أنواع البحوث والدراسات الإعلامية والاتصالية.

في البداية لابدّ من تحديد المقصود بالبحث العلمي والدراسات الإعلامية والاتصالية لتسهيل فهم هذه الأخيرة ، ومعرفة أسسها وقواعدها.

البحث العلمي: هو نشاط علمي منظم يسعى الى كشف الحقائق ودرجة الارتباط بينها، ثم استنتاج المبادئ العامة والقواعد التفسيرية.

البحث الإعلامي: هو النشاط العلمي المنظم الذي يسعى للكشف عن الظواهر الإعلامية والحقائق المتصلة بها وأطرافها والعلاقات بينها وأهدافها وسياقاتها الاجتماعية ووصف هذه الحقائق وتفسيرها، والتوقع باتجاهات الحركة فيها، وتسعى الدراسات الإعلامية الاتصالية إلى تحقيق:

- صياغة معرفة علمية خاصة بالظواهر الإعلامية.
- وصف الظاهرة الإعلامية الاتصالية من حيث: علاقاتها- اتجاهاتها- العوامل الدافعة لها.
- ضبط الظاهرة الإعلامية الاتصالية من حيث: علاقاتها- اتجاهاتها- العوامل الدافعة لها.
- توقع الظاهرة وصياغة تفسيرات لها.

خصائص الظاهرة الإعلامية الاتصالية:

- **الديناميكية:** التغير، التدفق المستمر، وهي نفسها خصائص العملية الإعلامية.
- **الاجتماعية:** لا تعمل بمعزل عن حركة السياقات و النظم الاجتماعية.
- **التبادلية:** معرفة الأسباب والنتائج.
- صعوبة عزل تفسير الظاهرة عن ذاتية الباحث.

وعليه فالظاهرة الإعلامية الاتصالية شديدة التعقيد، وتحتاج دراستها إلى جهد بحثي متواصل متكامل بين أنواع الدراسات النفسية والاجتماعية والتصميمات المنهجية التي تسهم في مجموعها في وصف الظاهرة وتفسيرها.

ومن الدراسات الإعلامية الاتصالية يمكن التمييز بين ثلاث أنواع يمكن تصنيفها كالأتي:

1- الدراسات الاستطلاعية: (الاستكشافية أو الصياغية) :

نجد أن معظم الدراسات الإنسانية و الاجتماعية تسعى إلى استطلاع مجال محدد للبحث ، كما أنها تستهدف تحقيق غايات و أهداف ، كتوضيح بعض المفاهيم ، تحديد أولويات المسائل و الموضوعات الجديدة بالبحث .

فالدراسة الاستطلاعية إذا تعتبر دراسة أولية ينزل فيها الباحث إلى الميدان، و هو يجهل الأبعاد الحقيقية للموضوع أو الظاهرة المراد دراستها، وهو هنا يكون(أي الباحث)مزودا بتساؤلات لا بفرضيات لأنه يجهل الموضوع، مطالبا بجمع المعلومات و البيانات دون إعطاء تفسيرات كمية، وعليه تعتبر الدراسة الاستطلاعية الأرضية و القاعدة التي تستطيع من خلالها تكميل الدراسات الأخرى.

ولعل من أهم هذه الدراسات التي قام بها كل من هارولد لاسويل 1927، ولتر ليبنمان 1921، الذي تتنبأ بوجود رأي عام وارسون ويلز 1937، بحيث قدموا للعملية الاتصالية شيئا جديدا هو مفهوم التأثير ، وهنا بالتحديد ظهرت نظريات من أهمها : نظرية التأثير المباشر أو القوي ، نتحدث فيها عن نظرية الحقنة تحت الجلد لهارولد لاسويل 1927 .

هذه الأخيرة تأسست على فكرة الدعاية وظهرت بعد نهاية الحرب العالمية الأولى، تكون موجهة مباشرة للفرد و تؤثر فيه . و سميت كذلك لأن تأثير وسائل الاعلام يشبه كحقنة في عروق الجمهور .

فالمرسل هو من يتحكم بالرسالة بشكل كلي، استقبال الخبر يكون بطريقة فورية والأهم أن جمهورها سلبي (يتأثر و لا يؤثر) .

ومن أمثلة هذا النوع من الدراسات:

- استطلاعات الرأي العام الجزائري حول الأزمة الاقتصادية العالمية.

2- الدراسات التجريبية : (الإمبريقية) :

هنا كانت نقطة التحول، و هنا تأسست قاعدة علمية يمكن الانطلاق منها لدراسات جديدة فمن:

البحث عن الكم في العشرينيات إلى البحث عن السبب في الخمسينيات، ومن طرح السؤال كم ؟ إلى طرح السؤال كيف و لماذا ؟ .

تعتمد هذه الدراسات على التجريب و تسمى بالدراسات السببية، فهي تقدم تفسير للظواهر والعوامل التي تؤثر فيها مما تساعد على فهم الظاهرة ، أيضا من خلالها يمكننا التعرف على العوامل و الأسباب الرئيسية المسؤولة عن انتشار أو توسع الظاهرة أو المشكلة خلال مرحلة معينة .

ومن أمثلة هذا النوع من الدراسات:

- الإعلان التعليمي وأثره على سلوك المستهلك- دراسة تجريبية على عينة من المستهلكين.

3- دراسات تحليل المضمون : (المحتوى) : أول من قام بها هو هارولد لاسويل ، وتعتمد هذه الدراسة على تحليل المضامين المكتوبة كتحليل الخطب ، المقالات ... إلخ .

وتحليل المضمون نوعان :

- **تحليل المحتوى الوصفي** : يعتمد على الإجابة على السؤال كم ؟ ، يقوم بتحليل المضامين الإعلامية الواردة في التلفزيون ، الإذاعة ، الجريدة ... إلخ ، إذا هو عبارة عن قراءة بنيوية للمحتوى .

- **تحليل المضمون الدلالي** : عبارة عن قراءة ما وراء السطور بمعنى أنه تأويل للكلمة أو الجملة ثم يتم استخلاص النتائج منها . و هو نوعان:

* **فئة الشكل** : كاللغة ، نوع الخط ، المساحة ، النوع الصحفي .

***فئة المضمون** : كتحليل المضمون ، الاتجاه ... إلخ .

ومن أمثلة هذا النوع من الدراسات:

- الأخبار السياسية في القناة الوطنية الجزائرية- دراسة تحليلية لنشرة الأخبار الرئيسية.

فانطلاقا من هذه الدراسات الثلاث بالتحديد منذ الخمسينيات 1950 ظهرت اتجاهات جديدة و مفاهيم تضاف للعملية الاتصالية عن طريق نماذج اتصالية ترتب و تنظم عناصر العملية الاتصالية و تبيان العلاقة بينهما و تسهيل فهمها.