

تقنية تحليل المضمون في البحث الكمي

1- تعريف تحليل المضمون:

نتبئ في هذه المحاضرة ما أوردته الباحثة "نوال محمد عمر" من تعريف لتحليل مضمون مواد الإعلام والاتصال، حيث ترى بأنه " تفكير ما ينتجه القائمون على وسائل الاتصال الجماهيري المكتوبة والمسموعة والمرئية - وحتى موقع الانترنت على اختلافها- من مضمamins اتصالية متنوعة، إلى أجزاء مادية، تسمح بكشف الرموز والصيغ المختلفة المستخدمة في التعبير عن القيم والأفكار المراد تبليغها إلى الطرف الآخر في عملية الاتصال".

2- أنواع تحليل المضمون:

حدد الباحثون نوعين لتحليل المضمون كالتالي:

1.2- **التحليل الكمي:** وهو التحليل القائم على تفسير البيانات تفسيراً كمياً، بحسب درجة ترددتها في أشكالها المختلفة (المساحة- الزمن- الكلمة- الجملة- الموضوع)، التي تستخدم كأجزاء مادية تسجيلية في القياس العددي لظهورها في المادة المدرسة.

2.2- **التحليل الكيفي:** وهو التحليل الذي لا يهتم بلغة الأرقام في تفسير المضمamins المدرسة، بل يركز على إبراز ما تتميز به الأشياء من خصائص وصفات تميزها عن بعضها البعض. مثل القول أن صفات المجتمعات النامية هي التخلف الصناعي، وإجراء المقارنات بينها، لإظهار الفروقات، والقيام بنقد الحقائق وصياغة النتائج بأسلوب كيفي. أي من خلال التعبير عنها بكلمات وألفاظ. وعادة ما يستخدم هذا النوع من التحليل في تفسير النتائج الرقمية المتوصّل إليها في التحليل الكمي، والتعليق عليها في استخلاص النتائج.

والجدول الآتي يبيّن أهم الفروق بين التحليل الكمي والكيفي الذي تبنّاه الباحث "رشدي طعيمة":

جدول يبيّن أهم الفروق بين التحليل الكمي والكيفي

التحليل الكمي	التحليل الكيفي
1/ خلال التحليل الكمي تكون القراءة الأولية للمضمون الذي تحويه المادة العلمية بهدف اختبار مدى صحة الفرض.	1/ خلال التحليل الكيفي تكون القراءة الأولية للمضمون الذي تحويه المادة العلمية بهدف تكوين الفرض وإدراك العلاقات.
2/ تتبع في التحليل الكمي بعض الإجراءات التي تهدف إلى إصدار أحكام موضوعية حول خصائص المضمون.	2/ تتبع في التحليل الكيفي بعض الإجراءات التي تهدف إلى الخروج بانطباعات للباحث عن خصائص المضمون.
3/ يهتم التحليل الكمي بالترتيب أو درجة الأهمية للصفات أو الظواهر لقياس الترتيب القيمي لها للخروج بأهمية نسبية لها.	3/ يهتم التحليل الكيفي بالصفات المتعارضة للمضمون (مؤثر/ غير مؤثر- إيجابي/ سلبي- مؤيد/ معارض) للخروج باتجاهات عامة.
4/ يلتزم التحليل الكمي بقواعد ثابتة في إجراءات التحليل، بحيث يتاح للغير الفرصة للقيام بالتحليل باتباع نفس القواعد.	4/ لا يلتزم التحليل الكيفي بقواعد ثابتة في إجراءات التحليل لمرونة الملاحظات الوصفية الصادرة عنه.
5/ يركز التحليل الكمي على الوصف المباشر للمضمون، وليس على أثره على الطرف الآخر، ولا على قصد مؤلف المضمون أو نيته.	5/ يركز التحليل الكيفي بشكل أكبر على قصد المؤلف للمادة العلمية وأثرها على الطرف الآخر المستقبل لها.
6/ يركز التحليل الكمي على شكل المضمون ووصفه بالدرجة الأولى دون حاجة لما يعكسه من ظواهر خفية قد تكون خفية أو غير واضحة بشكل صريح.	6/ يركز التحليل الكيفي على المضمون من ناحية اعتباره انعكاساً لظاهرة ما أو اتجاه ما معين بصرف النظر عن وصف هذا المضمون وشكله.
7/ يستخدم التحليل الكمي عادة أقساماً فرعية أكبر للتحليل بحيث تتضمن قوائم التحليل متغيرات	7/ يستخدم التحليل الكيفي عادة أقساماً فرعية قليلة للتحليل بحيث لا تتضمن قوائم التحليل متغيرات

