

جامعة سطيف 2

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

1. قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال

السنة: الثالثة ليسانس

الأفواج: 11.12

محاضرات في مقياس:

ملتقى المنهجية

السنة الجامعية 2025/2024

الأستاذة: برش بشرى

تمهيد:

يعد البحث العلمي ذلك العمل المنهجي الذي يقدمه باحث من عمل تعهده، على أن يشمل البحث كل مراحل الدراسة، منذ كانت فكرة حتى صارت نتائج مدونة مرتبة، مؤيدة بالحجج والأسانيد، من خلال خطوات البحث العلمي، وقبل أن نتعرف على خطوات البحث العلمي. تجدر الإشارة بنا أولاً إلى التطرق إلى ماهية البحث العلمي.

أولاً: مدخل للبحث العلمي والدراسات الإعلامية:

1- تعريف البحث العلمي: هو نشاط علمي، منظم ومحدد، نقدي تطبيقي، يسعى إلى كشف الحقائق ومعرفة الارتباط بينهما، ثم استخلاص المبادئ العامة أو القوانين التفسيرية، أو هو التحقق المنظم في موضوع ما أو قضايا فرضية للكشف عن الحقائق أو النظريات وتطويرها، وهذا يعني أن ندرس، وأن نتحقق وأن نختبر، وأن نفحص من أجل تحقيق أهداف البحث العلمي عن طريق المناهج العلمية.

2. أهداف البحث العلمي:

- الكشف عن الحقائق وخصائصها
- الكشف عن العلاقات الارتباطية لهذه الحقائق وعناصرها
- السيطرة على حركة الحقائق التي تم اكتشافها ومعرفة خصائصها وعلاقاتها
- إمكانية التوقع بحركة هذه الحقائق أو مثيلاتها في إطار العلاقات المتجددة والمتغيرة

وفي هذا الإطار يمكن تعريف الدراسات الإعلامية أو البحث في مجال الإعلام بأنه: "النشاط العلمي المنظم للكشف عن الظواهر الإعلامية والحقائق المتصلة بالعملية الإعلامية وأطرافها، والعلاقات بينها وأهدافها، والسياقات الإجتماعية التي تتفاعل معها من أجل تحقيق هذه الأهداف، ووصف هذه الحقائق وتفسيرها"

3. أهداف الدراسات الإعلامية:

- صياغة المعرفة العلمية الخاصة بالحقائق الإعلامية وعلاقاتها

- وصف حركة الظاهرة الإعلامية وعلاقتها واتجاهاتها والعوامل المحركة والدافعة لعناصرها
- ضبط حركة الظاهرة الإعلامية والسيطرة عليها وتوجيهها وضبط علاقاتها وتأثيراتها .
- التوقع بحركة الظاهرة الإعلامية والحقائق المتصلة بها، وصياغة التفسيرات
- ❖ وعموماً يمكن استخلاص أهداف الدراسات الإعلامية في الضبط ، والتنبؤ، والفهم ، والتعميم

4. مميزات الظاهرة الإعلامية: تتميز الظاهرة الإعلامية بما يلي:

- أنها ذات طبيعة ديناميكية تتسم بالتغير والتدفق المستمر
- أنها ذات طبيعة اجتماعية ، حيث لا تعمل بمعزل عن حركة السياقات والنظم الاجتماعية الأخرى
- تتسم العلاقة بين عناصرها أو بينها وبين الظواهر الاجتماعية الأخرى بالتأثير المتبادل ، مثال (تحديد اتجاه الأثر بين خصائص الذوق العام لجمهور المتلقين وخصائص المنتج الإعلامي) يحتاج إلى جهد بحثي كبير لمعرفة السبب والنتيجة .
- صعوبة التحكم في الظاهرة الإعلامية وصعوبة عزلها ، أي تدخل ذاتية الباحث وصعوبة الضبط الكمي الدقيق في دراسة الظواهر.

5. أنواع الدراسات الإعلامية:

تصنف الدراسات الإعلامية إلى عدة أنواع نذكر منها التصنيفات التالية:

1.5. على أساس ميدان العمل: تنقسم الدراسات الإعلامية على أساس ميدان العمل إلى:

الدراسات المكتبية، الدراسات الميدانية

5. 2. على أساس نوع الدراسة والمنهج المستخدم: تنقسم الدراسات الإعلامية حسب هذا التصنيف إلى

الدراسات الوصفية، الدراسات التجريبية، الدراسات السببية المقارنة، الدراسات الاستكشافية أو الاستطلاعية

3.5. على أساس عناصر العملية الإعلامية : وتنقسم الدراسات الإعلامية إلى:

دراسات القوائم بالاتصال (المرسَل)، دراسات الوسيلة (الوسيلة الإعلامية)، دراسات الرسالة (المحتوى الإعلامي)، دراسات المستقبل أو المتلقي (الجمهور)

5. 4- على أساس أسلوب البحث : تصنف الدراسات الإعلامية على أساس أسلوب البحث إلى: دراسات كمية، ودراسات كيفية، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الفروق بين البحوث الكمية والكيفية:

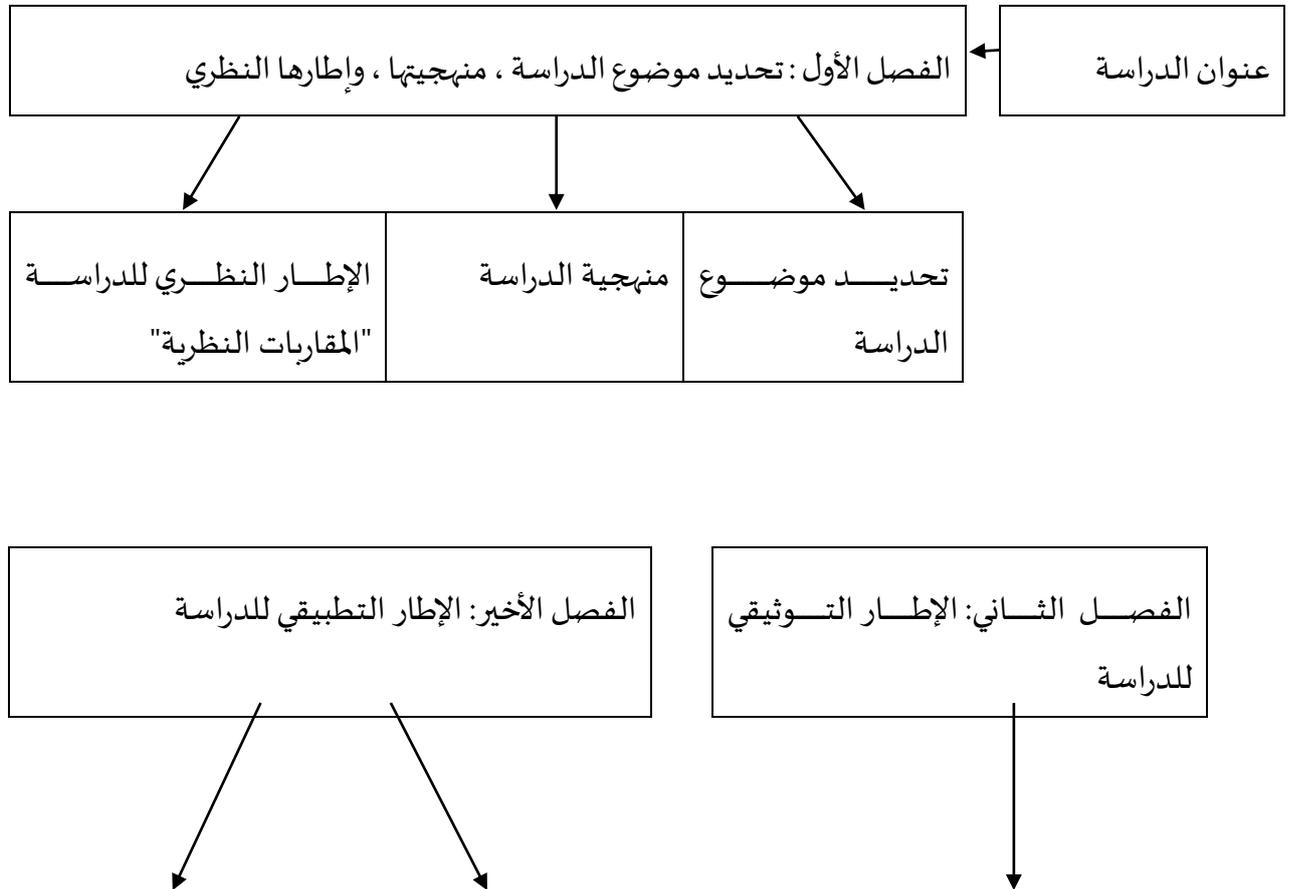
البحوث كميّة	البحوث كميّة	البحث العلمي
التأويلية	الوضعية (تشبه الظاهرة الإنسانية بالطبيعية)	التيار الفكري
الاستنباط (الانطلاق من المجرد إلى المجسد)	الاستقراء (الانطلاق من المجرد إلى المجسد)	النمط الفكري
النقدية، التفاعلية الرمزية، الظاهراتية، الصراع، البنيوية	الوظيفية، السلوكية، التطورية. السبب-نتيقيّة	البراديجمات
حقائق متعددة	حقيقة واحدة	النظر إلى الظاهرة
الفهم	التفسير، الكشف عن العلاقات السببية بين الظواهر وتفسيرها	الهدف
الانغماس في الظاهرة	الانفصال عن الظاهرة	دور الباحث
جمل وعبارات	أرقام وإحصائيات	طبيعة المعطيات

