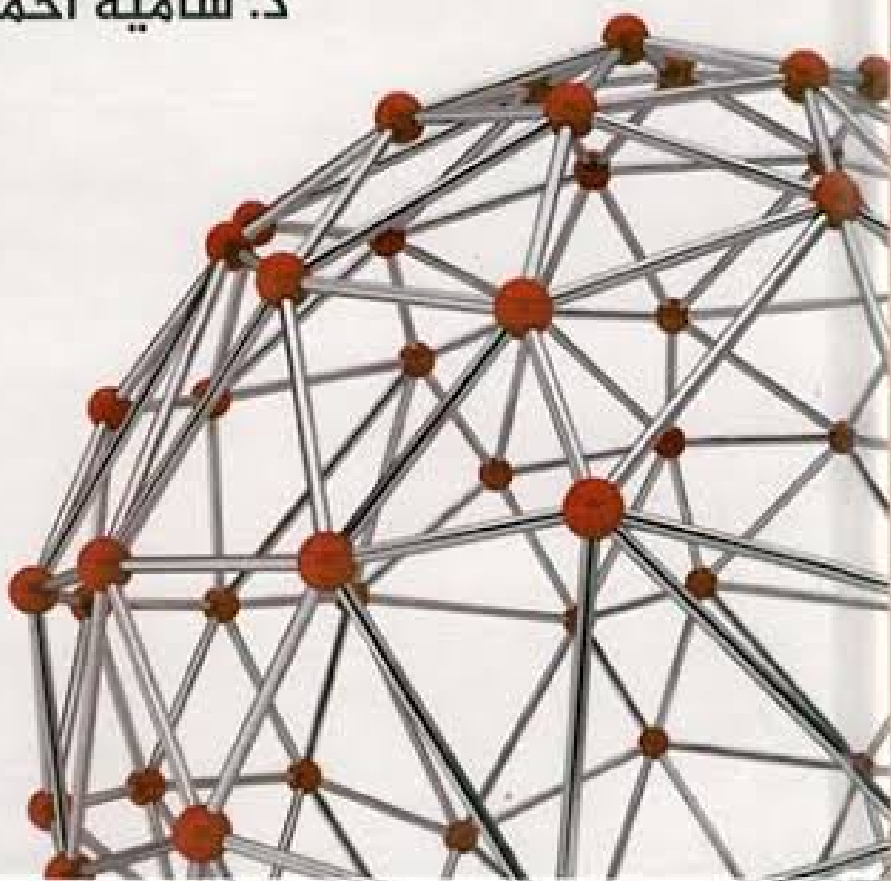


مناهج بحوث الاتصال الحديثة

د. عبد الملك الدناني
د. سامية أحمد هاشم



مكتبة الفلاح
للنشر والتوزيع



مناهج بحوث الاتصال الحديثة

Communication Researches Interlude





مناهج بحوث الاتصال الحديثة

Communication Researches Interlude



د. سامية هاشم

أستاذ مساعد

د. عبد الملك الدناني

أستاذ الاتصال المشارك

مكتبة الفلاح
للنشر والتوزيع



حقوق الطبع محفوظة

All Rights Reserved

الطبعة الأولى 1437 هـ 2016 م

مكتبة الفلاح
للنشر والتوزيع



Al- Falah Books

For Publishing And Distribution

Kuwait, UAE, Egypt, Jordan

دولة الكويت

حولي، شارع بيروت، عمارة الأطباء

هاتف 2264 1985 فاكس 2264 7784 00965

ص.ب 4848 الصفاة 13049 الكويت

دولة الإمارات العربية المتحدة

العين: ص.ب 16431 هاتف 766 2189 فاكس 00971 3 765 7901

دبي: ص.ب 20438 هاتف 263 0618 فاكس 00971 4 263 0628

جمهورية مصر العربية

37 شارع النصر، امتداد رمسيس 2 ، مقابل وزارة المالية، مدينة نصر، القاهرة

هاتف 2262 8143 فاكس 002 02 2263 6587

e-mail:alfalah.cairo1@gmail.com

المملكة الأردنية الهاشمية

دار حنين

للنشر والتوزيع



185 شارع الملك الحسين - العبدلي

هاتف 569 5611 فاكس 00962 6 568 1208

ص.ب 927385 عمان 11190 الأردن

e-mail: dar.honin@gmail.com

جميع الحقوق محفوظة، لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو تخزينه في نطاق استعادة المعلومات أو نقله أو استنساخه بأي شكل من الأشكال، دون إذن خطي مسبق من الناشر.

الإهداء

إلى ...

الروح الطاهرة (للوفية) للمرحومة أم قيس،
التي فارقتنا إلى الدار الآخرة قبل أن ترى هذا الإنجاز
العلمي، عرفاً وتبجيلاً بحبنا لها،

رحمها الله رحمة الأبرار وأسكنها فسيح جناته،
وإلى ... كل الخيرين العاملين لرفعة العلم في
هذه الأمة وإصلاح أوضاعها..

د.عبد الملك الدناني



محتويات الكتاب

تقديم	13
-------------	----

الفصل الأول

مفاهيم أساسية ذات صلة بالبحث العلمي وخصائصه

المبحث الأول

المعرفة والعلم ومصادرها

أولاً: الفرق بين العلم والمعرفة	19
ثانياً: تصنيف المعرفة	20
ثالثاً: مصادر المعرفة	21
رابعاً: مفهوم العلم	21
خامساً: خصائص الأسلوب العلمي	23
سادساً: أسلوب التفكير العلمي	24
سابعاً: مفهوم النظرية العلمية ومعاييرها	25
ثامناً: مفهوم النموذج	27

المبحث الثاني

أصول البحث العلمي ومناهجه

تعريفات البحث والمنهج العلمي	31
مفهوم المنهج	33
المنهج العلمي	34
الأسلوب العلمي	35

المبحث الثالث

خصائص البحث العلمي ومقوماته

- أولاً: خصائص البحث العلمي 39
- ثانياً: أهداف البحث العلمي 41
- ثالثاً: مقومات البحث العلمي 43

الفصل الثاني

تصنيفات البحوث العلمية ومناهجها

المبحث الأول

تصنيفات البحوث العلمية

- أولاً: تصنيفات البحوث وفقاً لمجال البحث 49
- ثانياً: تصنيفات البحوث وفقاً لمستوى البحث 49
- ثالثاً: التصنيف وفقاً للهدف العام من إجراء البحث 50
- رابعاً: التصنيف وفقاً للمنهج العلمي المستخدم في البحث 50
- 1- المنهج التاريخي 51
- 2- المنهج الوصفي (المسح) 54
- 3- المنهج الوصفي (دراسة الحالة) 56
- 4- المنهج التجريبي 58
- 5- المنهج الإحصائي 61

المبحث الثاني

مناهج البحوث الإعلامية

- المعايير الأساسية للمناهج البحثية 67
- 1- بحوث استطلاعية أو كشفية أو تمهيدية أو صياغية 68
- 2- بحوث وصفية أو تشخيصية 69

3-	بحوث سببية أو بحوث اختبار العلاقات السببية بين المتغيرات
69	أو الفروض
70	أولاً: منهج الدراسات المسحية (منهج المسح)
74	ثانياً: منهج دراسة العلاقات المتبادلة
76	ثالثاً: منهج الدراسات التطورية
76	رابعاً: المنهج التجريبي