<p>فرعية كثيرة لكثره مشكلات التعريف لارتباط التحليل بالوجود النسبي للظواهر في المضمون.</p>	<p>فرعية كثيرة حيث تكون مشكلات التعريف بسيطة لارتباط التحليل بالوجود أو عدم الوجود للظاهرة فقط.</p>
<p>8/ يفيد التحليل الكمي في موضوعات ذات المحتوى الواضح أو الصريح حيث يسهل حل مشكلة الثبات لهذا التحليل إذا كان المضمون غير صعب التركيب.</p>	<p>8/ يفيد التحليل الكيفي عادة في الموضوعات المعقدة التي يتناولها المضمون حلاً لمشكلة الثبات التي تتطلب شروطاً صعبة يكسر من حدتها التحليل الكيفي لاعتماد هذا التحليل على الأثر والانطباع العام بشكل كلي.</p>

3- الخلاف حول التكيفي المنهجي:

تتصدر المشكلة الخاصة بالخلاف حول التكيفي المنهجي لتحليل المضمون، وتحديد موقعه من المناهج وأدوات البحث العلمي المشكلات الخاصة بهذا المنهج وتطبيقاته في البحوث العربية، ويتركز الخلاف حول اعتباره منهجاً من مناهج البحث *Méthode*، أم أسلوباً *Technique* لجمع البيانات وتنظيمها. وعلى الرغم من ظهور هذا الخلاف في البحوث العربية، الذي يعكس قدر الاهتمام بهذا المنهج/الأسلوب واستخداماته، نجد أنه لا يمثل اهتماماً في تراث تحليل المضمون في الدراسات والبحوث الغربية.

ويرجع السبب الأول إلى الترجمات من الإنجليزية إلى العربية، التي تعثرت لما ترجمت مصطلح "Tool" إلى منهج. والكلمة بالإنجليزية تعني حرفيًا الأداة أو الوسيلة، ونحن نعرف أنه في المنهجية الأداة هي التي تمكن من تجميع المعلومات بالتقنية وليس بالمنهج.

ويعود اعتبار تحليل المضمون على أنه منهجاً إلى الانبهار الذي يحس به الباحث لما يستخدم هذه الأداة عند تطبيقه لمرافقها وإجراءاتها المنظمة والصارمة والحصول على نتائج لم يكن يحسب لها حساباً.

ومن ذلك نجد كلاً من "مختر التهامي"، "إبراهيم إمام"، "زيдан عبد الباقي" يعتبرونه منهجاً قائماً بذاته، وفي ذلك يقول هذا الأخير: "المنهج الرئيس الذي يستخدم في البحث في مواد الاتصال بالجماهير، ويجمع بين المنهج التجريبي الذي يقوم بجمع البيانات التي يتناولها بالتحليل، والمنهج التاريخي الذي يحصل على مادته الخام من بطون التاريخ ومؤلفاته".

غير أنه لما نستخدم تقنية المقابلة أو الاستماراة مثلاً فهي كذلك لها إجراءاتها البحثية الصارمة وخطواتها العلمية الدقيقة، فلم قد تنت الأختيرتان بأنهما تقنيتان لتجمیع المعلومات ولا يكون الأمر نفسه بالنسبة لتحليل المضمون؟ ثم إن المنهج في حد ذاته يتطلب توسيف تقنيات. فإن كان تحليل المضمون منهجاً، فما هي التقنيات التي يمكن أن تستخدم فيه؟

نعتقد بأن هذا التناقض يجسم المسألة و يجعلنا نفسر أسباب تبنّتنا من أن تحليل المضمون مجرد تقنية كباقي التقنيات الأخرى المستخدمة في حقل العلوم الإنسانية. والدليل على أنه تقنية استخدامه في الدراسات المسحية التي تهتم بالدراسات الإعلامية التي تعنى بدراسة متعاقبة لمسح الصحف التي تغطي أحداثاً سياسية مصرية في دولة ما، أو لمسح يعني بتحديد خصائص مستخدمي المواقع الاجتماعية.