المناهج	المنهج التجريبي، المسح (الوصفي، التحليلي، الارتباطي)	تحليل الخطاب، دراسة الحالة، الإثنوغرافي، تحليل السيمولوجي، المنهج التاريخي
الأدوات البحثية	تحليل المحتوى، الاستبانة	المقابلة، الملاحظة، تحليل الوثائق
العينات	احتمالية	غير احتمالية
النتائج	قابلة للتعميم	غير قابلة للتعميم

جدول: يوضح أهم الفروق بين البحوث الكمية والكيفية في علوم الإعلام والاتصال

➤ خطوات البحث العلمي:

يتضمن هذا الجزء مجموعة من الخطوات الخاصة بالبحث العلمي في ميدان علوم الإعلام والاتصال، وفيما يلي يمكن إبراز الخطوات الموضوعية والمنهجية والنظرية والتطبيقية التي تحدد الإطار المنهجي والنظري والتطبيقي للبحث من خلال المخطط التالي:



تفريغ وتحليل البيانات	إدراج النتائج العامة
-----------------------	----------------------

جمع وتوثيق المعلومات

❖ شرح المخطط: المخطط المدرج أعلاه يوضح خطوات البحث العلمي المعتمدة في إعداد مذكرة التخرج.

✓ تحديد عنوان الدراسة: يعتبر اختيار البحث ذا أهمية بالغة لأنه يمثل مرحلة حاسمة تؤثر على سير عملية إنجاز البحث برمته، وفي هذا الإطار سنقدم أولاً كيفية اختيار العنوان، ثم ماهي أنواع المواضيع الصالحة للبحث، والعوامل التي يمكن أن تؤثر في اختيار مشكلة البحث.

✓ اختيار العنوان:

إن موضوع البحث هو موضوع التفكير، وهو يمثل مركز الاهتمام الذي تتمفصل حوله مجموعة من مشكلات البحث المحتملة، إنه بعبارة أخرى، يمثل الفكرة العامة التي تتضمن مشكلات بحث مختلفة، ويقع الاختيار عليه في سياق ظاهرة معينة أو ظرف خاص، على سبيل المثال، يختار الباحث المواضيع التي كرسها التكنولوجيات الجديدة مما يستلهم العديد من مواضيع البحث وخاصة منها الاتصالية.

وقد يختار موضوع البحث في سياق ظرف خاص، مثل إضراب في مؤسسة كبيرة تسبب فيها صعوبة الاتصال، أو انتشار وتنامي أحداث: ثورات، تغيرات وتطورات سياسية، ثقافية، اجتماعية... الخ

✓ أنواع مواضيع البحث: تتعدد أنواع مواضيع البحث، من أبرزها مايلي:

- المواضيع التي مازالت مجهولة وغير مبحوثة: كالمواضيع المتعلقة بالاكشافات الإلكترونية وبراءات الاختراع... التي أصبحت مصدراً واسعاً للبحث.
- المواضيع النظرية والمنهجية: وهذا النوع من المواضيع يتعلق بالمجالين النظري والمنهجي، مثلاً يريد باحث فهم أسباب اختلاف باحثين اثنين في نظرتيهما لموضوع دراسي واحد مثل: أثر الإشهار الإلكتروني على مجموعة أفراد كثيري الاستخدام لبرامج الإعلام

الجديد (أكثر من 5 ساعات في اليوم) فبعد تحليلهما لموضوع اتصالي واحد يصلان إلى استنتاجات مختلفة ،أضف إلى ذلك أن الباحثين استخدموا المنهجية الكمية نفسها كالاستبيان، وهذا ما يوضح بعض النقاط التي يختلف فيها الباحثين.

■ **المواضيع المرتبطة بمشكلة في الميدان الإمبريقي:** أي التحقق من المعطيات وطريقة جمعها وتفسيرها، كاستطلاع آراء جمهور التلفزيون في الجزائر.

❖ **صياغة عناوين بحث علمي في الدراسات الإعلامية:**

العنوان: هو الواجهة التي يرى من خلالها الباحث التوجه الفكري الذي تبناه (أي البراديجم)، وتختلف صياغة العناوين بين البحوث الكمية والبحوث الكيفية كما يلي:

إذا كان البحث كمي: أي أن الدراسة تنتمي للبحوث الكمية (دراسات الجمهور، دراسات المحتوى) في هذه الحالة العنوان يتكون من شقين، لأنه سوف يعمم النتائج ، ويتضح ذلك في المجتمع المتاح الذي سيقوم الباحث بالدراسة عليه، والمجتمع المستهدف الذي ستعمم عليه النتائج ، فالعنوان يحدد عناصر المشكلة والعلاقة بينهما ويحدد المجتمع المستهدف والمتاح.

مثال حول المجتمع المستهدف والمجتمع المتاح في دراسات الجمهور (الدراسات التي توظف أداة الاستبيان):

استخدام الطلبة الجزائريين لوسائل الإعلام الجديد في ظل عصر العولمة الإعلامية: الطلبة الجزائريين (مجتمع مستهدف)

- دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بجامعة باتنة 1: عينة من مستخدمي (مجتمع متاح)

مثال حول المجتمع المستهدف والمجتمع المتاح في دراسات المحتوى (الدراسات التي توظف أداة تحليل المحتوى):

معالجة الصحافة المكتوبة الجزائرية للثورة السورية: (مجتمع مستهدف)

دراسة تحليلية لعينة من أعداد جريدة الخبر 2016: (مجتمع متاح)

❖ ملاحظة: العنوان الرئيسي يتضمن المجتمع المستهدف، والعنوان الفرعي يتضمن المجتمع المتاح

أما إذا كان البحث كفي فالعنوان سوف يتكون من شق أو شقين، حيث يحدد في العنوان الفرعي نوع الدراسة أو المنهج في حالة ما إذا تكون العنوان من شقين.

مثال: أنماط الثقافة الجماهيرية للمنتج الإعلامي في قناة النهار TV

.دراسة نقدية في ضوء فكر مدرسة فرنكفورت (نوع الدراسة كيفية ، نقدية)

■ عناصر العنوان: يجب أن تتوفر في العنوان العناصر التالية

1. يجب أن تكون عناصر العنوان واضحة (تحديد المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة)

2. أن يتوفر على الشروط الملائمة بمعنى تبني البراديجمات والمداخل النظرية

3. أن يكون العنوان قابل للإنجاز من حيث الوقت ، الجهد، والتكاليف.

بعد تحديد عنوان الدراسة وضبطه منهجيا تأتي المراحل التالية التي تترجم خطوات إنجاز البحث العلمي:

الفصل الأول: يحتوي هذا الفصل على الخطوات الرئيسية التالية: تحديد موضوع الدراسة، منهجيتها، وإطارها النظري.

أولا – تحديد موضوع الدراسة: هذه الخطوة الرئيسية تحتوي على الخطوات الفرعية التالية:

1. مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

مشكلة البحث تمثل أول خطوة في بناء موضوع الدراسة، وهي تنطلق من وجود غموض يثير تساؤل ، ويستدعي البحث علميا.