الفصل الثالث

البحث العلمي والدراسات الإعلامية

المبحث الأول

مشكلات البحث العلمي في الدراسات الإعلامية

83	مصادر المشكلات البحثية
84	خطوات تحديد المشكلات العلمية في مجال بحوث الاتصال
84	- المرحلة الأولى: مرحلة الإحساس المبدئي بالمشكلة وتحديد مجالها
84	- المرحلة الثانية: الإحساس بالمشكلة العلمية وتحديد مجالها
85	- المرحلة الثالثة: تحليل المشكلة العلمية
85	- المرحلة الرابعة: تقويم المشكلة العلمية
86	أهداف البحث في الدراسات الإعلامية
87	أهمية البحث في الدراسات الإعلامية

المبحث الثاني

خطوات البحث العلمي في الدراسات الإعلامية

91	خطوات تنفيذ البحث الإعلامي
94	كتابة تقرير البحث
94	إعادة تطبيق البحث

الفصل الرابع

الأساليب العلمية المستخدمة في بحوث الاتصال

المبحث الأول

البحوث الشاملة وبحوث العينات وأنواعها

101	 مصادر المشكلات البحثية
102	 تعريف العينة
103	 مميزات بحوث العينات
104	 مجتمع الدراسة
104	 أولاً: العينات غير الاحتمالية
	 ثانياً: العينات الاحتمالية: تؤخذ العينات الاحتمالية بأسلوب علمي
105	 وتتائجها دقيقة
114	 التحليل الإحصائي

المبحث الثاني

أدوات جمع المعلومات في البحوث الإعلامية

119	 أدوات جمع معلومات البحث
120	 مميزات الاستبيان
120	 عيوب الاستبيان
121	 خطوات تصميم الاستبيان
123	 مقياس الاستبيان
124	 الاستبيان الإلكتروني
126	 المقابلة الشخصية
127	 الملاحظة
127	 الاختبار

الفصل الخامس

كتابة الإطار المنهجي والتقرير النهائي للبحث الإعلامي

المبحث الأول

تقسيمات الإطار المنهجي للبحوث الإعلامية

- 133 التقسيمات العملية لمفردات الدراسات الإعلامية
- 135 أنموذج لخطوات بحث إعلامي
- 136 الفرض العلمي

المبحث الثاني

كتابة التقرير النهائي للبحث الإعلامي

- 145 الاستبيان الإلكتروني
- 146 مكونات التقرير النهائي للبحث الإعلامي

الفصل السادس

مجالات بحوث الاتصال الحديثة ووظائفها

المبحث الأول

أهمية بحوث الاتصال الحديثة

- 155 التطور العلمي في بحوث الاتصال
- 156 المراحل الأولى لبحوث الاتصال

المبحث الثاني

مجالات بحوث الاتصال الحديثة

- 163 أولاً: بحوث الصحافة الورقية والإلكترونية
- 166 ثانياً: بحوث وسائل الاتصال الإلكترونية

168	 ثالثاً: بحوث العلاقات العامة والجماعة البؤرية
180	 رابعاً: بحوث الإعلان والتسويق
188	 خامساً: بحوث الرأي العام

الملاحق

199	 ملحق رقم 1: نماذج من أسئلة الاختبارات
205	 ملحق رقم 2: أنموذج لاستمارات استبيان
211	 ملحق رقم 3: أنموذج لإطار منهجي لبحث إعلامي
221	 المصادر والمراجع

تقديم

التطورات العلمية التي وصلت إليها الأمم ما هي إلا نتاج طبيعي لبحوث علمية أنجزت في معامل الجامعات ومختبرات المراكز البحثية. إذ أصبح البحث العلمي من أهم المصادر التي ترفد المجتمعات بالابتكارات والاختراعات العلمية، في مجالات الحياة المختلفة في الصناعة والزراعة والصحة والتعليم والاتصال وإنتاج الغذاء ومكافحة الآفات الزراعية واستكشاف الفضاء واستشراف المستقبل. فلا تنمية شاملة من دون الاعتماد على البحث العلمي في التخطيط والتنفيذ.

والاهتمام بالبحث العلمي في أي بلد يعدّ مؤشراً مهماً من مؤشرات التنمية، ولهذا نجد أن الدول المتقدمة حريصة كل الحرص على البحث العلمي في المجالات المختلفة، ومواكبة التطور والتنمية والتحسين والتدوين في كافة مجالات الحياة.

وعلى الرغم من التماثل القائم بين مناهج البحث العلمي في العلوم الإنسانية المختلفة من حيث الأسس والمبادئ، إلا أن طبيعة كل علم وخصائصه تقتضي ضرورة معالجة طرائق البحث فيه بأساليب وأدوات تتفق مع متطلباته ومشكلاته التطبيقية⁽¹⁾، ويلاحظ بعض الباحثين في مجال الاتصال تبيّناً منهجياً ونظرياً في مناهج بحوث الاتصال (Communication Researches)، يرافقه نمو غير متوازن بين النشاط الإعلامي وبحوث الاتصال، والاحتياجات المتزايدة إلى إجراءاتها، وتبدو الحاجة في تأكيد ماهيتها ووظائفها وانعكاسات استخدامها على ترشيد الممارسات المهنية في مجال الاتصال.

لقد مرت بحوث الاتصال بمراحل عدة منذ ظهورها في عقد الثلاثينيات من القرن العشرين، وتميزت في بداياتها بالبساطة والتركيز على بحوث الاتصال بشكل محدد، وظلت تتمحور حول دراسات المجالات الإعلامية المتعددة كتحليل المضمون والدعاية والإعلان وبعض الاستقصاءات التي كانت تقوم بها وسائل الاتصال للتعرف على آراء الجمهور وأذواقه، ثم تلا ذلك مرحلة القيام بالدراسات التي تهدف إلى النهوض بوظيفة الإعلان وتنظيم حملات الانتخابات واستفتاءات الرأي العام ودعم أنشطة العلاقات العامة وزيادة توزيع الصحف. وهذا ما يشير إلى العديد من العوامل والمتغيرات التي ساعدت على ازدهار البحوث في وسائل الاتصال الحديثة وتأثيراتها على الجمهور.

ويهدف هذا الكتاب المنهجي إلى توضيح مناهج بحوث الاتصال المتعددة، ويركز على المناهج العلمية المستخدمة في البحوث الإعلامية الحديثة ومجالاتها وأهميتها بالنسبة للمنظمة، من خلال ستة فصول، تتفرع إلى ثلاثة عشرة مبحثاً. خصص الفصل الأول منها لتوضيح المفاهيم الأساسية ذات الصلة بالبحث العلمي، وتناول الفصل الثاني مفهوم البحوث الإعلامية ومناهجها المختلفة، وركز الفصل الثالث على خطوات البحث في الدراسات الإعلامية، وتطرق الفصل الرابع إلى الأساليب العلمية المستخدمة في بحوث الاتصال، وركز الفصل الخامس على كتابة الإطار المنهجي والتقرير النهائي في البحوث الإعلامية، وجاء الفصل الأخير ليوضح أهمية بحوث الاتصال الحديثة ومجالاتها، كما تم تذييل الكتاب بالعديد من الملاحق، احتوت على نماذج متنوعة لأسئلة الاختبارات، بحكم أن الباحث قام بتدريس مناهج بحوث الإعلام في عدة جامعات، فضلاً عن تصميم أنموذج لكيفية تصميم استمارة استبيان، تتضمن أسئلة مغلقة ومفتوحة، وكذلك أنموذج لإطار منهجي لبحث إعلامي قام بإعداده المؤلف، ويتضمن الإطار المنهجي تسلسل خطوات البحث الإعلامي من حيث، الأهمية والمشكلة والهدف والتساؤلات ومجال البحث والمنهج المستخدم في البحث، وكيفية كتابة التقرير النهائي.

