

المحاضرة الخامسة:

المنهج المسحي أو منهج المسح الوصفي أو منهج البحث الميداني:

ارتبط منهج المسح الوصفي منذ نشأته بدراسة المشكلات المتعلقة بالمجالات الإنسانية، لعدم تمكن الباحث من إجراء تجارب على هذه المجالات خاصة ما تعلق منها بالجانب السلوكي للإنسان، أو الظواهر الطبيعية، "حيث بدأ العمل بهذا المنهج في الغرب في نهاية القرن الثامن عشر، لكنه عرف أوج تطوره في القرن العشرين، وذلك عندما قام الإنجليزي "جون هيوارد" بدراسة للسجون جمع فيها بيانات عن السجون والأمراض المنتشرة فيها وأنواعها وأسبابها وعدد العاملين فيها ودخولهم، وتوصل إلى عدد من النتائج التي تفيد في إدخال بعض إجراءات الإصلاح، وبعد ذلك بدأ استخدام المسح الاجتماعي كطريقة في البحث الاجتماعي وزاد الاعتماد عليه، حيث أجرى الفرنسي "فردريك لوبلاي" مسحا للعمال الأوروبيين استغرق أكثر من عشرين سنة، أعتمد فيه على دراسة حالات أسرهم وميزانياتها، وانتهى منه إلى مجموعة من الاقتراحات لعلاج الأوضاع السيئة للعمال الفرنسيين".¹

ويعتبر منهج المسح من أنسب المناهج العلمية في الدراسات التي تستهدف وصف وبناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه بصفة خاصة، وذلك من خلال تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها، من خلال مجموعة الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها.² كما يعتبر جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث، إذ بفضلها يمكن الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع الذي نرغب في دراسته، والتعرف على الجوانب التي هي في حاجة إلى تغيير وتقييم شامل.³

وتجدر الإشارة إلى أن الوصف الكمي يعتبر ضرورة في الدراسات الوصفية، ويعتبر أيضا من سمات منهج المسح في الإطار الوصفي أنه منهج كمي، خاصة أنه يتعامل في إجراءاته مع عدد كبير

من المفردات يصعب معها الوصف الكيفي من خلال أساليب الملاحظة أو المشاهدة، وذلك بتطبيق طرق وأساليب الإحصاء الوصفي.⁴

ونظرا لما يحققه استخدام المنهج المسحي الوصفي من وصف وتحليل دقيق للظاهرة المدروسة ومتغيراتها، من خلال جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بالظاهرة المدروسة وتنظيمها بهدف وصفها كيفيا وكما، فإنه يعتبر من أهم المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام، فهو يمكن الباحث من تسليط الضوء على مشكلات بحثية من الواقع المعاش في علاقتها بالإعلام من أجل إيجاد حلول عملية لها، تساهم في تحسين الوضع القائم في المجتمع أفرادا وجماعات ومؤسسات، مثل التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين العملية التعليمية في الجامعة، من أجل توجيه الطلبة والأساتذة إلى أهمية وكيفية توظيف هذه المواقع بشكل إيجابي لتحقيق فعالية عملية التعليم والتعلم في الجامعة، والقضاء على العديد من المشكلات المرتبطة بطرق التدريس التقليدية، أو التعرف على خصائص جمهور وسائل الإعلام وعادات وأنماط مشاهدة البرامج التليفزيونية لديه وآرائه حولها شكلا ومضمونا، بهدف تحسينها وتطوير خدماتها للرفع من مستوى استجابتها لحاجات وميولات جمهورها، أو التعرف على الصورة الذهنية لدى الجمهور الخارجي نحو مؤسسة من المؤسسات ودور العلاقات العامة في تحسينها من أجل التخطيط لبرامج اتصالية أكثر فعالية للحفاظ على جمهورها وكسب جمهور جديد، وما إلى ذلك من دراسات سواء في بحوث العلاقات العامة والإعلان، أو في بحوث الإعلام التي تدرس الرسائل والوسائل الإعلامية في علاقتها بالأوضاع السياسية والاجتماعية والتربوية والثقافية والاقتصادية والأمنية الراهنة، التي تساهم في تقديم مقترحات وتوصيات مبنية على استخدام طريقة علمية منظمة، لتأخذها المؤسسات الإعلامية بعين الاعتبار في رسم السياسات الإعلامية وبرمجتها وتطوير نوع الخدمة الإعلامية التي تقدمها، أو غيرها من المؤسسات للتخطيط للبرامج الاتصالية والحملات الإعلامية والإعلانية.