- تعريف المشكلة : هي التباس معين حول موقف أو قضية معينة غامضة، وعليه فإن المشكلة هي الفراغ المطلوب ملؤه بين ما نعرفه وما نرغب في معرفته ، ويتم القيام بإجراء البحث العلمي من أجل ردم هذه الفجوة.

فتحديد المشكلة في بحوث الإعلام والاتصال تعتبر الخطوة الأولى في مراحل بناء الموضوع ،
تنطلق من غموض ما يثير تساؤل للوصول إلى حل من خلال إخضاعها لمنهج علمية معينة.

كيف يتشكل هذا الغموض؟ وما هي دواعي تشكله؟ يكمن أساسا في مايلي:

1. ندرة المعلومات حول ظاهرة معينة

2. ظهور مستجدات حول الموضوع: مثل ظهور شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الشباب

3. ظهور اختلافات فكرية، منهجية.

❖ إذن فالمشكلة تثير تساؤل، هذا التساؤل يتمحور حول ندرة المعلومات وظهور

مستجدات واختلافات فكرية، منهجية.

.شروط تحديد المشكلة العلمية: تكمن أهم شروط تحديد المشكلة العلمية فيما يأتي:

1- الوضوح: أي لا تكون غامضة (وضوح اللغة، استخدام الكلمات المفهومة والواضحة،
والمصطلحات سهلة الفهم)

2. الدقة: عدم احتمال أكثر من معنى

3. القابلية للإنجاز: مدى قدرة الباحث أو بطبيعة المشكلة .

4- الملائمة: يجب أن تكون المشكلة ملائمة للبراديجم أي تدخل في إطار التطورات العامة التي
ترتبط بالبراديجم.

.مراحل تحديد المشكلة: تتمثل في أربع خطوات وهي كالآتي:

1- الإحساس بالمشكلة: وهي تشكل أول مرحلة في تحديد مشكلة البحث، وتعرف مرحلة
الإحساس بالمشكلة على أنها المرحلة التي يحس فيها الباحث فعلا بوجود غموض ووجود ندرة في
المعلومات المرتبطة بموضوع الدراسة.

2. تحليل المشكلة: تعني صياغة المشكلة في عنوان واقعي يغطي له العناصر المشكلة للبحث

3- تقييم المشكلة: أي تعريضها للشروط المتوفرة، فإذا كانت متوفرة تابع الباحث عمله، وإذا كانت غير متوفرة قام بتعديلها أو الاستغناء عنها (مثلا: أنماط الثقافة الجماهيرية في قناة الجزيرة) في هذه الحالة إن لم يجد الباحث المعلومات المتوفرة على هذا الموضوع، يقوم بتعديله أو الاستغناء عنه .

4- صياغة المشكلة: وهي تمثل الخطوة الأساسية في تحديد مشكلة الدراسة حيث يتم فيها الانطلاق من مشكلة عامة إلى مشكلة خاصة بطريقة منطقية وبأفكار متسلسلة لتتوج في الأخير بسؤال رئيسي ومجموعة من الأسئلة الفرعية، أو جملة تقريرية تختزل المشكلة وفق قالب الهرم المقلوب.

مثال: استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين للفيسبوك . دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة باتنة1.

في هذا المثال ينطلق الباحث في تحريره للمشكلة من الخطوات التالية:

– المنطلق الوظيفي (البنائية الوظيفية): التطرق إلى ظهور وسائل الإعلام الجديدة، وظائفها، أنساقها..

عرض أنواع شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في إشباع حاجات الجمهور العربي والجزائري

عرض فئة الطلبة كفئة نوعية في المجتمع تستخدم شبكات التواصل ومن بينها الفيسبوك

طرح السؤال الرئيسي والأسئلة الفرعية، أو اختتام مشكلة الدراسة بجملة تقريرية

السؤال الرئيسي والتساؤلات الفرعية:

مشكلة الدراسة تختتم بجملة تقريرية، أو سؤال رئيسي ومجموعة من الأسئلة الفرعية، وتختلف صياغة السؤال الرئيسي والأسئلة الفرعية في البحوث الإعلامية حسب نوع الدراسة (دراسات الجمهور، القائم بالاتصال، الوسيلة، الرسالة الإعلامية...الخ)

شروط صياغة السؤال الرئيسي والأسئلة الفرعية: تتمثل أهم هذه الشروط في:

الوضوح، الدقة، القابلية للإنجاز، الملائمة.

– يجب أن يكون السؤال الرئيسي قابل للانقسام إلى أبعاد وهذه الأبعاد تمثلها التساؤلات الفرعية، ثم كل سؤال فرعي يجب أن يكون قابل للانقسام إلى مؤشرات.

مثلا: ماهي استخدامات طلبة جامعة باتنة 1 لمواقع التواصل الاجتماعي؟

مصطلح الاستخدامات نستخرج منه بعدين هما (العادات ، والأنماط) فتطرح التساؤلات الفرعية بالصيغة التالية:

. ماهي عادات استخدام طلبة جامعة باتنة 1 لمواقع التواصل الاجتماعي؟

. ماهي أنماط استخدام طلبة جامعة باتنة 1 لمواقع التواصل الاجتماعي؟

إذن فالأسئلة الفرعية هي أبعاد السؤال الرئيسي، وهذه الأبعاد تحتوي بدورها على المؤشرات مثلا "العادات" تكمن مؤشراتهما في: حجم الاستخدام /مكان الاستخدام/ زمن الاستخدام...، أما الأنماط فتكمن مؤشراتهما المحتوى/نوع وشكل النشر(صور أو فيديو..)/ المجموعات/ الصفحات الإعلانية...

إذن فالأبعاد هي التساؤلات الفرعية، والمؤشرات تكمن في العلامات التي نراها في الواقع ويمكن قياسها.

2. فرضيات الدراسة:

- تعريف الفرضية: هي إجابة مؤقتة عن التساؤلات المطروحة تأتي في جملة تقريرية، وهي عبارة عن تخمين يحتمل الخطأ أو الصواب، مثلا الإقرار بوجود علاقة بين الأنترنت والتحصيل العلمي.

وتتعدد التعاريف المقدمة للفرضيات نذكر منها:

تعريف موريس أنجرس : الفرضية هي تصريح يتنبأ بالعلاقة بين عنصرين أو أكثر وتتطلب تحقيقا أمبريقيا .

تعرف الفرضية أيضا على أنها " جملة تقريرية يتم من خلالها التنبؤ بالعلاقة بين متغيرين أو أكثر.

.فائدة الفروض العلمية: تفيد الفروض العلمية في:

.اختبار نظريات موجودة بالفعل

.لفهم العلاقة بين المتغيرات المختلفة

إذن فالفرضية تقوم بما يلي:

1- التنبؤ: أي أنها تعطي تخمينات أو إجابات لكنها مؤقتة مثلا: هناك علاقة ما بين أنماط مشاهدة التلفزيون والقيم السلوكية للطالب .

2- وجود متغيرات: قد يكون متغير واحد، اثنين، أو متغيرين، أو أكثر والعلاقة بينها فالفرضية هي تفسير مؤقت يحمل متغير واحد، أو عدة متغيرات، ربما يكون متغير رئيسي واحد أو مجموعة من المتغيرات، وفي حالة وجود عدة متغيرات فهي تؤدي أدوار، يعني ذلك أنه يوجد متغير مستقل (المؤثر أو السبب) ومتغير تابع (المتأثر أو النتيجة) والمتغيرات الوسيطة (هي العوامل الموجودة بين المتغير المستقل والمتابع).

مثال: أثار تكنولوجيا الاتصال الحديثة على سلوك طلبة جامعة باتنة في ظل عصر العولمة الإعلامية

تكنولوجيا الاتصال الحديثة: متغير مستقل، طلبة جامعة باتنة : متغير تابع، عصر العولمة الإعلامية : متغير وسيط.

3- بناء علاقة بين المتغيرات: ففي حالة وجود أكثر من متغير يجب أن تكون العلاقة واضحة بين المتغيرات، أي تحديد نوع العلاقة هل هي سببية، مقارنة، تأثير تبادلي، اقتران...الخ

3. مصادر الفرضيات:

مصادر الفرضيات تتمثل في البراديجمات أو النظريات، بحوث الإعلام، الدراسات السابقة والواقع.