1

الفصل الأول

مفاهيم أساسية ذات صلة بالبحث العلمي وخصائصه

المبحث الأول : المعرفة والعلم ومصادرها

المبحث الثاني: أصول البحث العلمي ومناهجه

المبحث الثالث: خصائص البحث العلمي ومقوماته



الأهداف التعليمية Learning Objectives

بعد قراءة هذا الفصل ينبغي أن تكون قادراً على فهم الآتي:

- الفرق بين العلم والمعرفة .
- مصادر المعرفة .
- وظائف العلم .
- خصائص التفكير العلمي .
- أصول البحث العلمي .
- أهداف البحث العلمي .



المبحث الأول

المعرفة والعلم ومصادرها

- أولاً : الفرق بين العلم والمعرفة
- ثانياً: تصنيف المعرفة
- ثالثاً: مصادر المعرفة
- رابعاً: مفهوم العلم
- خامساً: خصائص الأسلوب العلمي
- سادساً : أسلوب التفكير العلمي
- سابعاً : مفهوم النظرية العلمية ومعاييرها
- ثامناً : مفهوم الأنموذج



المبحث الأول المعرفة والعلم ومصادرها

أولاً: الفرق بين العلم والمعرفة

جاءت العلاقة بين المفاهيم العلمية والمعرفة والبحث العلمي والمنهج العلمي كمفاهيم أساسية ذات صلة بالبحث العلمي نتيجة لتراكم الفكر والمعرفة الإنسانية التي قدمت تصورات الإنسان للعلاقات بين الظواهر المختلفة، ولجهود العلماء والباحثين الذين أثروا المعرفة الإنسانية وقدموا تفسيرات منطقية لعملية تنظيم تلك العلاقات أو للتفريق بين المعرفة (knowledge)، والعلم (Scence)⁽²⁾

مفهوم المعرفة:

المعرفة، هي تراكم الخبرات الإنسانية للعلاقات بين الأشياء والموجودات في حياة الإنسان، وتتحول إلى حقائق عندما يعيها من خلال الأساليب المختلفة للتحقق، فالوعي الحسي أو المادي يتم من خلال الملاحظة والمعايشة لحقائق الوجود الفعلي وعلاقاته.

ويعني مفهوم المعرفة (Knowledge)، الإحاطة بالشيء، أي العلم به، والمعرفة هي أشمل وأوسع من العلم، ذلك أن المعرفة تشمل الرصيد الواسع والهائل من المعارف والعلوم والمعلومات التي استطاع الإنسان أن يجمعها خلال مراحل التاريخ الإنساني الطويل، وذلك بحواسه كحقائق مجردة وفكره وعقله كاستنباط واستقراء واستنتاج.

ولا شك أن المعرفة ضرورية للإنسان، لأن معرفة الحقائق تساعد على

فهم القضايا التي تواجهه في حياته، وبفضل المعلومات التي يحصل عليها يستطيع (الإنسان)، أن يتعلم كيف يجتاز العقبات التي تحول من دون بلوغه الغايات التي ينشدها، كما تساعد على تدارك الأخطاء، واتخاذ الإجراءات الملائمة⁽³⁾.

ولا يخفى أن أنواع المعرفة ليست على مستوى واحد، فهي تختلف باختلاف ما تتميز به من دقة ومن أساليب للتفكير ومن قواعد المناهج المتبعة للوصول إليها، وهو ما يعني بوضوح، أنه ليست أية معرفة تكون بالضرورة علمية، فالمعرفة العلمية تختلف عن المعرفة العادية في أنها بلغت درجة عالية من الصدق والثبات، وأمكن التحقق منها والتدليل عليها، والمعرفة العلمية هي التي يتم تحقيقها بالبحث والتمحيص، ويعد "العلم" معرفة مصنفة تنسق في نظام فكري (System of thought)، له مفاهيمه ومقاييسه.

ثانياً: تصنيف المعرفة

تتعدد مصادر وأساليب الحصول على المعرفة ومستوياتها، ووفقاً لذلك تصنف المعرفة إلى ثلاثة أنواع، هي⁽⁴⁾:

أ- المعرفة الحسية: وهي التي يكتسبها الإنسان من خلال اللمس والاستماع والمشاهدة المباشرة، وهذا النوع من المعرفة بسيط، باعتبار أن أدلة الإقناع متوافرة، أي ملموسة أو ثابتة في ذهن الإنسان.

ب- المعرفة التأملية (الفلسفية): وهذا النوع من المعرفة يتطلب النضج الفكري، والتعمق في دراسة الظواهر الموجودة، إذ أن مستوى تحليل الأحداث والمسائل المدروسة يوجب الإلمام بقوانين وقواعد علمية لاستنباط الحقائق من خلال البحث والتمحيص، ولكن في العادة لا يحصل الباحث على أدلة قاطعة وملموسة تثبت حججه، ولكنه يقدم البراهين من خلال استعمال المنطق والتحليل، ويثبت أن النتائج التي توصل إليها تعبر عن الحقيقة والمعرفة الصحيحة للقضية أو المسألة.

ج- المعرفة العلمية (التجريبية): وهذا النوع من المعرفة يقوم على أساس "الملاحظة المنظمة للظواهر" وعلى أساس وضع الفرضيات العلمية الملائمة والتحقق منها من خلال التجربة وجمع البيانات وتحليلها.

ثالثاً: مصادر المعرفة

تعددت طرائق الوصول إلى المعرفة، إذ سلك الإنسان في الحصول على المعرفة وجمعها مما يأتي⁽⁵⁾:

1- استشارة أهل الرأي وإتباع التقاليد والعرف.

2- الخبرة والتجربة.

3- القياس المنطقي والاستدلال.

4- الاستقراء أو التجريب.

ويعدّ (أرسطو) مرحلة وسط بين المعرفة الفلسفية والمعرفة العلمية، من خلال وضعه قواعد المنهج القياسي، الذي يبدأ بمسلمات وينتهي بنتائج، وكانت هذه خطوة مميزة تجاه منهج الاستقراء العلمي في البحث عن الحقيقة والظواهر، ولفت الأنظار إلى أهمية البحث المنظم والملاحظة الموضوعية. وكان منهجه في القياس المسمى بالمنطق الصوري قد وضع أسس التفكير العلمي الذي يركز على ثلاث مبادئ أساسية للفكر، هي⁽⁶⁾:

1- مبدأ الذاتية: ويقوم على أن أي شيء يحتفظ بذاتيته بصرف النظر عن السياق الذي جاء به مثلاً (أ هي أ).

2- مبدأ التناقض: وفيه يحكم على حقيقة الأشياء بمبدأ التناقض، فلا يمكن أن يتصف الشيء بصفة محددة ونقيض هذه الصفة في آن واحد.

3- المبدأ المرفوع: ويقضي هذا المبدأ أنه ليس ثمة ثالث أو وسط بين (أ ولا أ).

رابعاً: مفهوم العلم

مفهوم العلم (Science) لغوياً، يعني إدراك الشيء بحقيقته، إذا كان يقينياً، ويعني العلم اصطلاحاً، مجموعة الحقائق والوقائع والنظريات ومناهج البحث التي تزخر بها المؤلفات العلمية. كما يعرف العلم بأنه، نسق المعارف العلمية المتراكمة بمعنى التراكم المعرفي المنظم للعلاقات بين الحقائق والظواهر المختلفة، أو هو مجموعة المبادئ والقواعد التي تشرح بعض الظواهر

والعلاقات القائمة بينها، فالعلم معرفة لا تتصل بالأشياء أو الظواهر بذاتها وإنما العلم هو أن تدرك ما يربط هذه الأشياء أو الظواهر من علاقات⁽⁷⁾.