وهذا ما يؤكده الباحث "سمير حسين" على أنه ليس منهجاً قائماً بذاته، وإنما هو مجرد أسلوب وأداة يستخدمها الباحث ضمن أساليب أخرى في إطار منهج متكامل، هو منهج المسح في الدراسات الإعلامية، حيث يسعى الباحث إما إلى مسح جمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين أو مسح الرأي العام، أو مسح الوسائل الإعلامية، أو مسح المضمون.

4- مراحل تحليل المضمون:

إن الاستخدامات الكبيرة والواسعة لأداة تحليل المضمون في تحليل مواد الاتصال وغيرها من المواد الأخرى في العلوم الاجتماعية والإنسانية، دفع الباحثين إلى التفكير في تثبيت الجوانب المنهجية لهذه الأداة، يلخصها الباحث "يوسف تمار" في الخطوات الآتية:

- مجتمع البحث.
- عينة البحث.
- فئات التحليل.

- وحدات التحليل وسياقها.
- صدق وثبات التحليل.
- **1.4- تحديد وحدات التحليل:**

لما كان تحليل المضمن يسعى إلى وصف عناصر المضمن وصفاً كمياً، فكان من الضروري أن يتم تقسيم هذا المضمن إلى وحدات تحليل؛ أي إلى مقاطع محددة من رسالة أو مجموعة من الرسائل ممثلة لنفس خصائص وطبيعة الفئة. فهي الشيء الذي نقوم بحسابه فعلاً، واختيار إدراها أو مجموعة منها لا يكون اعتمادياً، بل تتحكم فيه طبيعة الإشكاليات والفرضيات التي ينطلق منها الباحث، ومرتبطة أيضاً بطبيعة المضمن المراد تحليله، مضمن مكتوب، سمعي- بصري، رسوم..، كما قد ترتبط بالفئة أو الفئات المختار، لأن حساب الوحدات وتكرارها يعني في نهاية المطاف حساب الفئة وطبيعتها واتجاهها.

وتنقسم هذه الوحدات بحسب ما ذهب إليه الباحث "بيرلسون" إلى خمس (05) وحدات رئيسية هي:

- 1. وحدة الكلمة Word:** تعد وحدة الكلمة أصغر وحدات التحليل، وقد تكون رمزاً أو مصطلحاً مثل (الحرية، الإرهاب، السلام، الاستقلال..)، وتعد وحدة الكلمة الوحيدة الأصغر والأسهله من الوحدات التي يمكن التعامل معها.
- 2. وحدة الموضوع (الفكرة) Theme:** وهي وحدة تحليل مهمة، وغالباً ما يكون الموضوع (الفكرة) جملة أو فقرة.
- 3. وحدة الشخصية Character:** وتستخدم في تحليل المضمن الإخباري والدرامي للبرامج الإذاعية والتلفزيونية، وعند دراسة القصص والروايات والكتب التاريخية والسيرة الذاتية، حيث يختار الباحث هذه الوحدة في إطار تحليل الشخصيات المشاركة في البرنامج القافي أو السياسي أو الاقتصادي وتحديد خصائصها العامة.
- 4. وحدة المفردة (أو الفن الإعلامي) Item:** وهي ما تسمى أحياناً بالوحدة الطبيعية، وتختلف هذه الوحدة باختلاف الدراسة، فمنها ما يكون كتاباً، أو مجلة، أو قصة، أو برنامجاً إذاعياً أو تلفزيونياً وما شابه ذلك. ويمكن اختيار وحدة المفردة التي تمثل البرنامج التلفزيوني أو الأشكال المرتبطة بالأخبار أو المقالات أو الصور الصحفية أو التحقيقات.
- 5. وحدة المساحة والزمن Space and Time:** وهو المقياس المادي المستخدم لقياس المضمن الذي يلتجأ إليه الباحث للتعرف على المساحة التي شغلتها المادة الإعلامية المنشورة في الكتب أو الصحف أو المطبوعات، والمدة الزمنية التي استغرقتها المادة الإعلامية المذاعة بالراديو أو المعروضة في التلفزيون للتعرف على مدى الاهتمام والتركيز بالنسبة للمواد الإعلامية المختلفة موضع التحليل.