1.3. صياغة الفرضيات وفقا لأنواع البحوث الكمية والبحوث الكيفية:

يتم صياغة الفرضيات في البحوث الكمية والبحوث الكيفية ، وفقا للتعامل مع البراديجمات والخطوات المنهجية ومشكلة البحث.

2.3. شروط صياغة الفرضيات: من بين شروط صياغة الفرضيات نذكر مايلي:

- أن تكون واضحة محددة وخالية من الإطناب والحشو والغموض
- أن لا تحتتمل أكثر من معنى
- أن تكون قابلة للاختبار ومنسجمة ومترابطة
- أن لا تحتتمل حكما قيما : بمعنى تجنب توظيف المصطلحات التي تقدم أحكاما مسبقة
- أن تكون مناسبة للمشكلة العلمية وتساؤلها
- من أهم شروطها أيضا أن تكون جملة فعلية

3.3. أنواع الفرضيات : تصنف الفرضيات إلى مايلي:

حسب الاشتقاق: تنقسم الفرضيات حسب الاشتقاق إلى:

- ✓ فرضيات استقرائية: وهي التي يتم بناؤها انطلاقا من الواقع (البحوث الكمية)
- ✓ فرضيات استنباطية: وهي التي يتم بناؤها انطلاقا من البراديجمات (البحوث الكيفية)

حسب الصياغة: تنقسم الفرضيات حسب الصياغة إلى:

- ✓ فرضيات إثباتية " مباشرة": وهي تؤكد وجود علاقة مباشرة بين المتغيرات.
- ✓ فرضيات صفيرية "نافية": وهي تنفي وجود علاقة بين المتغيرات

حسب عدد المتغيرات: تنقسم الفرضيات حسب عدد المتغيرات إلى:

- ✓ فرضية ذات متغير واحد: وهي تصف متغير واحد مثل: لا توجد حكومة إلكترونية في الجزائر
- ✓ فرضية ذات متغيرين: وهي تصف العلاقة بين متغيرين مثلا: يؤثر التلفزيون على سلوك الطفل بشكل كبير

✓ فرضية أكثر من متغيرين: وهي تصف العلاقة بين أكثر من متغيرين مثلا: أثر وسائل الإعلام الجديدة في قيم الأسرة الجزائرية في ظل عصر تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

3. أسباب اختيار الموضوع:

أسباب اختيار الموضوع تعتبر الخطوة التي يحدد فيها الباحث الدوافع التي دفعته للبحث والدراسة، وهذه الدوافع ترتبط بذاتية الباحث والموضوع الذي انتقاه الباحث للدراسة، وتنقسم أسباب اختيار الموضوع إلى قسمين وهما:

4-1_ الأسباب الذاتية: وهي تتعلق بذاتية الباحث وانتماءاته الفكرية وتوجهاته وميولاته النفسية (الإحساس بالمشكلة)

4-2_ الأسباب الموضوعية: وهي ترتبط بالجانب الموضوعي الاستيمولوجي من خلال التبني لبراد يغم أو نظرية معينة، ما يجعل الباحث ينتبه إلى موضوع ما، وترتبط الأسباب الموضوعية أيضا بحدثة وجدية الموضوع، واتصاله بتخصص الباحث، كما تتعلق أيضا الأسباب الموضوعية بقله الدراسات التي تناولت بالبحث الموضوع الذي وقع اختيار الباحث عليه.

4. أهداف الدراسة :

هذه الخطوة تترجم أهداف الدراسة والتي تكون منسجمة مع التساؤلات الفرعية التي تم تحديدها، حيث كل سؤال يترجم هدف، ويسعى الباحث في هذه الخطوة أن يسلط الضوء على متغيرات الموضوع، وكشف أبعادها، ورصد أثارها.

وهناك من الباحثين من يقسم أهداف الدراسة إلى أهداف علمية وأهداف عملية ، حيث ترتبط الأهداف العلمية في ما تسعى إليه الدراسة من ملء الفجوة التي تركتها الدراسات الأخرى، وتسليط الضوء على الأطر النظرية والمنهجية والتطبيقية للموضوع، أما الأهداف العملية فهي ترتبط بإدراج التوصيات والحلول المقترحة والعمل على تفعيلها.

5. أهمية الدراسة:

تتعلق أهمية الدراسة بالإضافة العلمية التي يضيفها الموضوع للبحث العلمي، مثلا التبني لبراد يغم معين يضيف أهمية علمية للدراسات الإعلامية كدراسة أنماط الثقافة

الجماهيرية في قناة العربية ، هذا الموضوع ينتمي إلى البحوث الكيفية ، حيث أنها وظفت للبراد يغم النقدي الذي سيتم من خلاله توظيف منهج تحليل الخطاب ، فالباحث في هذه الحالة أضاف أهمية علمية تكمن في معالجة الموضوع بالنظرية النقدية ومنهج تحليل الخطاب.

6. تحديد مفاهيم الدراسة:

إن التحليل المفهومي يمثل سيرورة تدريجية لتجسيد ما نريد ملاحظته في الواقع، يبدأ هذا التحليل أثناء شروع الباحث في استخراج مفاهيم عنوان البحث وهدفه ، ويستمر هذا التحليل أثناء تفكيك مفهوم لاستخراج الأبعاد أو الجوانب التي ستأخذ بعين الاعتبار، ثم يتم تشرح كل بعد وتحويله إلى مؤشرات أو ظواهر قابلة للملاحظة يمكن بعد ذلك أن يصل الباحث إلى تجميع بعض المؤشرات لإيجاد قياس تركيبى وهو ما يسمى بالدليل في الأخير، تأخذ بعض المؤشرات بشكل متغيرات من أنواع مختلفة

تعريف المفهوم: هو تصور ذهني عام ومجرد لظاهرة أو أكثر وللعلاقات الموجودة بينها.

إذن فتحدد المفاهيم في بحوث التخرج يقصد بها التوضيح لمعنى الشيء أو اللفظ أو المصطلح أو تحديد مفهومه، تعتمد دقة البحث على تعريف مفاهيم ومصطلحات جميع المفردات التي يتضمنها العنوان تحديدا دقيقا، من خلال مايلي:

✓ **التعريف اللغوي:** وهو الذي يعتمد على ذكر ما يساوي الكلمة أو المصطلح أو المفهوم ،وعادة يكون التعريف اللغوي على أساس لغوي ويطلق عليه الأسلوب أو الطريقة المعجمية أو اللغوية "القواميس،القران الكريم...)

✓ **التعريف الاصطلاحي:** يعتمد على تحديد المعنى الذي يجب أن يستخدم به المفهوم أو مصطلح معين في سياق معين، أي أن من يقوم بالتعريف يشترط أنه سوف يستخدمه بمفهوم معين بمعنى محدد، وهذا ما يقدم لمتغيرات العنوان التعريف والتصنيف والتحليل المنظم .

✓ **التعريف الإجرائي:** هو الذي يحاول تحديد المفاهيم والمصطلحات في صورة عملياتها الإجرائية التي يمكن قياسها، والخلفيات النظرية التي تم اعتمادها. كما يجب أن تكون هذه التعاريف تعبر عن موضوع البحث.

7. الدراسات السابقة:

إن الدراسات السابقة تهدف إلى تجنب الانطلاق الغامض في البحث، في هذا الإطار فإن المراجع أو المصادر المتواجدة في المكتبات أو في وسائل الأعلام، الانترنت،...تمثل سندا بحثيا لا يمكن الاستغناء عنه، فالدراسات السابقة تكون في كتب، منشورات، مداخلات، مذكرات أو رسائل التخرج...، وهذه العملية قد تأخذ عدة شهور من أجل التعمق في هذه الدراسات ذات الصلة بموضوع البحث، وتشكل مرحلة عرض الدراسات السابقة وتقييمها آخر خطوة في البناء الموضوعي للدراسة.

. خطوات مراجعة الدراسات السابقة:

يتبع الباحث مجموعة من الخطوات لاختيار الدراسات السابقة وتحديدها لبناء مفردات البحث وتمثل هذه الخطوات فيما يلي:

. استعمال الكتب المرجعية العامة، والاطلاع على فهرس الدوريات

. الإطلاع على مصادر مرجعية أخرى

- وضع قائمة للوثائق المتصلة بالموضوع (البيبلوغرافيات التي تم وضعها حول موضوع معين ، منشورات حكومية ، حوليات، معطيات إحصائية، وثائق خرائطية...)