وظائف العلم:

يوظف العلم بوظيفة أساسية تتمثل في اكتشاف النظام السائد في هذا الكون، وفهم قوانين الطبيعة والحصول على الطرق اللازمة للسيطرة على قوى الطبيعة والتحكم فيها، وذلك من خلال زيادة قدرة الإنسان على تفسير الأحداث والظواهر والتنبؤ بها وضبطها، وتنحصر وظائف العلم في تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، وهي:

أ- الاكتشاف والتعبير: وتتمثل هذه الوظيفة للعلم في اكتشاف القوانين العلمية العامة والشاملة للظواهر والأحداث المتشابهة والمترابطة والمتناسقة من خلال ملاحظة ورصد الأحداث والظواهر وتصنيفها وتحليلها، من خلال وضع الفرضيات العلمية المختلفة، وإجراء عمليات التجريب العلمي للوصول إلى قوانين علمية موضوعية عامة وشاملة تفسر هذا النوع والوقائع والأحداث.

ب- التنبؤ العلمي: بمعنى أن العلم يساعد على التنبؤ الصحيح لسير الأحداث والظواهر الطبيعية وغير الطبيعية المنظمة بالقوانين العلمية المكتشفة، مثل التوقع والتنبؤ بموعد الكسوف والخسوف، وبمستقبل حالة الطقس، وبمستقبل تقلبات الرأي العام سياسياً واجتماعياً إلى غير ذلك من الحالات والأمور التي يمكن التنبؤ العلمي بمستقبلها وذلك بهدف أخذ الاحتياطات اللازمة لمواجهة ذلك.

ولا يقصد بالتنبؤ في هذا المجال، التخمين أو التكهن بمعرفة المستقبل، ولكن المقصود هو القدرة على توقع ما قد يحدث إذا سارت الظروف سيراً محدداً، مع التذكير بأن التنبؤات العلمية ليست على مستوى واحد من الدقة في مجالات العلوم كافة، ففي العلوم الطبيعية تكون أكثر دقة منها في مجالات العلوم السلوكية، ومجالات المعرفة الاجتماعية.

ج- الضبط والتحكم: يساهم العلم والبحث العلمي في عملية الضبط والتحكم في الظواهر والأحداث والوقائع والأمور والسيطرة عليها

وتوجيهها التوجيه المطلوب، واستغلال النتائج لخدمة الإنسانية، وبذلك تمكن الإنسان بفضل العلم من التحكم والضبط (مثلاً) في مسار الأنهار الكبرى، ومياه البحار والمحيطات، والتحكم في الجاذبية الأرضية واستغلال ذلك لخدمة البشرية، كما أصبح اليوم بفضل العلم، في الكشف عن الأمراض والسلوكيات البشرية وضبطها وتوجيهها نحو الخير، وكذلك التحكم في الفضاء الخارجي واستغلاله لخدمة الإنسانية جمعاء.

خامساً: خصائص الأسلوب العلمي

للحصول على المعرفة العلمية هناك العديد من الخصائص التي يتميز بها الأسلوب العلمي عن الأساليب غير العلمية، وهي⁽⁸⁾:

1- الأسلوب العلمي العام (المشاع): يعتمد التقدم العلمي على حرية المعلومات المتاحة ولا يستطيع الباحث، لاسيما في المجال العلمي الأكاديمي ادعاء خصوصية المعرفة والمناهج والبيانات وذلك في المحاجة في دقة نتائجه، ولذا فإن معلومات البحث العلمي يجب أن تتواصل بحرية من باحث إلى آخر.

2- العلم موضوعي: وتتطلب الموضوعية أن يتعامل البحث العلمي مع الحقائق أكثر من تفسيرها، ويرفض العلم الآراء التي تتناقض مع الملاحظة المباشرة، وكما يرى عالم النفس (ب. ف. سكينر) أن مشاريع البحث لا تأتي كما يتوقع المرء دائماً، ولكن يجب أن تعتمد الحقائق وتسقط التوقعات. إن الذي يعرف أكثر هو موضوع البحث وليس الباحث.

3- العلم تجريبي: مفهوم (الإمبيريقية) كلمة يونانية تعني التجربة، ويهتم الباحثون بضرورة إخضاع القضايا إلى عملية القياس، وأن المفاهيم يجب أن تحدد بدقة لكي تسمح بالملاحظة والقياس.

4- العلم منتظم وتراكمي: لا يمكن أن تقف أي دراسة بحثية بمفردها ولا يمكنها أن ترتفع أو تسقط بمفردها، ودائماً ما يستخدم الباحثون الماهرون الدراسات السابقة كلبنة في عملهم، وأول خطوات القيام بالبحث هي مراجعة الأدبيات العلمية المتاحة في الموضوع نفسه الذي يبحثه الباحث.

5- العلم تنبؤي: العلم معنى يربط الحاضر بالمستقبل، وفي الحقيقة فإن من أهم دوافع الباحثين لتطوير النظريات هي كونها مفيدة في التنبؤ بالسلوك وأن النظرية التي تقدم تنبؤات مدعومة بالبيانات فإن تلك النظرية يمكن أن تستخدم للحصول على تنبؤات في أوضاع مشابهة.

سادساً: أسلوب التفكير العلمي

التفكير العلمي (Reflective Thinking)، هو إطار فكري علمي ينتج عن تنظيم عقلي محدد، يقوم على عدد من المراحل التي يسترشد بها الباحث أو الطالب في دراسته، والأسلوب العلمي يتميز بالدقة والموضوعية، وباختيار الحقائق اختياراً يزيل عنها احتمال الشك، ولا يجب أن يغيب عن الذهن، أن الحقائق العلمية ليست ثابتة بل هي حقائق بلغت درجة عالية من الصدق، وتجدر الإشارة في هذا السياق إلى قضية منهجية يختلف فيها الباحث في المجالات النظرية عن الباحث التطبيقي، فالأول لا يقتنع بنتائجه حتى يزول عنها كل شك مقبول، وتصل درجة احتمال الصدق فيها إلى أقصى درجة، أما الآخر (التطبيقي) فيكتفي بأقصى درجات الاحتمال، فإذا أستطاع الباحث أن يوازن بين نتائجه يأخذ بأكثرها احتمالاً للصدق.

ويعتمد الأسلوب العلمي بالأساس على الاستقرار، الذي يختلف عن الاستنباط والقياس المنطقي، حيث يبدأ بالجزئيات ليستمد منها القوانين في حين أن الاستنباط، يبدأ بقضايا عامة ليتوصل منها إلى الحقائق الجزئية، غير أن ذلك لا يعني أن الأسلوب العلمي يغفل أهمية القياس المنطقي، ولكنه حين يصل إلى قوانين عامة يستعمل الاستنباط والقياس في تطبيقها على الجزئيات للتثبت من صحتها، أي أنه يستعمل التفسير المنطقي الذي يتمثل في تفسير ظاهرة خاصة من نظرية أو قانون، كما يستخدم الأساليب الاستنتاجية التي تتمثل، في استخلاص قانون أو نظرية أو ظاهرة عامة من مجموعة ظواهر خاصة.