2.5- فئات تحليل المضمن:

تستخدم أداة تحليل المضمن في مختلف مجالات البحث الإعلامي المعنية برصد وترصيف النصوص الإعلامية المختلفة، ويتضمن تحليل المضمن عدة عمليات فرعية، لعل أهمها العملية الخاصة بتحديد فئات تحليل المضمن، وهي عملية تعد من أهم عمليات التحليل، إذ أنها تمثل مجال البحث الفعلي.

وفئات هي مجموعة من التصنيفات، يقوم الباحث بإعدادها طبقاً لنوعية المضمن ومحفظاته وهدف التحليل، لكي يستخدمها في وصف هذا المضمن وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول، وبما يتيح إمكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسور.

غالباً ما ترتبط عملية التصنيف وتحديد الفئات في تحليل المضمن بمفهوم التجزئة، أي تحويل الكل إلى أجزاء (وحدات)، قابلة للعد والقياس ذات مواصفات وخصائص طبقاً لمحددات ومعايير يتم وصفها وصفاً دقيقاً، لأن نجاح تحليل المضمن يتوقف بشكل أساسي على الفئات المستخدمة في التحليل، ودقة وضوحها، وتكليفها مع مشكلة البحث ومع طبيعة المضمن، وتعتبر هذه العملية من أكثر المراحل صعوبة، وتحتاج إلى دقة ومهارة باللغة من الباحث.

ولا توجد فئات نمطية صالحة لكل أنواع البحوث، بل يتوقف اختيارها على إشكالية البحث وأهدافه، كما يتوقف على طبيعة المحتوى المراد تحليله وطبيعة الدراسة وكيفيتها، أما ما سوف يعرض من فئات فهي الأكثر شيوعاً في بحوث الإعلام والاتصال، وفي مجالات معرفية كثيرة أخرى التي تسعى إلى استنطاق مضمون، وعليه جاء تقديمها هنا من باب التوجيه وإمكانية فتح مجال للباحث المبتدأ للاختيار، فإذا لم يجد الباحث ما يهمه منها، فله الحرية في إنشاء منظومة من الفئات تخدم بحثه، وتجيب عن إشكاليته، ينبغي فقط تعريفها، وضبطها ضبطاً دقيقاً.

وتنقسم فئات تحليل المضمن إلى قسمين رئيسيين هما:

أولاً: فئات الموضوع (ماذا قيل؟):

والتي تمثل مجموعة من الفئات التي تصف المعاني والأفكار التي تظهر في المحتوى، وتتضمن فئات فرعية أهمها:

- 1. فئة الموضوع:** وهي الفئة الأكثر استخداماً في دراسات تحليل المضمن، والتي تقوم بتصنيفه وفقاً لموضوعاته مع الإجابة عن التساؤل الأساسي الخاص بالموضوع، أو مجموعة الموضوعات التي تدور حولها المادة الإعلامية.

2. **فئة الاتجاه:** والتي توضح التأييد أو الرفض أو الحياد في المضمون للمواقف أو القضايا أو الموضوعات المتضمنة فيه. بينما توضح فئة الموضوع أن 50% من المضمون يركز على قضية معينة، توضح فئة الاتجاه أن هذه النسبة تؤيد أو تعارض هذه القضية.

3. **فئة المستويات:** والتي يطلق عليها بعض الباحثين اصطلاح فئة الأسس إشارة إلى الأساس الذي تم بمقتضاه تصنيف اتجاه المضمون.