. كما يمكن الاعتماد على المادة السمعية البصرية أو الإلكترونية كمرجع يمكن أن يستند إليه.

❖ إدراج الدراسات السابقة مثلا في مذكرات التخرج:

يتم عرض الدراسات السابقة في مذكرات التخرج وفقا لمرحلتين أساسيتين هما:

المرحلة الأولى: في هذه المرحلة يقوم الباحث بعرض الدراسات التي اعتمدها عبر الخطوات التالية:

عرض الدراسات السابقة: ويدرج تحت هذا العرض أنواع الدراسات السابقة من حيث المجال الجغرافي العربية أو الأجنبية التي اعتمدها الباحث، وفي هذه الحالة يرتب الباحث الدراسات السابقة، بداية بعرض الدراسات التي تم إجراؤها في الوطن العربي، ثم الدراسات الجزائرية، ثم الدراسات الأجنبية إن توفرت.

ويتم عرض المعلومات الخاصة بكل دراسة بالطريقة التالية:

. ذكر اسم صاحب الدراسة

. ذكر عنوان الدراسة

. مكان وزمن إجراء الدراسة (الكلية، القسم، الجامعة إذا كانت الدراسة عبارة عن مذكرة تخرج)

. عرض السؤال الرئيسي أو الجملة التقريرية التي وظفها الباحث في طرح إشكالية الدراسة

. عرض المنهج المستخدم والعينة وأداة جمع البيانات

. تلخيص نتائج الدراسة السابقة

المرحلة الثانية: في هذه المرحلة يتم تقييم الدراسات السابقة التي تم عرضها عبر الخطوات التالية:

تقييم الدراسات: أي عرض ما قدمته هذه الدراسات من جوانب للاستفادة، من حيث المعلومات المنهجية والنظرية والتطبيقية، وتقييمها أيضا من حيث عرض الفجوات المنهجية أو الموضوعية أو نتائج الدراسة الميدانية التي توصلت إليها هذه الدراسات السابقة.

ثانيا: منهجية الدراسة (الإجراءات المنهجية للدراسة/البناء المنهجي للدراسة)

تمثل الإجراءات المنهجية للدراسة الخطوة الرئيسية الثانية في الفصل الأول للدراسة، وهي تأتي بعد الخطوة الأولى التي تتمثل في تحديد موضوع الدراسة، وترتبط الإجراءات المنهجية لإعداد مذكرة التخرج بما يلي:

1. عرض نوع الدراسة ومنهجها:

في هذه الخطوة يتم التعريف أولا بنوع الدراسة- محل البحث هل هي دراسة وصفية، دراسة تاريخية، دراسة استكشافية... الخ، حيث يعرف الباحث بنوع الدراسة مثلا يدرج الجملة التالية: تنتمي هذه الدراسة (محل البحث) إلى الدراسات الوصفية التحليلية، لأنها تهدف إلى وصف متغيرات الظاهرة أو الموضوع (محل البحث) من خلال محاولة وصف حركتها، وعناصرها والعلاقات بين هذه العناصر، أو بعضها، ثم يتم التطرق إلى تعريف المنهج، بصفة عامة، على سبيل المثال يعرف المنهج على أنه: "طائفة من القواعد العامة التي تهيم على سير العق وتحدد عملياته

ثم بعدها يستدل الباحث بنوع المنهج الذي سيستخدمه في معالجة موضوع دراسته، وتختلف عملية توظيف المناهج حسب طبيعة ونوع الدراسة الإعلامية (محل الدراسة)، فهناك عدة أنواع من المناهج التي توظف في بحوث الإعلام ورسالات التخرج ولعل أبرزها مايلي:

- **منهج المسح الوصفي:** يعرف منهج المسح بأنه أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، فهو يمثل الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي او تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها، مما يوفر جانبا كبيرا من الوقت والنفقات والجهد المبذول من خلال خطوات منهجية وموضوعية.

وهو بهذا المفهوم يعتبر المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي، ويستهدف المسح الوصفي تصوير وتوثيق الوقائع والحقائق الجارية، ويهتم في مجال دراسة الجمهور (جمهور المتلقين) بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور وتصنيف الدوافع والحاجات، والمعايير الثقافية والاجتماعية، وكذلك الأنماط السلوكية ودرجاتها أو شدتها، ومستويات الاهتمام والتفضيل، ويستخدم المنهج المسحي أداة الاستبيان وأداة تحليل المحتوى.

- **منهج دراسة الحالة:** يقوم منهج دراسة الحالة على الدراسة المتعمقة أو المركزة والشاملة لمفردة واحدة أو عدد محدود من المفردات أو الوحدات التي يمكن التعامل مع عناصرها وخصائصها، ويوظف منهج دراسة الحالة في بحوث الإعلام لدراسة المؤسسة أو المؤسسات الإعلامية ككل، أو القوائم بالاتصال كوحدة أو عدد محدود منه يمثل قطاعا يستدعي الوصف الجزئي أو الكلي، مثل فئة رئيس أو رؤساء التحرير/كتب الأعمدة/محررو الأبواب والصفحات المتخصصة... الخ، ويستخدم منهج دراسة الحالة أدوات المقابلة والملاحظة.

❖ **ملاحظة:** بعد التعريف بالمنهج الذي سيستخدمه الباحث في الدراسة، لا بد أن يقدم المبررات العلمية التي جعلته يستخدم هذا النوع من المناهج.

وأن يختار الباحث المناهج الكمية إذا كانت طبيعة الدراسة كمية، وأن يختار المناهج الكيفية إذا كانت طبيعة الدراسة كيفية.

2. أدوات البحث العلمي:

تعرف أدوات جمع البيانات على أنها التقنيات المستعملة والتي يوظفها الباحث بغرض تفحص الظاهرة التي هو بصدد دراستها، وفي بحوث الإعلام توجد أدوات بحثية متنوعة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة، وتتمثل أهم هذه الأدوات فيما يلي:

2-1 أداة الاستبيان: Questionnaire يعرف الاستبيان على أنه "أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استجواب الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة، لتقديم حقائق وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات".

2-2 . أداة تحليل المحتوى: يعرف برلسون أداة تحليل المحتوى على أنها: "أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال".

تستخدم أداة تحليل المحتوى في البحوث الإعلامية التي تتناول المحتوى الإعلامي بأشكاله المتنوعة المكتوبة، السمعية، السمعية البصرية، الالكترونية...

وتوظف هذه الأداة من خلال تصنيف المحتوى إلى فئات، تتعلق بالشكل والمضمون، ومن فئات المضمون (فئات ماذا قيل؟) نذكر مايلي:

- فئة الموضوع: والتي تستهدف الإجابة على السؤال: على ما يدور محتوى المادة الإعلامية ذات العلاقة بموضوع الدراسة. مثل تقسم الموضوعات السياسية إلى معاهدات، قرارات سياسية، منظمات دولية...

- فئة الاتجاه: وهي من أكثر الفئات شيوعا، حيث يتم تصنيف المحتوى بناء على المثيرات أو المحدودات المختلفة إلى مؤيد/ محايد / معارض.

- فئة الفاعلين: في هذه الفئة يتم إبراز الفاعلين (الشخصيات الظاهرة في المحتوى الإعلامي، أو الهيئات المعنية" مؤسسات المجتمع المدني، وزارة، صحافة...")

- فئة المصدر: حيث يدرج الباحث في هذه الفئة المصادر الإعلامية التي تم من خلالها استيقاء المضمون الإعلامي (صحفي، مراسل، وكالات أنباء، مبعوثون...)

- فئة الجمهور المستهدف: تساعد هذه الفئة الباحث، في معرفة الجمهور الذي يريد القائم بالاتصال الوصول إليه، طبيعته، سماته، هل هو جمهور خاص؟ أم جمهور عام؟ هل هي فئة معينة؟ أم مجموعة من الفئات؟

فئة القيم: تستخدم هذه الفئة في تصنيف المعتقدات والأعراف والتقاليد في حياة الجماعات والأشخاص التي يمكن أن تؤثر في سلوكهم وأفكارهم اتجاه الموضوعات المطروحة.

فئة الأهداف: وهي ترمي إلى التعرف على الأهداف التي يسعى المضمون الإعلامي لتحقيقها لدى الجمهور.