ويتضمن الأسلوب العلمي عمليتين مترابطتين هما، (الملاحظة والوصف)، حيث أنه إذا كان العلم يرمي إلى التعبير عن العلاقات القائمة بين الظواهر

المختلفة، فهذا التعبير هو في الأساس وصفي، وإذا كان هذا التعبير يمثل الوقائع المتصلة بالظاهرة فإنه يعتمد على الملاحظة، ويختلف الوصف العلمي عن الوصف العادي من حيث أنه لا يعتمد على البلاغة اللغوية وإنما هو بالأساس وصف كمي، ذلك أن الباحث حينما يقيس النواحي المختلفة في ظاهرة أو أكثر، فإن هذا القياس ليس إلا وصفاً كمياً، يعتمد على الوسائل الإحصائية في اختزال مجموعة ضخمة من البيانات إلى مجموعة صغيرة من الأرقام والمصطلحات الإحصائية، أما الملاحظة العلمية، فهي تستعين بالمقاييس المختلفة، وتقوم على أساس ترتيب الظروف ترتيباً محدداً بحيث يمكن ملاحظتها بأساليب موضوعية، وتتميز الملاحظة العلمية في أنها يمكن تكرارها، مما يكون لها أهمية كبيرة من حيث الدقة العلمية، فهو يساعد على تحديد العناصر الأساسية في الموقف المطلوب دراسته، كما أن التكرار ضروري للتأكد من صحة الملاحظة، فقد يخطئ الباحث نتيجة الصدفة أو بسبب ضغوط العوامل الذاتية، مثل الأخطاء الناجمة عن الاختلاف في دقة الحواس، والصفات الشخصية للباحث، كالمثابرة وقوة الملاحظة وغيرها من الصفات.

يتضح مما سبق أن المعرفة هي أوسع واشمل من العلم، فالعلم يقوم على الدراسة وتحليل الظواهر، فهو ذلك الفرع من الدراسة الذي يلتزم بكيان مترابط من الحقائق الثابتة المصنفة، التي تحكمها قوانين عامة، تحتوي على طرائق ومناهج ثابتة متفق عليها، لاكتشاف الحقائق الحديثة في نطاق الدراسة التي ينفذها. وعليه فإن الهدف الرئيس للعلم هو التعبير عن العلاقات القائمة بين الظواهر التي يدرسها الباحث من أجل التعرف على جوهرها وطبيعتها.

سابعاً: مفهوم النظرية العلمية ومعاييرها

تعريف النظرية: تعرف النظرية، بأنها مبدأ أو مجموعة من المبادئ يغلب عليها صفة العمومية، وتستمد من نتائج دراسات علمية سابقة تأكدت صحتها بالملاحظة والتجربة، وتهدف إلى شرح ظاهرة ما، ويمكن تعميم النظرية على الحالات الشبيهة، كما يمكن الاسترشاد بها في دراسات لاحقة. وتقدم النظرية افتراضات قابلة للاختبار لإثباتها أو نفيها أو تعديلها.

كما تعرف النظرية، بأنها بمثابة إطار فكري يفسر الحقائق عن موضوع محدد بأسلوب علمي، ويضعها في نسق علمي مترابط. وتتضمن النظرية مجموعة قضايا ترتبط معاً بأساليب علمية منظمة. كما تتضمن مجموعة من المفاهيم والتعريفات التي تشكل رؤية منظمة للظواهر والمشكلات. والنظريات العلمية تتغير وتحل محلها نظريات أخرى قد تكون أكثر منها دقة وقوة في التأثير، ويمكن أن تكون قابلة للتعميم. وقدم الباحثون في مجال دراسات الاتصال والاجتماع والسياسة وعلم النفس العديد من النظريات التي تشرح تأثير وسائل الاتصال على الفرد والمجتمع، منها⁽⁹⁾:

- نظرية التأثير المباشر (نظرية إطلاق الرصاصة).
- نظرية التأثير المحدود (الانتقائي).
- نظرية الاستخدام والإشباع.
- نظرية التأثير القوي لوسائل الإعلام.
- نظرية الاستحواذ على المتلقي (الاصطياد).

ومن معايير النظرية العلمية الجيدة:

- التماسك: بمعنى عدم التناقض في المكونات.
- إمكانية التحقق: إمكانية اختبار النظرية بالأدوات العلمية، وصياغة فروض مستمدة من النظرية والتحقق منها.
- القدرة على التنبؤ: بمعنى تساعد الباحث على التنبؤ بما سيحدث للظاهرة.
- الشمول: النظرية تكون شاملة، لكافة مجالات الظاهرة.
- التفرد: أن تفسر ظاهرة محددة لا تقدمها نظرية أخرى.
- الإيجاز: مؤجرة في التعبير عن الحقائق.
- أي بحث علمي يركز على نظرية محددة تناسب مشكلة البحث، فالنظريات هي الخلفية المرجعية التي يركز عليها البحث، الإطار النظري للبحث.
- النظرية تضع مشكلة البحث في سياق علمي. مثال: كيفية القيام بدراسة تأثير التلفزيون على الشباب المراهقين في دولة الإمارات العربية المتحدة؟ في هذه الحالة لابد من الربط بين مشكلة البحث والنظريات ذات الصلة بموضوع التأثير.

ثامناً: مفهوم الأنموذج

الأنموذج هو الرسم المبسط للنظرية، والتي تستخدم التشبيهات لإعطاء صورة بصرية عن الظاهرة المراد شرحها. كما يمكن أن يتم الاستعانة بمخطط محدد لتفسير ظاهرة عندما لا تكون هناك نظرية. وتتم عملية الفهم من خلال نماذج رمزية تستخدم في التفكير، لكي تسهل على الإنسان استيعاب وفهم الظواهر ومكوناتها الأساسية، والعلاقات بين تلك المكونات. فالأنموذج بمثابة محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثاً أو نظاماً محدداً في شكل رمزي، أي أن النماذج بمثابة أساليب رمزية تساعدنا على فهم الظاهرة أو النظام، وإدراك العلاقات بين المكونات الأساسية لتلك الظاهرة، ويتيح أنموذج الاتصال للباحثين أبسط وأفضل الأساليب لتفسير التفاعل البشري الذي يتسم بالتعقيد الشديد⁽¹⁰⁾.

ولا يمكن القول بأن نماذج الاتصال بالمفهوم الحديث كانت في أذهان المفكرين خلال العصور الماضية، ولكن تكوين هذه النماذج كان متوافراً في نظريات وآراء بعض المفكرين والفلاسفة والعلماء، حيث أهتم بعض هؤلاء العلماء والفلاسفة بالاتصال وأثره في الناس، فأفلاطون مثلاً كان يرى أن المجتمع وحدة متكاملة تشبه الجسم الإنساني والعلاقات التي تربط الأفراد هي التي تربط بين أجزاء المجتمع. وتخدم نماذج الاتصال أربعة أهداف رئيسية، هي⁽¹¹⁾:

- 1- تنظيم المعلومات: فالأنموذج يحاول إعادة خلق العلاقات التي يفترض وجودها بين الأشياء أو الظواهر التي ندرسها، وذلك في شكل رمزي أو مادي.
- 2- تطوير الأبحاث العلمية: فالأنموذج يصور أفكار الشخص الذي قام ببنائه على المتغيرات المهمة في الظاهرة، بشكل يتيح للمتلقي تحليل الأسلوب الذي تعلم بمقتضاه تلك المتغيرات.
- 3- التنبؤ: هناك علاقة قوية بين الفهم والتنبؤ، وذلك لأنه بعد فهم الظاهرة، يحاول الاستفادة من النتائج التي حصل عليها، أي تستنتج من العلاقة الوظيفية التي اكتشفها من نتائج أخرى، أو يحاول تطبيق ما توصل إليه على مواقف أخرى مشابهة لتلك المواقف.

4- التحكم: بعد التنظيم والفهم والتنبؤ يصل إلى الهدف الأخير من أهداف النموذج، وهو التحكم، وذلك من خلال محاولة السيطرة على الظواهر واستخدامها لصالح الإنسان.