4. **فئة القيم:** وترتبط هذه الفئة بفئة المستويات والأسس، ويطلق عليها الباحثون أحياناً مصطلح (الأهداف)، وأحياناً أخرى (الاحتياجات)، إذ تسعى إلى معرفة ما يريد الجمهور، وما يتطلع الحصول عليه.

5. **فئة الأساليب المتبعة:** تتعامل هذه الفئة مع الطرق والوسائل التي اتبعت لتحقيق النتائج والنهايات، وتدرج تحت هذه الفئة الأساليب كافة التي اتبعت لعرض الفكرة وشرحها، وهل هي أساليب تحليلية أم دعائية أم إملاء آراء واتجاهات معينة.

6. **فئة السمات:** ويطلق عليها أحياناً فئة القدرات، وتقوم هذه الفئة بوصف الخصائص الشخصية، وأهم السمات السيكولوجية، وبعض الأساليب الوصفية الأخرى والتي تسعى إلى وصف سمات الأفراد المتضمنين في الاتصال وخصائصهم.

7. **فئة المثل (الفاعل):** وتستخدم في دراسة الشخص أو المجموعة التي تظهر في موقع مركزي أو قيادي كمحركة للأحداث.

8. **فئة مصدر المعلومات:** وهي الفئة الخاصة بالكشف عن الشخص أو المجموعة أو جهة مصدر المعلومات، وتتمثل أهم هذه المصادر في الأشخاص، الصحف، المحطات الإذاعية أو التلفزيونية وغيرها من المصادر الأخرى.

9. **فئة الجمهور المستهدف:** وتستهدف هذه الفئة معرفة الجمهور الذي يستهدفه القائم بالاتصال بالمادة الإعلامية الموجهة إليه بصفة خاصة.

ثانياً: فئات الشكل (كيف قيل؟):

وتهتم برصد شكل عرض المادة الإعلامية، وعادة ما تحاول الإجابة عن السؤال (كيف قيل؟)، وتصدر أهمية هذه الفئة من قوة تأثير شكل التقديم والعرض أو الكتابة في قناعات المستقبلين، إذ كثيراً ما يميل المستقبلون إلى الرسالة الإعلامية من مجرد شكلها، بل هي النافذة الأولى التي يتعرفون من خلالها على الرسالة. ومعروف أن الشكل يحمل في ذاته دلالات معينة يقصد بها القائم بالاتصال، فأسلوب الكلام، المؤثرات الصوتية، الألوان، الإيماءات.. لا تستخدم صدفة، بل بقصد وعناية كبيرين غالباً. وهو ما يسعى أسلوب تحليل المضمون لرصده واستكشافه. ومن أهم الفئات التي يعنيها الدارسون في الشكل نجد:

1. **فئة أساليب الإقناع:** وهي الوسائل التي يوظفها المرسل من أجل تأكيد أقواله، أو تحقيق أهدافه وقيمه، وتتلخص بالإجمال في الأساليب العقلية والأساليب العاطفية.

2. **فئة موقع النشر:** وتوضح مدى الاهتمام بعرض وإبراز الموضع على الكتاب أو الصفحات أو الموقع أو في التلفزيون، فدون شك ما يخير له الواجهة سوف لن يكون كالذي في الأخير.

3. **فئة المساحة:** هي الفئة التي تقيس الحجم المتاح من الزمن والمكان أو الحجم. إذ معروف أنه في الرسالة الإعلامية ثمة تلازم طردي بين الاهتمام والحجم، فكلما زاد الحجم زاد الاهتمام والعكس صحيح.

4. **فئة القوالب الفنية:** وهذه الفئة تعنى خاصة بفنون الكتابة الصحفية، وقد تتعذر إلى بعض أشكال الاتصال الأخرى كالموقع الإلكتروني وصفحات شبكات التواصل والمدونات..، وهي تسعى إلى معرفة القالب الفني الذي قيلت فيه الرسالة، خبر، حديث، مقال، عمود، صورة، كتابة، مقطع مسموع، مقطع مشاهد، تعليق،.. إلى غير ذلك من القوالب الفنية.

