الفرق بين تحليل الخطاب وتحليل المضمون

يعتبر تحليل المحتوى من أهم الأدوات التحليلية التي كثيرا ما تتداخل مع تحليل الخطاب مع التأكيد الأولي على ان تحليل الخطاب هو مقاربة نظرية قبل أن يكون منهجا بحثيا في أن تحليل المحتوى هو تقنية بحث للوصف الموضوعي والكمي للمحتوى الظاهر للاتصالات بهدف تفسيرها.

أهم الاختلافات[1]:

- أن تحليل المحتوى أداة نشأت ضمن العلوم الاجتماعية في حين ان تحليل الخطاب نشأ ضمن اللسانيات (اللغوية تحديدا) بحيث شكل قطيعة داخلية في هذا المجال المعرف.
- يفترض تحليل المحتوى شفافية الخطاب بالنسبة للواقع، أي اعتبار أن النصوص والخطابات هي انعكاس شفاف للواقع، أما تحليل الخطاب فهو توجه يفترض غموض خطاب قائم بذاته بالنسبة للواقع.
- معايير التحليل في تحليل المضمون محددة مسبقة من طرف الباحث وبالتالي فهي دخيلة على الخطاب محل الدراسة، أما في تحليل الخطاب، فمعايير التحليل منبثقة من داخل الخطاب وتنشأ من قراءة النص المدروس (الطريقة الاستقرائية)، بالرغم من أن التركم المعرفي والمنهجي يسمح اليوم بتحديد بعض معايير التحليل بشكل مسبق.
- يفترض تفكيك الخطاب والنصوص حسب تحليل المضمون (Atomiser) توزيع عناصر النص على فئات ، حيث يتم العمل على وحدات معزولة. أما تحليل الخطاب، فيقوم على احترام البنية العامة للنص وتعتبر أمرا ضروريا لفهم معنى النص.
- تحليل المضمون هو مقاربة كمية تعتمد بالدرجة الأولى والأخيرة على العد والتكرار والمعجلات وغيرها من المؤشرات الكمية التي تعتبر هدفا للتحليل. أما تحليلا لخطاب فهو يندرج ضمن المقاربات الكمية بما تحمله من صعوبات وانتقادات.

---

[1]) Marlene Coulomb-Gully, Proposition pour une methode d'analyse du discours televisuel, In « Mots Les langages du politique », N° 70, 2002, p 109

- ينطلق تحليل المضمون من التمثيلات الإحصائية للنصوص ليصل إلى تفسيرات لا تخرج عن تلك التمثيلات، في حين يفضل تحليل الخطاب التركيز على شروط إنتاج الخطابات، تداولها وكذا ظروف تلقيها والتفاعل معها.
- يمنح تحليل المضمون الأولوية للتحليل الإحصائي الموضوعاتي، أما تحليل الخطاب فيعطي أفضلية للنشاط الكلامي التلفظي والتعبيري في علاقته بمكان ونوع وشكل الخطاب.
- يشترط في العينة في تحليل المضمون الشمولية والتجانس وهما شرطان ينتفيان في تحليل الخطاب، مع التركيد على أن هذه النقطة من بين أهم الانتقادات الموجهة للمناهج الكيفية عموما وتحليل الخطاب على وجه التحديد.
- يتيح تحليل المضمون إمكانية إعادة الطريقة لأن معايير التحليل من فئات ووحدات خارجة وسابقة عن النصوص كما أشرنا إليه، اما في تحليل الخطاب، فإمكانية إعادة الاستنساخ المنهجي مستحيلة، فكل خطاب يولد معايير تحليله حتى وإن سمحت المعرفة التراكمية بنوع من الإعادة في المعايير.

II – أنواع الخطاب

تصنيفات الخطاب:

على العموم يصنف الخطاب إلى أنماط مختلفة استنادا إلى مجموعة من المعايير وهي المجال والقصد والآلية والقناة على النحو التالي[1]:

1- من حيث المجال: لكل مجال مواضيع ومصطلحات خاصة به، فالمجال الأدبي مثلا يختلف عن العلمي وعن السياسي، ومنه ينعت الخطاب بالأدبي والعلمي والسياسي والايديولوجي...

2- من حيث القصد او الهدف، تختلف أنماط الخطاب باختلاف الأهداف المنشودة من الخطاب فيكون الخطاب إخباريا أو إقناعيا أو تضليليا أو تفسيريا أو العكس.