المبحث الثاني

أصول البحث العلمي ومناهجه

■ تعريفات البحث والمنهج العلمي

■ مفهوم المنهج

■ المنهج العلمي

■ الأسلوب العلمي



المبحث الثاني

أصول البحث العلمي ومناهجه

تعريفات البحث والمنهج العلمي

تزداد أهمية البحث العلمي مع تزايد الحاجة إلى بناء الإنسان المعاصر وتنميته وكذلك تطور الدول وتقدمها، حيث أصبح البحث العلمي ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها لغرض التقدم الحضاري للأمم والشعوب والتغلب على المشكلات التي تواجهها في كافة المجالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والبيئية والصحية، لأن نتائج البحث العلمي توفر مخرجات علمية تعطي فرصة للفهم والتحليل والتفسير لأنها مبنية على أسس علمية وتطبيقية مقننة ومدروسة.

وهناك العديد من التعريفات في إطار البحث عن تحديد مفهوم البحث العلمي، وإذا حاولنا تحليل مصطلح البحث العلمي، نجد أنه يتكون من كلمتين البحث، والعلمي، "والبحث" لغوياً يقصد بها "الطلب" أو "التفتيش" أو التقصي عن حقيقة من الحقائق أو أمر من الأمور وهو مصدر الفعل الماضي (بحث)، أما كلمة "العلمي" فهي تنسب إلى العلم، والعلم معناه المعرفة والدراية وإدراك الحقائق، والعلم يعني الإحاطة والإلمام بالحقائق وما يتصل بها، ووفقاً لهذا التحليل، فإن البحث العلمي هو عملية تقصي منظمة بإتباع أساليب ومناهج علمية محددة للحقائق العلمية بغرض التأكد من صحتها وتعديلها أو إضافة الجديد لها⁽¹²⁾.

فهناك من يرى أن البحث العلمي، هو وسيلة للاستعلام والاستقصاء المنظم والدقيق الذي يقوم به الباحث بغرض اكتشاف معلومات أو علاقات جديدة، فضلاً عن تطوير أو تصحيح المعلومات الموجودة فعلاً، على أن يتبع

في هذا الفحص والاستعلام الدقيق، خطوات المنهج العلمي، واختيار الأساليب والأدوات اللازمة للبحث وجمع البيانات والمعلومات الواردة في العرض بحجج وأدلة وبراهين ومصادر كافية.

وهناك تعريف آخر للبحث العلمي يرى، أن البحث العلمي هو عرض مفصل أو دراسة متعمقة تمثل كشفاً لحقيقة جديدة أو التأكيد على حقيقة قديمة سبق بحثها، وإضافة شيء جديد لها، أو حل لمشكلة كان قد تعهد بها شخص باحث بتقصيها وكشفها وحلها.

ويرى تعريف آخر، أن البحث العلمي هو نشاط علمي منظم، وأسلوب في التفكير واستقصاء دقيق يهدف إلى اكتشاف الحقائق معتمداً على مناهج موضوعية بهدف معرفة الترابط بين الحقائق واستخلاص المبادئ العامة والقوانين التفسيرية⁽¹³⁾.

والبحث العلمي في العلاقات العامة، هو الجمع المنظم للبيانات والمعلومات، بهدف تقديم وصف للأوضاع والحالات المختلفة بالمنظمات (مؤسسات أو شركات أو هيئات)، وفهمها فهماً صحيحاً، ووضع الفروض حولها وحول الجماهير ذات العلاقة، وحول أساليب الممارسة المهنية للعلاقات العامة ومشكلاتها، وذلك باتباع الأساليب العلمية⁽¹⁴⁾.

ومن خلال التعريفات السابقة نستنتج أن البحث العلمي يثير الوعي ويوجه الأنظار إلى المشكلة المراد دراستها أو معالجتها بحثياً، ويمكن القول أن البحث العلمي، هو مجموع الأساليب الموصلة إلى المعرفة الحقيقية وفي العادة يطلق اسم الباحث على الشخص الذي يبحث عن الحقيقة العلمية، ويعتمد البحث العلمي على مناهج متعددة، والبحث هو جهد علمي منظم وموجه لغرض التوصل إلى حلول للمشكلات التي تشكل العملية الفعلية والأدائية كنظام في مدخلاتها ومخرجاتها وعملياتها يتجاوز الاهتمام بها الاهتمام الشخصي ويشمل استقصاء دقيقاً نافذاً شاملاً للظاهرة بعد تحديد ما يراد بحثه منها في صيغة مشكلة أو تساؤلات يرجى من البحث الإجابة عنها.

■ مفهوم المنهج

يعرف المنهج، بأنه الأسلوب المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم من خلال مجموعة من القواعد العامة تدفع العقل إلى التفكير بأسلوب علمي وتحدد مسار عملياته لغرض الوصول إلى نتيجة معلومة⁽¹⁵⁾. وقد عرف (ديكارت) المنهج بأنه أسلوب لإحكام العقل وينبغي أن يهدف المنهج إلى البحث عن الحقيقة، ويكاد يكون لمنهج البحث في كافة حقول المعرفة هدفاً واحداً وهو إيجاد علاقات بين الظواهر والقضايا المدروسة، والمنهج العلمي هو الدراسة الفكرية الواعية للمناهج المختلفة التي تطبق في مختلف العلوم وفقاً لاختلاف موضوعاتها، والمنهج هو خطوات منظمة يتبعها الباحث أو الدارس في معالجة الموضوعات التي يقوم بدراستها إلى أن يصل إلى نتيجة محددة. ويلعب منهج البحث دوراً أساسياً في عملية تعامل الباحث مع معلومات البحث، فهو يلزم الباحث على عدم إبداء رأيه الشخصي من دون تعزيزه بآراء لها قيمتها العلمية كذلك يلزمه بالتقييد بإخضاع أية معلومة للدراسة مهما كانت درجة الثقة بالحصول عليها، إذ لا توجد حقيقة كاملة بذاتها، كذلك يلزم المنهج الباحث بالدقة في الاعتماد على المصادر والاقتباسات المنهجية أو التواريخ، وكذلك ضرورة الدقة في تعريف المصطلحات والمفاهيم الإجرائية التي يضعها الباحث للضرورة الإجرائية.

وإذا كان المنهج يمثل مجموعة من الخطوات والقواعد والإجراءات العلمية، التي يتبعها ويطبقها الباحث لتفسير الظواهر والوصول إلى النتائج المستهدفة، فإنه يمثل أداة الباحث في السيطرة على البحث بصفة عامة وضبط إجراءاته طبقاً للإجراءات والقواعد المعيارية المميزة لكل منهج. كما يشير من الناحية التطبيقية إلى أسلوب تعامل الباحث مع قاعدة البيانات المتاحة لتحقيق أهداف الدراسة في جمع المعلومات وتصنيفها وتبويبها ثم تحليلها وفقاً للفروض أو التساؤلات المطروحة إلى صياغة النتائج لغرض تحقيق أهداف البحث في التفسير أو التعميم أو التنبؤ العلمي⁽¹⁶⁾.

المنهج العلمي

إن المعرفة العلمية هي معرفة، يمكن إثباتها من خلال العقل والتجربة (الملاحظة)، كما أن الصلاحية المنطقية ووسيلة التحقق التجريبية هما المعياران اللذان يستخدمهما العلماء لتقويم المسعى في سبيل المعرفة، وهذان المعياران يترجمان في أنشطة البحث التي يقوم بها العلماء من خلال عملية البحث، ومن هنا يمكن النظر إلى عملية البحث على أنها المخطط الشامل للأنشطة العلمية التي ينشغل فيها العلماء لتحقيق المعرفة، فهي النموذج المثالي للاستقصاء العلمي، بحيث تتكون عملية البحث من سبع مراحل أساسية هي: المشكلة، الفرض النظري، تصميم البحث، القياس، تجميع البيانات، تحليل البيانات ثم التعميم، وكل مرحلة من هذه المراحل تتبادل العلاقة مع النظرية (أي النتيجة) بمعنى أنها تتأثر بها وتؤثر فيها.