5. **اللغة:** ويقصد بها اللغة التي قدمت فيها الرسالة، وهنا يقدم الباحثون العديد من التصنيفات مثل: لغة فصحى/ لغة دارجة أو عامية/ لغة مختلطة/ لغة أجنبية.. .

6. **العناصر التوبوغرافية:** ويقصد بها الكيفية التي يتم بها إخراج المادة الإعلامية، ويمكن أن تضم هذه الفئة العديد من الفئات الفرعية، على غرار: فئة العنوانين (بنط العنوان- مكانه- نوعه- صياغته- لونه- عدد كلماته)، فئة اللقطات (زاويتها- تحريكها- تكرارها)، فئة المقاطع المذاعة أو المسموعة.

7. **الإخراج الفني:** وتشمل الأصوات، الموسيقى، روايا الرؤية، اللقطات.. إلى غير ذلك.

8. **الألوان:** ألوان داكنة، ألوان خفيفة، ألوان جذابة.. إلى غير ذلك.

3.5- الصدق والثبات:

يعد جمع البيانات عملية أساسية في أي بحث علمي، ولذلك فإن أدوات جمع البيانات وأدوات القياس ضرورة لازمة مهما كان نوع البحث. وهناك صفتان أساسيتان لابد من توافرهما في أدوات جمع البيانات، وهما الصدق والثبات. وكلاهما ضروري لأية وسيلة قادرة على جمع البيانات، وهما الصدق والثبات. وكلاهما ضروري لأية وسيلة قادرة على جمع البيانات بفاعلية، ويجب على كل مستخدم لوسائل جمع البيانات أن يكون ملماً بطرق تحقيق الصدق والثبات، حتى يستطيع تحقيق صدق وثبات الأدوات التي يبنيهما لجمع البيانات، بحيث تكون أدواته صالحة لقياس متغيرات البحث فياساً سليماً.

وفيما يتعلق بتحليل المضمنون، فنجد أن من شروط نجاح التحليل التأكيد من صدق وثبات أدواته، وبعد أن يحدد الباحث الفئات والوحدات تحديداً دقيقاً، ويصمم استماره التحليلي، ويوضع خطة واضحة مفصلة لعملية التحليل، تكون أداة التحليل جاهزة للتطبيق، ولكن ينقصها الصدق والثبات اللذان يعدان من أهم عوامل نجاح البحث العلمية عامه وتحليل المضمنون خاصة، لأن الموضوعية لا يمكن أن تتحقق بمعزل عن صدق الأداة وثباتها.

أ- صدق التحليل Validity: يقصد باختبار صدق أداة التحليل مدى قدرتها على أن تقيس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلاً، بحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية، وبحيث تعكس المعنى الحقيقي والفعلي للمفاهيم الواردة في الدراسة بدرجة كافية؛ أي أن اختبار الصدق يسعى لتأكيد صحة أداة البحث أو المقياس المستخدم في الدراسة وصلاحته بدرجة عالية من الكفاءة والدقة.

ولتحقيق درجة عالية من الصدق، يجب التحديد الدقيق لفئات التحليل والوحدات، وتعريف كل فئة ووحدة تعريفاً دقيقاً واصحاً شاملة متفقاً عليه، ثم عرضها على مجموعة من المحكمين للحكم على مدى صلاحتها، قصد إثراها والتحقق من عمليتها، وإبداء الملاحظات التي يمكن أن تزيدها وضوها ودقة.