ويقوم منهج المسح الوصفي عموما على قاعدتين أساسيتين، هما:⁵

- قاعدة التجريد

- قاعدة التعميم: وتقوم على إصدار النتائج المتوصل إليها على الظاهرة في حدود العينة التي تم إخضاعها للدراسة ومجتمع البحث الذي سحبت منه العينة.

ولما كانت الدراسات الإعلامية تختلف نسبيا من حيث طبيعتها ومتطلباتها عن مجموعة الدراسات الاجتماعية الأخرى، فإن هناك تصنيفات فرعية خاصة لمنهج المسح في هذا الحقل من العلوم، ذلك أن منهج المسح الوصفي يتم توظيفه لدراسة كل عناصر العملية الإعلامية والاتصالية (جمهور وسائل الإعلام، القائمين بالاتصال، الوسائل الإعلامية، محتوى الرسائل الإعلامية). وبناء عليه تتحدد أساليب الدراسة المسحية في بحوث الإعلام حسب ما أشار إليه سمير محمد حسين، في:

- أسلوب مسح الرأي العام: تستهدف عملية مسح الرأي العام إلى التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المختلفة لدى مجموعة معينة من الجماهير تبعا للهدف من إجراء المسح.⁶

- مسح جمهور وسائل الإعلام: يستهدف هذا النوع من المسوح دراسة الجمهور من حيث السن والجنس والمستوى التعليمي والدخل وغيرها من الخصائص الشخصية لأفراد الجمهور وعلاقة هذه الخصائص بما تقدمه وسائل الإعلام والصحف، كما تمتد إلى معرفة العديد من التفاصيل التي تكشف عن جوانب أخرى لا تقل في أهميتها عن الخصائص الشخصية لأفراد الجمهور، أهمها⁷

- التعرف على الاختلاف في درجات التأثير والفهم والاستيعاب لما تقدمه وسائل الإعلام المختلفة، وذلك بدراسة العلاقة بين الخصائص الكامنة في كل وسيلة، ونوعية البرامج التي تقدم من خلالها، وأثر ذلك على الفهم والاستيعاب عند الجمهور.

- قياس دور العناصر الإيضاحية المصاحبة للمادة المكتوبة أو المسموعة أو المرئية في فهم واستيعاب الرسالة عند المتلقي.

- التعرف على أنماط المشاهدة أو الاستماع أو القراءة ومعدل الساعات التي يمضيها المتلقي.

- التعرف على مواقف الجمهور إزاء بعض القضايا العالمية في وسائل الإعلام.

- التعرف على مواقف الجمهور تجاه بعض البرامج أو قراءة صحف وجلات معينة وقدرته على التجاوب معها.

- التعرف على تكرار المشاهدة أو الاستماع عند الجمهور.

- أثر العوامل المتصلة بشكل ومحتوى الوسيلة في عملية المشاهدة أو الاستماع أو القراءة، إذ أن هناك بعض النظريات التي ترى أن لمحتوى البرامج أثرا ضعيفا في عملية المشاهدة، وأن الناس تشاهد التلفزيون كوسيلة في حد ذاته بغض النظر عما يقدمه "الرسالة هي الوسيلة".

- **مسح محتوى وسائل الإعلام:** يعني هذا الأسلوب الطريقة التي يتبعها الباحث لتصنيف إشارات ودلالات المادة الاتصالية من خلال معانيها، وفقا للفئات التي يحددها لموضوع البحث، والنتيجة هي تكرار تواتر الإشارات أو مجموعة الدلالات في كل فئة ضمن نظام التصنيف. وعلى ذلك فإن أهم سمات هذا الأسلوب هي:⁸

- أنه يستخدم لوصف المحتوى الظاهر لمادة الاتصال.

- الموضوعية بحيث لا يتأثر الباحث بأهوائه.

- الانتظام أي إجراء التحليل وفقا لفئات محددة، ثم تعريفها وفق مفاهيم محددة.

- الكمية من خلال تحويل المادة الاتصالية إلى تكرارات تجريبية وفق مقاييس محددة.

