

مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال

Research methods in information and communication sciences

تعتبر مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال المناهج العلمية التي يستخدمها الباحثون لدراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية ، لذا تستخدم العديد من المناهج وهي

المنهج الوصفي:

وهو المنهج الذي يهدف إلى وصف الظواهر الإعلامية كما هي دون التدخل فيها، ويستخدم فيه الأدوات التالية: الاستبيان، المقابلة، الملاحظة، تحليل المضمون.

أمثلة: دراسة أنماط استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي/ تحليل محتوى البرامج الثقافية

المنهج التاريخي

يهتم بدراسة تطور وسائل الإعلام عبر الزمن وتحليل الأحداث الإعلامية الماضية. ويستخدم فيه الأدوات التالية الوثائق، الأرشيف، الصحف القديمة. مثال: تطور الصحافة المتخصصة في الجزائر.

المنهج التجريبي

يركز على دراسة العلاقة السببية بين المتغيرات الإعلامية من خلال التجربة. مثال: تأثير نوع الرسالة الإعلامية على اتجاهات الجمهور.

المنهج المقارن

يقوم بالمقارنة بين وسائل إعلام أو نظم إعلامية مختلفة. مثال: مقارنة التغطية الإعلامية لقضية غزة في قناتي الجزيرة والعربية.

المنهج المسحي

• يُستخدم لدراسة الآراء والاتجاهات والسلوكيات لدى جمهور واسع في فترة زمنية محددة. وهو يغطي عينات كبيرة لذا فنتائجه قابلة للتعميم.

•

أدواته: الاستبيان، المقابلة

مثال: استخدامات الطلبة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

منهج دراسة الحالة

يركّز على دراسة حالة واحدة بعمق (مؤسسة، برنامج، حملة إعلامية).

أدواته: المقابلات، الوثائق، الملاحظة

أمثلة:

- دراسة حالة قناة إخبارية
- دراسة الاتصال الداخلي داخل مؤسسة معينة

المنهج الإثنوغرافي

يعتمد على الملاحظة الميدانية لفهم السلوك الإعلامي داخل مجتمع معين.

أدواته: الملاحظة بالمشاركة، المقابلات المتعمقة

مثال: سلوك مستخدمي تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسة الإعلامية

المنهج النتنوغرافي

هو امتداد للإثنوغرافيا، لكنه يدرس المجتمعات الافتراضية على الإنترنت.

مجاله: وسائل التواصل الاجتماعي، المنتديات، المجتمعات الرقمية

أمثلة:

- دراسة تفاعل الجمهور مع البث المباشر على منصة التيك توك
- تحليل سلوك المتابعين لحسابات المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي في مجموعات فيسبوك