وتذكر الأبيات المتخصصة في هذا المجال أن الصدق يتضمن العديد من الأنواع: الصدق الظاهري Face validity، صدق المحتوى Content validity ، صدق المفهوم Factorial validity ، الصدق العاملی Concurent validity ، الصدق التجاري Empirical validity ، الصدق التنبؤي Predictive validity ، الصدق التلازم Congruent validity ، الصدق التطابقي validity، ويشير الصدق الظاهري إلى ما إذا كانت الأداة المستخدمة حقاً تقيس نفس السلوك المراد قياسه، أما صدق المحتوى فيشير إلى مدى تطابق المحتوى مع فقرات القياس والتحليل، وصدق المفهوم يقصد به أساساً إجرائية المفاهيم، والسبل المؤدية إلى حسن قياسها أو قياس مؤشراتها الواقعية، فيما يشير الصدق العاملی بالبحث لإيجاد الصدق عن عوامل مشتركة تقيسها عدة اختبارات صادقة لنحدد اشتراك هذه الاختبارات في قياس تلك العوامل، ويفيد الصدق التجاري في قياس مدى الصدق على الانفاق أو الارتباط بين نتائج الاختبار الذي ننوي الكشف عن صدقه ونتائج اختبار آخر.. إلى غير ذلك.

ب- ثبات التحليل:

للثبات مفهوم واحد يلتقي به الباحث العلمي، ومع ذلك تتفاوت أساليب التحقق منه من مجال إلى آخر، كما يتفاوت الإحساس بأهميته من دراسة إلى أخرى. وهو يعني "أن كل باحث يستخدم نفس الإجراءات المطبقة على مادة معينة سوف ينتهي إلى نفس النتائج".

وقد جرت العادة في دراسات تحليل المضمنون أن يقوم الباحث باختبار أدوات بحثه على المادة المدروسة، ثم يعرض هذه الأدوات على مجموعة من المحكمين أو القائمين بالترميز، ويرشدهم إلى توظيف هذه الأدوات في المادة المدروسة، ثم يقارن إثر ذلك ما توصل إليه، وما توصل إليه الحكم. هذه المقارنة تحدد درجة ثبات الأدوات المستخدمة في الدراسة: فإن كانت استنتاجات الباحث والحكم متماثلة أساساً، فإن تقنيات البحث ثابتة، وإن كانت غير متماثلة أو متباعدة أو متناقضة، فإن ذلك يعني واحداً من الأمرين الآتيين:

- أ- أن هذه الأدوات لا تتمتع بالثبات، ومن ثم لابد من إعادة النظر في استخدامها.
- ب- أو الإرشادات التي قدمها الباحث إلى الحكم غير واضحة، أو غير مفهومة، وهو ما يستدعي إعادة صياغة هذه الإرشادات مرة أخرى، بحيث لا تتضمن أي شيء آخر عدا الاستعمال الأمثل لأدوات البحث، الأمر الذي يقلل من الانحياز الذي يحدث عندما يحاول الباحث توجيه الحكم وفقاً لتوقعاته، ويتعين في الجانب الآخر أن يكون الحكم ملماً بالإطار العام الذي يميز البحث؛ حتى يمكن من تقديم أحکام مؤهلة عن أدوات البحث؛ إذ أن هناك علاقة تكاملية بين مفاهيم البحث وأدواته.

وهناك ثلاثة طرق شائعة لاختبارات الثبات هي:

1- **طريقة الاختبار وإعادة الاختبار:** في هذه الحالة يجري الاختبار مرتين على نفس المادة وبنفس الأسلوب، ويعتبر أن الثبات قد تحقق ما لم يحدث تغيير في النتائج التي تم التوصل إليها في الاختبارين.

وفي تحليل المضمون يستخدم فرد آخر لإجراء الاختبار المكرر باتباع نفس تعليمات الترميز على نفس المادة، وتقارن النتائج التي يصل إليها مع نتائج الاختبار الأول للتحقق من قدر الثبات. ويتوقفنجاح هذه الطريقة على وضوح تعليمات الترميز، ومهارة القائمين بالترميز حتى لا يتسرّب خطأ في الاختبار أو إعادةه نتيجة هذه العوامل والسيطرة عليها.

2- **طريقة التقسيم النصفي:** وتبعاً لهذه الطريقة يقسم المحتوى إلى نصفين أو أكثر، وتنتمي عملية الترميز على كل جزء منها على حدة باتباع نفس أسلوب الترميز، ثم تقارن النتائج في النهاية ليشير الانفاق أو الاختلاف بينها إلى مستوى الثبات.