ويمكن القول، أن العلم يتقيد بمنهجيته وليس بموضوعيه، مما يضع المدخل العلمي في وضع يختلف عن الأساليب الأخرى المستخدمة لاكتساب المعرفة، وهي الفرضيات التي يقوم عليها وكذلك منهجيته. والفرضيات التي يقوم عليها، ومنهجية المدخل العلمي تخدم ثلاثة أغراض، هي: وضع قوانين وقواعد للاتصال، ووضع قواعد للتفكير العقلي المنطقي الصحيح، ووضع قواعد للذاتية الداخلية.

وقد حدد (جون ديوي) في كتابه كيف نفكر؟ ملامح ذلك المنهج العلمي الجديد بعبء نشاط إنسانياً يعمل الباحث من خلاله على الجمع الهادف للحقائق، متنقلاً بين الاستنباط والاستقراء في إطار من التفكير التأملية بحيث يمر في المراحل التالية في عملية البحث في أية مشكلة أو قضية يراد بحثها، وهذه المراحل، هي⁽¹⁷⁾:

1- الإحساس بالمشكلة: يرى (جون ديوي) أن الإنسان عندما يواجه مشكلة ويكون عاجزاً عن تحديد خصائصها فإنه يعجز عن تفسيرها، لذا فإنه ينتقل إلى المرحلة التالية، وهي:

- 2- حصر المشكلة وتحديددها: وهي المرحلة التي يتم فيها قيام الإنسان بجمع المعلومات والملاحظات التي تساعد على تحديد المشكلة وحصرها في الإطار الذي يساعده على حلها أو مواجهتها.
- 3- اقتراح الحلول للمشكلة: يرى (ديوي) أن الإنسان ومن خلال الدراسة الأولية للحقائق المتصلة بالمشكلة فإنه يقوم باستنباط مجموعة من التخمينات أي الفروض، وهي تعميمات مقترحة للتفسير، ويرى بأنها السبب وراء ظهور المشكلة.
- 4- استنباط نتائج للحلول المقترحة: يرى (ديوي) أن الباحث يكون بمقدوره أن يستنبط حلولاً للمشكلة مادام قد وضع فروضا يعتقد أنها تحل المشكلة (مقدمات)، فلا بد إن تأتي بعد ذلك الحلول أو (النتائج).
- 5- الاختبار العملي للفروض: لا بد للباحث أن يبحث عن دليل مادي للحلول التي وضعها كتخمينات، وعلى هذا الأساس يقوم باختبار الفروض عمليا لإثبات مدى صحة مذهب إليه.

■ الأسلوب العلمي

يعتمد الأسلوب العلمي بالأساس على الاستقرار، الذي يختلف عن الاستنباط والقياس المنطقي، فهو يبدأ بالجزئيات ليستمد منها القوانين في حين أن القياس، يبدأ بقضايا عامة يتوصل منها إلى الحقائق الجزئية، وليس يعني ذلك أن الأسلوب العلمي يغفل أهمية القياس المنطقي، ولكنه عندما يصل إلى قوانين عامة يستعمل الاستنباط والقياس في تطبيقها على الجزئيات للتثبت من صحتها، كما يستخدم أسلوب الاستنتاج الذي يتمثل، في استخلاص قانون أو ظاهرة عامة من مجموعة ظواهر خاصة.

ويتضمن الأسلوب العلمي عمليتين مترابطتين هما، الملاحظة والوصف، وذلك لأنه إذا كان العلم يهدف للتعبير عن العلاقات القائمة بين مجموع الظواهر المختلفة، فإن هذا التعبير يكون في أساسه وصف، وإذا كان هذا التعبير يمثل الوقائع المرتبطة بالظاهرة، فلا بد أن يعتمد على الملاحظة فيختلف

الوصف العلمي عن الوصف العادي فالأول لا يعتمد على البلاغة اللغوية، بل هو وصف فني، ذلك أنه عند قياس النواحي المختلفة في ظاهرة أو عدة ظواهر، فإن هذا القياس ليس إلا وصفاً كمياً، يقوم على الوسائل الإحصائية باختزال مجموعة ضخمة من المعلومات إلى مجموعة قليلة من الأرقام والمصطلحات الإحصائية، أما بالنسبة إلى الملاحظة العلمية، فهي تمثل الملاحظة التي تستعين بالمقاييس المختلفة، وهي تقوم على أساس ترتيب الظروف ترتيباً محدداً، بحيث يمكن التكرار الذي له أهمية كبيرة، من حيث الدقة العلمية، فالتكرار يساعد على تحديد العناصر الأساسية في الموقف المراد دراسته، وترك العناصر التي تكونت بالصدفة، كما أن التكرار ضروري للتأكد من صحة الملاحظة فقد يخطئ الباحث نتيجة الصدفة أو لتدخل العوامل الشخصية، مثل الأخطاء الناجمة عن الاختلاف في دقة الحواس والصفات الشخصية للباحث، كالمثابرة وقوة الملاحظة، كما يفيد التكرار في التأكد من دقة ملاحظة شخص آخر أو في إعادة البحث مرة أخرى بغرض التأكد من النتائج.

المبحث الثالث

خصائص البحث العلمي وأهدافه ومقوماته

- أولاً: خصائص البحث العلمي
- ثانياً: أهداف البحث العلمي
- ثالثاً: مقومات البحث العلمي



المبحث الثالث

خصائص البحث العلمي وأهدافه ومقوماته

أولاً: خصائص البحث العلمي

يتميز الأسلوب العلمي عن بقية الأساليب الفكرية بالعديد من الخصائص الأساسية، من أهمها⁽¹⁸⁾:

1- الموضوعية والالتزام العلمي: وتعني الموضوعية هنا أن الباحث يلتزم في بحثه بالمقاييس العلمية الدقيقة، ويقوم بإدراج الحقائق والوقائع التي تدعم وجهة نظره، وكذلك الحقائق التي تتضارب مع منطلقاته وتصورات، فالنتيجة يجب أن تكون منطقية ومنسجمة مع الواقع ولا تناقضه، وعلى الباحث أن يتقبل ذلك ويعترف بالنتائج المستخلصة حتى ولو كانت لا تتطابق مع تصوراته وتوقعاته.

2- استخدام الأسلوب الصحيح والهادف: حيث يتم تبني أسس الأسلوب العلمي في البحث، ويقوم بدراسة مشكلة البحث مستخدماً الأساليب العلمية الصحيحة والهادفة، بهدف التوصل إلى النتائج المطلوبة لحل هذه المشكلة، وإلا فقدت الدراسة قيمتها العلمية وجدواها.

3- الاعتماد على القواعد العلمية: يتطلب من الباحث الالتزام بتبني الأسلوب العلمي في البحث من خلال احترام القواعد العلمية المطلوبة لدراسة أي موضوع، حيث أن تجاهل أو إغفال أي عنصر من عناصر البحث العلمي، يقود إلى نتائج خاطئة أو مخالفة للواقع. ولذلك فإن عدم استكمال الشروط العلمية المتعارف عليها في هذا الميدان، يحول من دون حصول الباحث على لنتائج العلمية المرجوة.