فئة الاستمالات الإقناعية (الأساليب الإقناعية): تعتمد هذه الفئة على استخدام أساليب مختلفة لإقناع الجمهور بمحتوى الرسالة الإعلامية، وتتمثل هذه الاستمالات في الاستمالات العقلية، الاستمالات العاطفية، واستمالة التخويف.

أما فئات الشكل فهي تحاول أن تجيب على السؤال كيف قيل؟ حيث أنها تبرز شكل المادة الإعلامية، وتتمثل في الفئات التالية:

- فئة الأنواع الصحفية (شكل المادة الإعلامية): يقصد بها نوع القوالب الصحفية المستخدمة في التحليل: خبر، مقال، تعليق، تحقيق... الخ

.فئة المساحة/ توظف في الصحافة المكتوبة وفئة الزمن/ توظف في الوسائل السمعية البصرية

- فئة الموقع: وهي من الفئات التي توضح مدى الاهتمام بعرض الموضوع، حيث دلت الدراسات التي اهتمت بتحديد الصفات الأكثر مقروئية على الصفحة الأولى تأتي في المقدمة، تليها الصفحة الأخيرة ثم الصفحة الثالثة، ثم صفحة الوسط، فبقية الصفحات، كذلك حددت الدراسات الأهمية بالنسبة لكل ركن في الصفحة، فالنصف العلوي أهم من السفلي، والربع الأيسر في الصفحة اليسرى بالجريدة الناطقة بالفرنسية أو الانجليزية أهم أجزائها.

- فئة العناصر التيبوغرافية: يقصد بهذه الفئة الكيفية التي تم بها إخراج المادة الإعلامية، ويعد هذا الجانب ذو أهمية كبيرة في التأثير على نفسية القراء كالعناوين.

■ وحدات التحليل: هي الوحدات التي يتم عليها العد أو القياس مباشرة، وهذه الوحدات تتبلور في نموذج بناء رموز المحتوى، الذي يبدأ بالفكرة، ثم يتم اختيار الوحدات اللغوية للتعبير عن هذه الفكرة وصياغتها، ويمكن تحديدها في وحدة اللغة ووحدة الفكرة ووحدة الشخصية...

■ تصميم استمارة التحليل: يتم استخدام استمارة التحليل أثناء الدراسة التطبيقية لجمع البيانات المتعلقة بفئات المضمون وفئات الشكل، ولذلك يقوم الباحث بتصميم هيكلها العام بحيث تشمل الأقسام التالية:

.البيانات الأولية عن الصحيفة، مثل رقم العدد، وتاريخه، وعدد صفحاته.

– إدراج المعلومات المتعلقة بفئات المضمون وفئات الشكل، فمثلا يتناول الباحث في دراسته معالجة الصحافة الجزائرية لظاهرة اختطاف الأطفال، في هذه الحالة سيوظف أداة تحليل المضمون لجمع البيانات التي تطرقت إليها مثلا صحيفة الخبر خلال عام 2016، وهذه البيانات تكون ذات صلة بجريمة اختطاف الأطفال، والعنف ضد الأطفال،... ويتم تصنيف هذه البيانات وفقا لفئات المضمون وفئات الشكل.

■ تفريغ المعلومات: بعد صياغة استمارة التحليل تفرغ المعلومات التي تم إدراجها في استمارات التحليل، في جداول إحصائية من حيث فئات المضمون وفئات الشكل، ثم تحلل المعلومات بطريقة كمية وكيفية، وتدرج في الأخير نتائج الدراسة التحليلية.

اختبار الصدق والثبات: وتعتبر هذه المرحلة عن صدق استمارة التحليل بعد إخضاعها لعملية التحكيم من طرف الأساتذة المحكمين، ثم ترميز الاستمارة في شكل رموز هندسية...، " ترميز فئات المضمون وفئات الشكل"، وتدرج هذه الاستمارة الترميزية في ملحق الدراسة مع دليل الاستمارة التي تشرح الاستمارة الترميزية، ثم تدرج التعاريف الإجرائية لفئات المضمون والشكل.

وتتمثل هذه الخطوات فيما يلي:

-إجراءات العد والقياس: بعد استكمال المراحل الأساسية في بناء أداة التحليل، يتعين على الباحث إخضاعها للصدق والثبات.

1-الصدق: وهو التأكد العلمي من أن استمارة التحليل تقيس فعلا ما يراد قياسه.

ويتضمن الصدق أنواعا عديدة نذكر منها: الصدق الظاهري-صدق المحتوى-صدق المفهوم-الصدق العاملي-الصدق التلازمي-الصدق التجريبي-الصدق التنبؤي-الصدق التطابقي.

2-الثبات: ويشير إلى قابلية تكرار النتائج. حيث تشير الأدبيات إلى وجود العديد من الاختبارات الإحصائية المهمة لقياس الثبات ومنها:

الثبات الكلي (إعادة الاختبار) - الاتساق الداخلي (لمفردات الأدوات) - ثبات المحكمين (تقاطع ملاحظاتهم) - الخطأ

2-3 أدوات وخطوات التحليل السيميولوجي:

➤ رؤية مفاهيمية ملخصة للتحليل السيميولوجي:

السيميولوجيا علم الدوال اللغوية وغير اللغوية ، تدرس العلامات والإشارات والرموز والأيقونات البصرية. كما تستند السيميولوجيا منهجيا إلى عمليتي التفكيك والتركيب (تشبه هذه العملية تفكيك أعضاء الدمية وتركيبها) على غرار البنيوية النصية المغلقة. و نعني بهذا أن السيميوطيقي يدرس النص في نظامه الداخلي البنيوي من خلال تفكيك عناصره وتركيبها من جديد عبر دراسة شكل المضمون وإقصاء المؤلف والمرجع والحيثيات السياقية والخارجية والتي لا ننتج عليها إلا من خلال التناص لمعرفة التداخل النصي وعمليات التفاعل بين النصوص وطبيعة الاشتقاق النصي وتيثر الترسيبات الخارجية والمستنسخات الإحالية داخل النص المرصود سيميائيا.

وعليه، فالسيميوطيقا هي لعبة التفكيك والتركيب تبحث عن سنن الاختلاف ودلالاته. فعبر التعارض والاختلاف والتناقض والتضاد بين الدوال اللغوية النصية يكتشف المعنى وتستخرج الدلالة. ومن ثم، فالهدف من دراسة النصوص سيميوطيقا وتطبيقيا هو البحث عن المعنى والدلالة و استخلاص البنية المولدة للنصوص منطوقيا ودلاليا.

أدوات التحليل السيميولوجي: يستخدم الباحث في التحليل السيميولوجي الأدوات التالية لتحليل

سيميائية المحتوى :

الوصف، التفسير، التحليل، النقد، التأويل.

الخطوات المنهجية للتحليل السيميولوجي:

تبنى هذه الخطوات وفق المقاربات السيميولوجية وتعد مقارنة رولان بارث/ كريستيان ميتز/ وشارل بييرس، ومارتن جولي اهم المقاربات التي توظف في الدراسات السيميولوجية وتعتمد خطوات التحليل السيميولوجي على مستويات أساسية كما يلي:

1.المستوى التعييني :أو ما يسمى بالمستوى التقريري: يعرف لويس يامسالف التعيين كمركب (دال)عالقة دال / مدلول (أو في كل نظام من أنظمة التعبير و التواصل ، و التضمن كنظام ثاني من الفهم) الأيديولوجي و التاريخي و الاجتماعي... إلخ . (حيث يتم الاعتماد على الوصف الدقيق للومضة من خلال كل العناصر المكونة للصورة المتحركة من خلال تحديد مجمل اللقطات والزوايا ، المدة الزمنية التي تستغرقها اللقطة و حركات الكاميرا أي من خلال شريط الصورة و ضريط الصوت الذي يضم الموسيقى و مؤثرات موسيقية و الأصوات الجانبية.