- **مسح وسائل الإعلام:** تهدف دراسات مسح وسائل الإعلام إلى التعرف على شخصية الوسيلة الإعلامية في جوانب مختلفة، أهمها:⁹

- دراسة أرقام التوزيع الخاصة بكل صحيفة، وتطورها من ناحية التوزيع الجغرافي، من خلال التعرف على جغرافية توزيع الصحف بالنسبة لعدد السكان، وانعكاس جغرافية توزيع الصحف على نوعية الأداء الصحفي المقدم حول مختلف القضايا والموضوعات على مستوى الدولة أو المدن.

- عدد أجهزة الإذاعة المسموعة والمرئية وأجهزة التسجيل وتوزيعها الجغرافي ومراكز الثقل في هذا التوزيع، ونسبتها إلى عدد السكان.

- مقارنة الأداء الصحفي والإعلامي بالنسبة لقضايا معينة في وسائل الإعلام المختلفة.
- دراسة الخصائص الكامنة في كل وسيلة من وسائل الإعلام ومدى توظيف هذه الخصائص في معالجة قضايا بعينها.
- الإذاعات والصحف المحلية والإقليمية، سماتها وخصائصها، ودورها في تنمية المجتمعات المحلية والإقليمية.
- دراسة وضعية المصدر في كل وسيلة، ونوعية المصادر التي تعتمد عليها وارتباط ذلك بالصورة الذهنية التي يكوها الجمهور عن كل وسيلة.
- دور المصدر في تحديد اتجاهات وسياسات الوسائل الإعلامية وأثر ذلك على الجمهور.
- تحديد نسبة المقروئية من وفي كل صحيفة.
- مسح أساليب الممارسة الإعلامية: ويقصد بأساليب الممارسة في مجال الإعلام دراسة الجوانب الإدارية والتنظيمية التي تتبعها أجهزة الإعلام وإدارتها في مختلف المجالات الإعلامية، وذلك بهدف تصوير الواقع التطبيقي الفعلي، والتعرف على الطرق التي تتبعها هذه الأجهزة في ممارسة نشاطاتها المختلفة، باعتبار أن نجاح الجهود الإعلامية ينبي أساسا على مدى فعالية الجوانب التنظيمية والإدارية لها.¹⁰
- ويمكن أن يشمل مسح أساليب الممارسة الإعلامية ما يأتي:¹¹
- التعرف على الهياكل التنظيمية والإدارية للمؤسسات والمرافق الإعلامية، والعيوب التنظيمية التي تعاني منها.
- نظم تسيير المؤسسات الإعلامية.
- دراسة نوعية المشكلات الإدارية والتنظيمية وانعكاسها على مستوى الأداء الإعلامي أو الصحفي.
- دراسة القوانين المنظمة لوسائل الإعلام في الدول المختلفة وأثرها على مستوى الأداء.

- دراسة العاملين في وسائل الإعلام المختلفة، وتقسيماتهم من حيث طبيعة العمل والمؤهل العلمي وسنوات الخبرة وبرامج التدريب وما إلى ذلك.

- السياسات وبرامج التخطيط الإعلامي والميزانيات، وتأثير ذلك على الأداء الإعلامي، وتحقيق الأهداف المعلنة في مجالات التدريب والبحوث وتطوير التقنية.

ومن التصميمات المنهجية للمسح الوصفي، ما يأتي:¹²

- المسح العرضي أو لمرة واحدة: أو المسح غير المقارن.

- المسوح الدورية أو المتكررة أو الطولية أو التطورية: أو المسح المقارن.

مراجع وهوامش:

- 1- سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط2، 1995.
- 2- عمار بوحوش: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية، الجزائر، 2000.
- 3- عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1990.
- 4- عمار بوحوش ومحمد الذنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 5- غازي حسين: إعداد البحث العلمي (ليسانس - ماجستير - دكتوراه)، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1986.
- 6- محمد بن عبد العزيز الحيزران: البحوث الإعلامية (أسسها - أساليبها - مجالاتها)، الرياض، ط2، 2004.
- 7- محمد زياد عمر: البحث العلمي ومناهجه وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ج4، 1993.
- 8- محمد شفيق: البحث العلمي (الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1998.
- 9- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، ط2، 2004.