3- **طريقة الأشكال المتكافئة أو المتعادلة:** وتحتاج هذه الطريقة إعداد صورة متكافئة مع المحتوى أو المادة التي تمت عليها عملية الترميز، ويجري الاختبار على هذه الصور ثم تقارن النتائج بعد ذلك.

ومن أشهر الطرق لحساب الثبات بين المرمزين "طريقة هولستي Holsti"، وفق المعادلة الآتية:

$$\text{ثبات هولستي}^2 = \frac{\text{حيث أن:}}{n+1}$$

ت: هي عدد الحالات التي يتفق فيها المرمان.

ن: هي عدد الحالات التي قام بترميزها المرمز رقم 01.

ن₂: هي عدد الحالات التي قام بترميزها المرمز رقم 02.

مثال: إذا قام مرمان بترميز 100 وحدة، واتفقاً في 70 حالة، فإن معامل ثبات هولستي سيكون على النحو الآتي:

$$\text{معامل ثبات هولستي} = \frac{(70)^2}{200} = \frac{140}{100+100} = 0.7.$$

وفي حالة أكثر من مرمزين، تكون المعادلة كالتالي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{n(\text{متوسط الانفاق بين المحلفين})}{(n-1)(\text{متوسط الانفاق بين المطابق})} \quad \text{حيث: } n \text{ تمثل عدد المحكمين.}$$

و قبل القيام بتحليل المضمون يجب أن تصل النسبة إلى درجة يحصرها بيرلسون فيما بين 0.78 إلى 0.99. ويشير "نيوندورف Neuendorf" إلى أن معامل الثبات إذا وصل إلى 0.90 أو أكثر يكون مقبولاً في كل الحالات، أما إذا وصل إلى 0.80 أو أكثر فهو يكون مقبولاً في معظم الحالات، أما إذا كان 0.70 فهو مقبول في حالة البحوث الاستكشافية.

ويجدر في الأخير بيان العلاقة بين الصدق والثبات في البحوث الكمية، وذلك بالإشارة إلى أن توافر الصدق قد يكون كافياً لتوفيق الثبات لكنه بالطبع ليس ضروريًا له، أما الثبات فهو شرط مسبق ضروري ولكنه غير كاف لصدق أدوات البحث. فمثلاً بعد ثبات استماره تحليل المضمون (اتفاق المحلفين على فئاتها) شرعاً ضروريًا لصدق هذه الاستمارة، لكنه يعد غير كاف لأنَّه قد لا يضمن مثلاً كون الفئات المتفق عليها تغطي كل المجالات المستهدفة تغطيتها في البحث.. وفي هذا السياق، هناك ما يسمى بـ"الصدق الذاتي" لقياس العلاقة بين الصدق والثبات من خلال حساب "الجزر التربيعي لمعامل الثبات"، سواء تعلق الأمر بإعادة تطبيق الاختبار (معامل ارتباط بيرلسون مثلاً)، التجزئة النصفية (معامل سبيرمان مثلاً) أو التباين (معادلة ألفا كرونباخ مثلاً)؛ أي أنه يساوي الجزر التربيعي لإحدى هذه المعاملات (معامل الثبات)^{1/2}. وبالطبع كلما انخفضت قيمة معامل الثبات انخفضت قيمة الصدق لكونها نتاج جزء التربيعي.

6- **مزايا تحليل المضمون وعيوبه:**

لتحليل المضمون العديد من المزايا والعيوب، من بينها:

أ- **المزايا:**

- لا يوجد اتصال مباشر مع أفراد العينة.
- لا يوجد تحيز في تحليل البيانات.
- يمكن إعادة إجراء الدراسة مرة أخرى.
- يتيح بسهولة التتبع عبر الزمن لظاهره ما.

بـ- العيوب:

- يحتاج لجهد مكتبي كبير.
- يتقييد الباحث بالنصوص؛ أي لا يوجد مرؤنة.
- لا يعني الباحث بأسباب كتابة المحتوى، لأنه يصف ما هو موجود فقط.