2.المستوى التضميني: أو ما يسمى بالمستوى الإيحائي: نجد في كتاب الفيلسوف الألماني فريج الذي يعتبر أن العالمة تدل عبر ثالث مراحل) أي على ثلاثة مستويات مختلفة من الدلالة (بمرجع واحد في عالم الأشياء، غالبا ما تكون لعالمين مرجع واحد و لكن ليس لهما معنى واحد . و التضمن ليس هو ما تدل عليه الكلمة و لكن الطريقة التي تدل بواسطتها على ما تدل) إنها الطريق 7 المنطقي للوصول إلى المرجع)

3.المستوى الألسني:يتضمن الجانب اللغوي للومضة الاشهارية سواء كان في شكله المنطوق أو المكتوب في شكل كلمات مكتوبة ، و مرافق للصورة و البحث في دلالة النص والأبعاد التي يحملها ووظائفه ضمن السياق الفلمي للومضة الإشهارية بشكل عام للأهمية التي يحملها النص اللغوي في الصورة الاشهارية.

3.مجتمع البحث وعينة الدراسة:

3-1- مجتمع البحث: مجتمع البحث هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات ، كمثل على ذلك سكان الجزائر، أي مجموع الأشخاص أو الأفراد المقيمين بالجزائر، أو مجموعة كتب المكتبة ، أي كل كتب المكتبة أو وسائل الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، وينقسم مجتمع البحث في الدراسات الإعلامية إلى : المجتمع المستهدف ، والمجتمع المتاح.

مثال : دور الإعلانات الإلكترونية في تحفيز سلوك الشباب الجزائري . دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية باتنة.

المجتمع المستهدف: يتمثل في المجتمع الأصلي أو الرئيسي الشامل وهو الشباب الجزائري .

المجتمع المتاح: هو ما أتاحه المجتمع المستهدف من فئات أخرى ووقع الاختيار مثلا في هذا الموضوع على شباب ولاية باتنة كمجتمع متاح.

3-2 . عينة الدراسة: تعرف العينة على أنها "الجزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته، ممثلة بنسبة مئوية، يتم حسابها طبقا للمعايير الإحصائية وطبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته"

ففي مذكرات التخرج لابد على الباحث أن يعرف أولا مفهوم العينة ، ثم يختار نوع العينة التي تتماشى وطبيعة موضوع دراسته، وتتعدد أنواع العينات في بحوث الإعلام وتنقسم إلى صنفين أساسيين هما:

- العينات العشوائية الاحتمالية: وهي العينات التي تختار بطريقة عشوائية ولا يتدخل الباحث في اختيارها، وتعطي لكل عنصر من عناصر مجتمع الدراسة فرصة في الظهور، وتحتوي هذه العينات التالية:

- العينة العشوائية البسيطة: يتطلب استخدام هذه الطريقة ضرورة حصر كامل العناصر التي يتكون منها مجتمع الدراسة الأصلي ومعرفتها، ليتم لاحقا الاختيار من بين تلك العناصر، فمثلا إذا كانت الدراسة تتعلق بالمستثمرين في سوق عمان المالي فإن استعمال طريقة العينة العشوائية البسيطة يتطلب أن يتوفر لدى الباحث قائمة مفصلة ودقيقة بجميع المستثمرين في السوق ليتم الاختيار من بينهم.

- العينة العنقودية (المتعددة المراحل):

هي العينة التي يتم اختيار مفرداتها على أكثر من مرحلة واحدة، بدءا بتقسيم مجتمع الى مستويات متعددة، نظرا لضخامة حجمه وصعوبة حصر مفرداته.

مثال: إذا أراد الباحث دراسة أثر برنامج الأطفال التلفزيونية على سلوك الطفل الجزائري في طور التعليم الابتدائي.

هنا يواجه الباحث صعوبة اجراء الدراسة على كل الأطفال المقدرين بالملايين، مما تجعله في: مرحلة أولى: يختار ولايات معينة بطريقة عشوائية إذا أدرك أن الولايات متجانسة فيما بينها، من حيث الجوانب المستهدفة بالدراسة. أما إذا كان العكس، أي كانت هذه المناطق متباينة فانه يفضل أسلوب الاختيار المنتظم، أو أسلوب الاختيار القصدي، في حالة تعرفه المسبق على المناطق الأكثر ملائمة للدراسة (عينة ذات مرحلة أولى).

مرحلة ثانية: يقوم الباحث باختيار مدارس ابتدائية على كل منطقة من المناطق المختارة، بتطبيق أسلوب الاختيار نفسه المعتمد في الاختيار الأول (عينة ذات مرحلتين).

مرحلة ثالثة: يقوم الباحث باختيار طلبة معينين من طلبة كل مدرسة من المدارس المكونة للعينة المختارة، بتطبيق أسلوب الاختبار المتبع في المرحلتين الأولى والثانية، فانه يتحصل على عينة من التلاميذ تعرف في البحث العلمي ب (عينة ثلاث مراحل...) وهكذا.

فالعينة متعددة المراحل هي عينة يتم اختيارها بعد سلسلة من الاختيارات المتداخلة، تبدأ من أوسع نطاق المجتمع الأصلي ثم تضيق مرحليا، حتى أصغر النطاق. المكون للمستوى الذي يختار منه مفردات العينة.

العينة الطبقيّة: يستخدم هذا النوع من العينات في المجتمعات غير المتجانسة والتي تتباين مفرداتها وفقا لخصائص معينة مثل: المستوى التعليمي، السن، الجنس، نوع التخصص، ويمكن تقسيم المجتمع وفقا لهذه الخصائص إلى طبقات، وعادة تتجانس مفردات الطبقة الواحدة فيما بينها، وتختلف الطبقات عن بعضها البعض. ويتم اختيار العينة العشوائية الطبقيّة عبر الخطوات التالية:

ويتم اختيار العينة العشوائية الطبقيّة عبر الخطوات التالية:

طريقة الحصص المتساوية:

مثال: لو قمنا بدراسة أثر برنامج محطة تلفزيونية على طلبة معهد معين، حيث يقسم مجتمع طلبة هذا المعهد الى فئة الطالبة وفئة الطالبات، ولنفرض مجتمع البحث يتكون من 2000

طالب منها 500 طالبة و1500 طالب، وأراد الباحث سحب عينة بنسبة 10 % من مفردات المجتمع المبحوث، أي ما يساوي 200 مفردة، ثم يوزع بالتساوي مفردات هذه العينة البالغة 200 مفردة على فئتي الطلبة والطالبات، أي يحسب 100 مفردة من فئة الطلبة البالغ عددهم 1500 طالب و100 مفردة من فئة الطالبات البالغ عددهن 500 طالبة، وهذا بتطبيق الأسلوب العشوائي أو الأسلوب المنتظم.

طريقة الحصص المتناسبة:

تقوم هذه الطريقة في سحب مفردات العينة على مبدأ تحديد حصص التعيين الخاصة بكل فئة أو طبقة على مستوى المجتمع الأصلي تحديدا يتناسب مع حجم ما تتضمنه هذه الأخيرة من مفردات.

مثال: فإذا كان لدينا نفس مجتمع البحث السابق المتكون من 1500 طالب و500 طالبة من مجموع 2000 طالب، وأردنا اختيار عينة تمثل نسبة 10% منه أي سحب 200 وحدة.

فان توزيع حصص مفردات هذه العينة يرتبط بالعدد الكلي لمفردات كل فئة من خلال نسبة 10 % من كل فئة بالطريقة التالية: $\frac{10 \times 1500}{100} = 150$ طالب بالنسبة لحصة فئة الطلبة $\frac{10 \times 500}{100} = 50$ طالبة بالنسبة لحصة فئة الطالبات في العينة المطلوبة.

.العينة المنتظمة: وتوظف هذه العينة كثيرا في دراسات تحليل المحتوى الإعلامي.

مثال / معالجة الصحافة الجزائرية لأزمة البطالة في الجزائر- دراسة تحليلية لعينة من أعداد جريدة الشروق اليومي خلال 2016.

في هذه الدراسة يختار الباحث عينة من أعداد جريدة الشروق اليومي الصادرة في عام 2016، وليكن عدد العينة 12 مفردة (عدد)، مختارة بطريقة عشوائية خلال شهري جانفي وفيفري 2016.

وعليه يتم تطبيق العينة المنتظمة بالشكل التالي: يتم إجراء عملية حسابية لحاصل قسمة 12 عددا على مجموع شهري جانفي وفيفري 2016 ما يعادل (60 يوم)، فتكون العملية الحسابية كالتالي: $60/12 = 05$ ، إذن فالنتيجة هي 05 وتمثل المدى، أي أنه أثناء عملية اختيار العينة (عينة 12 عددا للجريدة)، يقوم الباحث باختيار العدد الأول من شهر جانفي بطريقة

عشوائية وليكن مثلا موافق لتاريخ 5 جانفي 2016، ثم يترك الباحث فارق 5 أعداد، ويختار العدد الثاني الذي كون موافق لتاريخ 10 جانفي 2016، وهكذا تتم عملية المعاينة إلى أن يصل الباحث إلى حجم العينة (12 عدد).