3- من حيث الآلية، والتي ترتبط بالأسلوب فيختلف الخطاب باختلاف الآلية المستخدمة، فيمكن أن نميز بين الخطاب السردي والخطاب الوصفي والخطاب الحجاجي.

4- من حيث القناة أي النسق التواصلي المستخدم إذ تلعب القناة المستخدمة في التواصل دورا بارزا في اختلاف أنماط الخطاب فيمكن أن يكون الخطاب لغويا كما يمكن أن يكون صوريا (رسم، شريط...) أو يكون إشاريا، كما يمكن أن يكون خطابا يزاوج بين أكثر من قناة.

يرى "دومينيك منغنو"[2] Dominique Maingueneau أن التصنيف العام الذي يوزع الخطاب حسب عائلات كبرى –حسب الموضوع– إلى خطاب ديني، خطاب إشهاري، خطاب سياسي... هو تصنيف غير واضح تماما، فالتمييز بين نماذج الخطاب Types de discours وأجناس الخطاب Genres de discours يستلزم مواقف تحليلية مختلفة. على سبيل المثال،

---

[1]) صورية جغبوب ومريم بوقرة، الخطاب: مفهومه أنماطه ووظيفته من وجهة نظر الوظيفية أحمد المتوكل نموذجا، مجلة تاريخ العلوم، العدد العاشر، ديسمبر 2017، ص ص 160-161.

[2]) Roselyne Ringoot, Analyser le discours de presse, Armand Colin, Paris, 2014, p12

يصنف الخطاب حسب هدفه الاتصالي (sa visée communicationnelle) إلى خطاب تعليمي وخطاب توجيهي.

أما "باتريك شارودو" Patrick Charaudeau فقد قسم الخطاب المنطوق أو المكتوب إلى أربعة أنواع[1]:

1- الخطاب التعبيري: يربط بين الباث والمتلقي بعلاقة تأثير وتأثر فالمتكلم يؤثر في المتلقي ويجعله يستجيب لهذا التأثير بغض النظر عن نوع الاستجابة. ويحصر "شارودو" هذه العلاقة بين الباث والمتلقي في نوعين من العلاقات: إما علاقة قوة (سلطة) مثل الأمر والتحذير او علاقة دونية (علاقة ضعف) مثل الالتماس.

2- الخطاب الوصفي: يتحقق هذا الخطاب على ثلاثة مستويات: وضعية التواصل وطريقة تنظيم الخطاب ونوع الخطاب الذي تفرضه الوضعية. ويهدف هذا النوع من الخطاب إلى الإعلام أو التفسير أو الحث على فعل شيء ومثال ذلك وصفات الطبخ والنصوص التعليمية وغيرها.

3- الخطاب السردي: يمكننا هذا النوع من اخطاب من ترتيب اعمال تهم الذوات وتهم كيفية تحولها نتيجة أعمالها واعمال غيرها. ينخرط المتكلم في هذا النوع من الخطاب ولو جزئيا من خلال نقل التجارب الشخصية.

4- الخطاب الحجاجي: والذي يستهدف من خلاله المتكلم التأثير في موقف المتلقي، ويشترط في هذا النوع من الخطاب طريقة انتظامية تقوم على ثلاثة مؤشرات أساسية هي إثبات البداية (معطى أو وعد)، إثبات الوصول (ملخص، نتيجة) ومجموعة من الإثباتات التي تضمن التنقل من حجة إلى أخرى.

ومن جهته، يميز "أحمد المتوكل" بين نوعين من الخطاب خطاب علمي وخطاب أدبي[2]:

- الخطاب العلمي: هو أحد الأنواع الأساسية للخطاب، ونجده يخلو من الإيحاء وتراكم الدلالة كما يغلب عليه أسلوب الإخبار ويخلو من التكرار والترادف وتراكيبه

---

[1]) Patrick Charaudeau, Grammaire du sens et de l'expression, Hachette, Paris, 1992, p 635.

[2]) المتوكل أحمد، اللسانيات الوظيفية المقارنة، دراسة في التنميط والتطوير، دار الأمان، الرباط، 2012، ص 77.

ومصطلحاته دقيقة حيث تستخدم المصطلحات الخاصة بالحقل العلمي الذي يتم الحديث فيه.

