات الدائرة على الأفعال اللغوية والتلفظ والإشارات (باتريك شارودو ودومينيك منغنو، 2008، ص ص 42-43) وكل ما يندرج اليوم تحت ما

يسمى بـ"الدراسات التداولية" المهمة بدراسة استعمال اللغة والخطاب في سياق تواصل اجتماعي حي.

- كان لحقل الدراسات الإعلامية محاولاته الخاصة، كما هو شأن الحقول المعرفية الأخرى التي ساهمت في بناء أسس نظرية ومنهجية لتحليل الخطاب، وذلك من خلال "بعض المحاولات الواضحة لتقديم تحليلات خطابية، توزعت على اتجاهات بحثية مختلفة، تحت منظور استثمار منجزات التحولات المنهجية الجديدة التي حدثت في إطار العلوم الإنسانية، وبشكل خاص بعد البنيوية" (صفاء جبارة، 2009، ص9).

- على الرغم من أن الفلسفة التي يقوم عليها تحليل الخطاب تميزه عن أشكال أخرى من التحليل الكمي والكيفي، إلا أن الحدود الفاصلة بينهما تتلاشى في الكثير من المواضيع، وهذا ربما ما حدا ببعض الباحثين إلى استخدام مجموعة متنوعة من التقنيات التأويلية، من أجل إجراء تحليل الخطاب من خلال استعارة طرق كيفية تقليدية، وإن كانت هذه الطرق تفترض وجود عالم اجتماعي، ثم تحاول فهم معنى ذلك العالم بالنسبة للمشاركين (عينة البحث)، فإن تحليل الخطاب يحاول استكشاف كيف تم إنشاء الأفكار والأشياء التي تسكن العالم بنظرة تفسيرية اجتماعية (محمد شومان، 2007، ص30).

إن ما تقدم طرحه، يمكن اعتباره دليلا على توفر صلة ترابط – ولو بسلك معرفي منهجي رفيع-بين منهجية تحليل المضمون بفرعيه الكمي والنوعي، ومناهج تحليل الخطاب، مع ملاحظة سرعة تقليعة تحليل الخطاب بأدواته المنهجية وإجراءاته التحليلية الحديثة، المتمثلة في المداخل والمقاربات المتنوعة

والمتعددة، مقارنة ببطء وتيرة تطور منهجية تحليل المضمون من حيث المفاهيم والأدوات.

8. خاتمة:

تعد منهجية تحليل المضمون بشقيه الكمي والنوعي، إحدى الأدوات البحثية الأساسية التقليدية التي يعتمد عليها الباحثون إلى يومنا هذا في تحليل النصوص الإعلامية المختلفة، سواء أكانت نصوصا صحفية أم مضامين إذاعية أم تلفزيونية، وذلك وفقا لاستراتيجية بحثية يتم فيها تحديد أهداف الدراسة ونوع العينات وطبيعة فئات المضمون المستهدف تحليلها.

وما يؤخذ على هذه المنهجية، بناءً على ما تقدم، أنها تتوخى ضبط المضامين المعرفية للنصوص الإعلامية في مستوياتها الدلالية الصريحة، وعدم تحملها عناء البحث في المستويات الدلالية غير الصريحة. وهذا ما أدى إلى انفتاح الكثير من الباحثين في الدراسات الإعلامية على تبني مناهج تحليل الخطاب. وفي المقابل انفتح المختصون في تحليل الخطاب على دراسة النصوص والخطابات الإعلامية بمختلف أنواعها. وبذا تكوّنت علاقة تكامل بين المقاربتين بعدما كانت علاقة تأثر واستمداد.

9. قائمة المراجع:

- باتريك، شارودو ودومينيك، منغنو. (2008) معجم تحليل الخطاب، (ترجمة عبد القادر المهيري وحمادي صمود)، تونس، سلسلة اللسان، منشورات دار سيناترا، المركز الوطني للترجمة.
- العاقد، أحمد. (2002)، تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة، الدار البيضاء-المغرب، دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- إبيرر، بشير. (2007)، تعليمية النصوص بين النظرية والتطبيق، الأردن، عالم الكتب الحديث.
- إبيرر، بشير. (2010)، دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي، إربد-الأردن، عالم الكتب الحديث.
- عبيد، حاتم. (2013)، في تحليل الخطاب، ط1، الأردن، دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع.
- مصدق، حسن. (2005)، النظرية النقدية التواصلية، يورغن هابرماس ومدرسة فرانكفورت، ط1، الدار البيضاء-المغرب، المركز الثقافي العربي.
- خالفي، حسين. (2011)، البلاغة وتحليل الخطاب، ط1، الجزائر، منشورات الاختلاف.
- الميساوي، خليفة. (2012)، الوصائل في تحليل المحادثة، دراسة في استراتيجيات الخطاب، ط1، إربد-الأردن. عالم الكتب الحديث.
- زكي قاسم، رياض. (2007)، اللغة والإعلام، ضمن كتاب اللسان العربي وإشكالية التلقي، لبنان، مركز دراسات الوحدة العربية.

- شعبان، زكريا. (2011)، اللغة الوظيفية والاتصال، إربد-الأردن، عالم الكتب الحديث.
- شريف، اللبان وهشام، عبد المقصود. (2012)، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، ط2، القاهرة-مصر، الدار العربية للنشر والتوزيع.
- جبارة، صفاء. (2009)، الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل، ط1، عمان-الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- صوفي، مواران. (2009)، ملاحظة وتحليل وفهم خطاب الصحافة اليومية، (ترجمة عبد المجيد جحفة)، لبنان، الدار العربية للعلوم ناشرون.
- الحاج صالح، عبد الرحمان. (2007)، بحوث ودراسات في اللسانيات العربية ج1، الجزائر، موفم للنشر، 2007.
- عزي، عبد الرحمان. (2010)، دعوة إلى فهم علم الاجتماع الإعلامي، ط1، بيروت-لبنان، الدار المتوسطة للنشر.
- شرف، عبد العزيز. (2000)، علم الإعلام اللغوي، لبنان، مكتبة ناشرون.
- البكاء، محمد. (2010)، الإعلام واللغة، مستويات اللغة والتطبيق، دمشق-سوريا دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع.
- شومان، محمد. (2007)، تحليل الخطاب الإعلامي، أطر نظرية ونماذج تطبيقية، ط1، مصر، الدار المصرية اللبنانية.
- طلحة، محمود. (2012)، تداولية الخطاب السردية، دراسة تحليلية في وحي القلم للرافعي، ط1، إربد-الأردن، عالم الكتب الحديث.

- صحراوي، مسعود. (2008)، التداولية عند العلماء العرب، دراسة تداولية لظاهرة الأفعال الكلامية في التراث اللساني العربي، ط1، الجزائر، دارالتنوير.
- نبيل علي. (1994)، العرب وعصر المعلومات، الكويت، عالم المعرفة.