- العينة الدورية: وهي أسلوب لاختيار العينة المنتظمة إلى أبعد الحدود ، ويتم توظيفها أيضا في بحوث تحليل المحتوى الإعلامي، فمثلا يمكن دراسة المثال السابق وفق أسلوب العينة الدورية خلال سنة 2016. حيث يقوم الباحث باختيار عدد كل أسبوع أو كل شهر... بشكل دوري .

- العينات غير احتمالية (غير عشوائية): تتصف العينات الغير احتمالية بأن عناصر مجتمع الدراسة الأصلي فيها لا تعطي الفرصة نفسها بالظهور في العينة، وبناء على ذلك لا يمكن تحديد نسبة احتمال ظهور كل عنصر في العينة بشكل مسبق لأن طبيعة البحث كيفي يخضع لتدخل الباحث في تحديد العينة، وتنقسم العينات غير احتمالية إلى:

- العينة القصدية: هي التي يتم انتقاء مفرداتها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم ، ولكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة.

- العينة العرضية (عينة الصدفة): يقصد بها العينة التي يختارها الباحث وفقا للحالات التي تصادفه وهي تخضع للمجالات الجغرافية والزمنية، مثلا إذا أراد الباحث أن يدرس الصعوبات التي تواجه طلاب كلية الهندسة فإنه يختار طلاب العنف الذي يدرسه ويطبق عليهم الدراسة للتعرف على هذه الصعوبات، فهذه العينة تختلف عن العينة القصدية من حيث أنها تخضع للصدفة.

- العينة الحصصية: تعتمد على بعض مميزات مجتمع البحث التي تسعى لإعادة إنتاجها في صورة نسب في العينة، فاستعمال هذه العينة يتطلب من الباحث أن يمتلك بعض المعطيات الرقمية حول مجتمع البحث، فمثلا إذا كان الباحث يهتم بالسكان المهاجرين وتحصل على معطيات خاصة بنسبتهم حسب فئة السن، فينبغي عليه أن يحترم في العينة التي سينشئها نفس هذه النسبة في كل فئة سن، إذا كان الأشخاص الذين يقل سنهم عن 24 سنة يمثلون 42 %، من المجموع فالعينة ستضمن كذلك 42%، من الأشخاص الذين تقل أعمارهم عن 42 سنة.

تشابه العينة الحصصية مع العينة الطبقية ، من حيث أن الباحث يحاول من خلالها أن يحصل على عينة تمثل الحصص أو الفئات المختلفة في مجتمع البحث، وتختلف العينة الحصصية عن العينة الطبقية في أن العينة الطبقية يتم من خلالها تحديد مفرداتها بشكل عشوائي، أما العينة الحصصية فهي تخضع لاختيار الباحث وميولاته .

- عينة كرة الثلج: هي أسلوب للوصول إلى وحدات الدراسة ، حيث أن إحدى وحدات الدراسة (شخص) يعطي الباحث إسم شخص ثاني (وحدة ثانية)، والذي بدوره يعطي الباحث إسم شخص ثالث (وحدة ثالثة)، تستخدم عينة كرة الثلج في البحوث التي يكون الوصول إلى وحدات الدراسة فيه صعوبة كبيرة، كالدراسات المتعلقة بتعاطي المخدرات أو المشردين أو الفقراء أو المتسولين ، وفي مثل هذه البحوث يكون من الصعب جدا توفر بيانات مسجلة عن وحدات مجتمع الدراسة، وبالتالي يصعب الوصول إليها بطرق المعاينة الأخرى.

فعينة كرة الثلج يتعرف فيها الباحث على فرد من المجتمع الأصلي، يقوده لفرد آخر، وهكذا يتسع نطاق معرفة الباحث بهذا المجتمع، وتسمى بالعينة المتضاعفة .

مثال: يريد الباحث دراسة مجتمع المدمنين في مدينة ما لا يجد أمامه إلا من هو في السجن أو مصحة علاجية، أو التعرف على أحدهم وتكوين علاقة معه فسوف يقوده إلى مجموعة من زملاءه المدمنين.

4. مجالات الدراسة (حدود الدراسة):

تشكل هذه الخطوة آخر الخطوات المنهجية ، وفيها يبرز الباحث المجال الجغرافي والمجال الزمني والمجال البشري، أو مصدر العينة.

4 1- المجال الجغرافي: يعرض الباحث في هذه الخطوة الفرعية المكان الذي أجرى فيه الباحث الدراسة الميدانية.

4 2- المجال الزمني: في هذه الخطوة يعرض الباحث الإجراءات الزمنية التي خضعت لها الدراسة التطبيقية، حيث يوضح الباحث تاريخ بداية العمل في الإطار التطبيقي للدراسة بداية من تصميم استمارة استبيان، أو تحليل محتوى، أو مقابلة...ثم يعرض الباحث المجال الزمني الذي استغرقت استمارة الاستبيان أو تحليل المحتوى أو المقابلة في إعدادها، وتحكيمها من

طرف الأساتذة، كما يتطرق الباحث أيضا إلى عرض الفترة الزمنية التي خضعت لها عملية التفريغ والتحليل، وإدراج النتائج والتوصيات.

4. 3. المجال البشري: يتوفر العنصر البشري في دراسات الجمهور لأن الباحث سيقوم بصياغة استمارة استبيان، أو أسئلة مقابلة، وي طرحها على عينة الدراسة

4. 4. مصدر العينة: يتم إدراج هذه الخطوة في الدراسات المتعلقة بتحليل المحتوى، حيث يتم الاستغناء على المجال البشري، لأن الدراسة تتجه إلى المحتوى الإعلامي وليس الجمهور، وبالتالي نقول "مصدر العينة".

ثالثا: الإطار النظري للدراسة:

يمثل الإطار النظري للدراسة الخطوة الثالثة والأخيرة في الفصل الأول من الدراسة، ويقصد بالإطار النظري للدراسة ذلك القسم الذي سيوظف فيه الباحث الخلفيات النظرية للدراسة (البراديغمات والنظريات الجزئية في الإعلام والاتصال)، فمثلا الباحث إذا كان سيتجه إلى دراسة دور وسائل الإعلام، لأنه حتما سيوظف البراديغم الوظيفي "البنائية الوظيفية"، وإذا كان سيدرس رموز ومعاني الرسالة الإعلامية سيوظف نظرية التفاعلية الرمزية، وإذا كان سيدرس مثلا أنماط الثقافة الجماهيرية في وسائل الإعلام فإنه سيوظف النظرية النقدية، وإذا كان سيعالج تأثيرات وسائل الإعلام سيوظف النظريات السلوكية... الخ.

وعليه فإن الباحث في هذه الخطوة يقوم بعرض انتماءاته الابستمولوجية والتي بدورها تتماشى وطبيعة موضوع الدراسة وأهدافها من خلال المراحل التالية:

المرحلة الأولى: في هذه المرحلة يعالج الباحث الإطار النظري للدراسة من حيث التعريف بالمداخل النظرية التي اعتمدها، وإدراج فروضها، وأهم الانتقادات الموجهة إليها.

المرحلة الثانية: في هذه المرحلة يقوم الباحث بإسقاط الخلفيات النظرية التي اعتمدها على موضوع بحثه، وتتم عملية الإسقاط النظري بعد عرض كل مدخل نظري، وفي هذه الخطوة يشرح الباحث عملية تبنيه لهذه المداخل النظرية وكيف سهلت له عملية الضبط والتحكم في مختلف جوانب دراسته المنهجية والتوثيقية والتطبيقية، كما تخضع عملية الإسقاط النظري إلى إسقاط بعض فروض الخلفيات النظرية التي اعتمدها الباحث على موضوع دراسته بداية

من تحديد مشكلة الدراسة وطرح تساؤلاتها الفرعية وبناء فرضياتها ومفاهيمها الإجرائية ، كما يتم الاستناد على الإطار النظري في عملية التحليل للبيانات وإدراج نتائج الدراسة.