- الخطاب الأدبي: هو نوع رئيسي من أنواع الخطاب، نجد اللغة فيه متكلمة عن ذاتها ومتكلمة عن الأشياء خارجها وفق الصورة التي ترى بها الأشياء، والبحث في لغة الخطاب الأدبي يكون في الوظائف والأشكال الخاصة بالأنظمة الاعتباطية للرموز النصية ومحاولة تحديد دلالتها ومعانيها.

الخطاب الاعلامي كأحد أنواع الخطابات

إذا كانت المعرفة فيما مضى قد ركزت على السماع وثقافة الأذن، فإن عصرنا هذا قد أضاف إلى ذلك عنصرا آخر يتكامل مع الأول ويغنيه وهو عالم الصورة وثقافة العين والبصر[1] وبخاصة في ظل ما نشهده من تطورات تقنية وتكنولوجية في الميادين المختلفة لا سيما منها مجال الاعلام والاتصال.

ولم يكن الخطاب الاعلامي بمعزل عن هذا التطور النوعي الذي ميز وسائل الاتصال الجماهيري "والذي احتلت معه القناة البصرية في الإدراك والتواصل مقدمة الاهتمامات، كما وفرت وسائل الطباعة والتصفيف والتصوير والنسخ جميع أسباب انتشار الخطاب المطبوع والمصور في شكل جيد يوفر لقطبي التواصل إمكانيات تنويع تعبيري بمراعاة أبسط جزئيات العرض وتفاصيل القناة المعتمدة للعرض سواء في مجال الطباعة والنشر أو في مجال الإعلام التجاري والفنون المستغلة للقنوات السمعية البصرية"[2].

الخطاب الإعلامي نسق تفاعلي:

---

[1] – بشير إبرير، الصورة في الخطاب الاعلامي دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والإيقونية، مداخلة في إطار الملتقى الدولي الخامس حول السيمياء والنص الأدبي، جامعة بسكرة

[2] – المرجع نفسه.

يصنف الخطاب الإعلامي من بين الخطابات المتغلغلة في أعماق الحياة الاجتماعية المؤثرة فيها والمتأثرة بها. كما يعد الخطاب الإعلامي صناعة ثقافية بأتم معنى الكلمة تتكاثف على إنتاجها وسائط متعددة يظهر ذلك في طبيعة الرسائل التي تتدفق عبر هذا الخطاب وسرعتها وطرائق توزيعها وكيفيات تلقيها الأمر الذي جعل من الإعلام محورا أساسيا في منظومة المجتمع.

إنه صناعة تجمع بين اللغة والمعلومة ومحتواها الثقافي والآليات التقنية لتبليغها عبر الزمان والمكان، وقد عرفه أحمد العاقد على انه هو مجموع الأنشطة الإعلامية التواصلية الجماهيرية من التقارير الإخبارية، الإفتتاحيات، البرامج التلفزية، المواد الإذاعية وغيرها من الخطابات النوعية[1].

تعريف بشير إبرير : الخطاب الإعلامي هو منتوج لغوي إخباري منوع في إطار بنية اجتماعية ثقافية محددة، وهو شكل من أشكال التواصل الفعالة في المجتمع له قدرة على التأثير في المتلقي وإعادة تشكيل وعيه ورسم رؤاه المستقبلية وبلورة رأيه بحسب الوسائط التقنية التي يستعملها والمرتكزات المعرفية التي يصدر عنها[2].

الخطاب الإعلامي نسق تفاعلي مركب متشابك يجمع بين اللساني والإيقوني تتلاقى فيه العلامات اللغوية وغير اللغوية يشترك في هذه الميزة مع خطابات أخرى ويختلف عنها في الوقت ذاته وذلك مثل : الخطاب الإشهاري والسياسي والدعائي وكل ذلك يشتغل عبر اللغة وعبر الصورة في الآن نفسه بما يجعل الخطاب الإعلامي نسقا سيميائيا دالا قابلا للقراءة والتأويل عابرا للتخصصات ومعارف عديدة موظفا ومستثمرا إياها حسب ما تقتضي الأوضاع.

مفهوم الخطاب الإعلامي

---

[1]– أحمد العاقد، تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة، ط1، 2002، ص 110

[2]– بشير إبرير، مرجع سبق ذكره.