4- الانفتاح الفكري: ويقصد بالانفتاح الفكري، أنه يتعين على الباحث الحرص على التمسك بالروح العلمية والتطلع دائماً إلى معرفة الحقيقة فقط، والابتعاد قدر الإمكان عن التزمّت والتشبّث بالرؤية الأحادية المتصلة بالنتائج التي توصل إليها من خلال دراسته للمشكلة، ويجب أن يكون ذهن الباحث منفتحاً على التغيير في النتائج التي حصل عليها أو استنتاجها، والاعتراف بحقيقتها، حتى وأن كانت هذه الحقائق لا تخلو من مرارة.

5- الابتعاد عن إصدار الأحكام النهائية: من أهم خصائص الأسلوب العلمي في البحث التي ينبغي على الباحث التقييد بها، هي ضرورة التأمّن وعدم إصدار الأحكام النهائية، كما يجب أن تصدر الأحكام استناداً إلى البراهين والحجج والحقائق التي تثبت صحة النظريات والاقتراحات الأولية، أي بمعنى أدق، ضرورة اعتماد الباحث على أدلة كافية قبل إصدار أي حكم أو التحدث عن نتائج تم التوصل إليها.

كما يرى بعض المؤلفين بأن البحث العلمي يتميز بالخصائص، الآتية:

1- الموضوعية: وتعني خاصية الموضوعية أن يتم تنفيذ خطوات البحث العلمي بشكل موضوعي وليس شخصي متحيز. وهذا الأمر يحتم على الباحثين أن لا يتركوا مشاعرهم وآرائهم الشخصية تؤثر على النتائج التي يمكن التوصل إليها بعد تنفيذ مختلف المراحل أو الخطوات المقررة للبحث العلمي.

2- الدقة وقابلية الاختبار: ويقصد بالدقة وقابلية الاختبار، أن تكون المشكلة أو الظاهرة خاضعة للبحث، وأن يتوفر لها العديد من مصادر المعلومات المختلفة وأن تكون ما تحويه هذه المصادر من معلومات على قدر كاف من الدقة والصحة.

3- إمكانية تكرار النتائج: وتعني هذه الخاصية بأنه يمكن الحصول على نفس النتائج تقريباً باتباع المنهجية العلمية نفسها وخطوات البحث مره أخرى تحت نفس الشروط والظروف. وهذه الخاصية تعمق الثقة في دقة الإجراءات التي تم اتخاذها لتحديد مشكلة البحث وأهدافه من جهة،

والمنهجية المطبقة من جهة أخرى، كما تثبت هذه الخاصية صحة البناء النظري والتطبيقي للبحث موضوع الاهتمام ومشروعيته.

4- التبسيط والاختصار: يقال في الأدب المنشور حول أساليب البحث العلمي أن ذروة الابتكار والتجديد في مجال العلم هو التبسيط المنطقي في المعالجة والتناول المتسلسل للأهم ثم للأقل أهمية بالنسبة للظواهر موضوع الاهتمام، ذلك لأنه من المعروف أن إجراء البحوث، أيا كان نوعها، يتطلب بذل الكثير من الجهد والوقت والتكلفة، الأمر الذي يحتم على الخبراء في مجال البحث العلمي السعي الحثيث إلى التبسيط والاختصار في الإجراءات والمراحل، بحيث لا يؤثر هذا على دقة نتائج البحث وإمكانية تعميمها.

5- الغاية والهدف: أن يتناول البحث العلمي تحقيق غاية أو هدف، أي أن يكون للبحث العلمي غاية أو هدف من وراء إجراءاته. وتحديد هدف البحث بشكل واضح ودقيق عامل رئيس، يساعد في تسهيل خطوات البحث العلمي وإجراءاته كما أنه يسهل سرعة الإنجاز والحصول على البيانات الملائمة. ويعزز من النتائج التي يمكن الحصول عليها، بحيث تكون ملبية للأهداف المطلوب.

6- التعميم والتنبؤ: تستخدم نتائج البحث لاحقاً في التنبؤ بحالات ومواقف مشابهة. فنتائج البحث العلمي قد لا تقتصر على مجالات الاستفادة منها واستخدامها على معالجة مشكلة آنية، بل يمكن أن تمتد إلى التنبؤ بالعديد من الظواهر والحالات قبل حدوثها وانتشارها.

ثانياً: أهداف البحث العلمي

تسعى العلوم إلى تحقيق أهداف العلم الثلاثة وهي، التفسير، التنبؤ والضبط، وذلك بتبني الأسلوب العلمي الذي يتميز بالدقة والموضوعية، وباختبار الحقائق اختباراً منطقياً، مع العلم أن الحقائق العلمية ليست بالضرورة حقائق ثابتة، بل حقائق بلغت درجة عالية من الصدق، وفي هذا المجال، تبرز قضية منهجية يختلف فيها الباحث أو العالم في المجالات النظرية، عن الآخر

التطبيقي، فالأول (النظري) لا يقتنع بنتائجه حتى تزول عنها كافة عوامل الشك، وتصل درجة احتمال الصدق فيها إلى أقصى درجة، أما الآخر (التطبيقي)، فهو يكتفي بأقصى درجات الاحتمال، فإذا وازن نتائجه فإنه يأخذ أكثرها احتمالاً للصدق.

يسعى البحث العلمي إلى تحقيق العديد من الأهداف، ومن أهم هذه الأهداف:

- 1- الوصف: لا يمكن للباحث العلمي التوصل إلى حقيقة محددة من دون القيام بالوصف المناسب للملامح تلك الأشياء والظواهر، وعملية الوصف تقوم على الدقة الشديدة والتفحص والتمحيص في الظاهرة موضوع الدراسة.
- 2- الفهم: يسعى البحث دائماً إلى توفير المعرفة العلمية بالظواهر المحيطة بالإنسان، وهذه الظواهر لا يتم التعرف إليها إلا بالإجابة عن بعض التساؤلات التي تظهر خلال مدة الدراسة، وتعتمد عملية فهم أية ظاهرة على فهم العناصر الآتية واستيعابها، وهي:
 - أ - التعرف على الظاهرة المدروسة وفهمها كونها تشكل متغيراً تابعاً.
 - ب- التعرف على الظروف والعوامل والظواهر الأخرى التي أدت إلى حدوث الظاهرة.
 - ج - التعرف على العلاقة التي تربط بين الظاهرة مجال الدراسة، والظروف التي أدت إلى ظهور الظاهرة المدروسة.
- 3- التفسير: يهدف البحث إلى تفسير الظواهر التي نتعامل معها في الحياة اليومية، وجمع المعلومات عنها.
- 4- التنبؤ: ويقصد بالتنبؤ قدرة الباحث على توقع الحصول على حدث محدد قبل حدوثه، والوصول إلى درجة عالية من التنبؤ الدقيق ويفترض بالباحث معرفة العوامل المسببة للظاهرة.
- 5- الضبط والتحكم: أي مقدرة الباحث من ضبط التغيرات المؤثرة في الظاهرة موضوع الدراسة أو البحث.

ثالثاً: مقومات البحث العلمي

يستلزم البحث العلمي من الباحث ضرورة إتباع الأسلوب العلمي في التفكير والركون إلى المنهج العلمي في التحليل والتفسير والاستنباط، ولذلك ينبغي على الباحث العلمي أن يخضع في بحثه إلى عدد من المقومات لكي ينجح في الوصول إلى الأهداف العامة للبحث، ومن هذه المقومات⁽¹⁹⁾:

أولاً: الأمانة العلمية: ويقصد بالأمانة العلمية توخي الباحث لضرورات الدقة في عملية الوصف والأمانة في تسجيل الملاحظات العلمية وأن يرجع المعرفة العلمية إلى مكتشفها وواضعيها لكي تتحقق الأمانة العلمية لأن من أبرز الخصائص الأساسية للعلم هي التراكمية العلمية.

ثانياً: المهارة والاهتمام العلمي للباحث: ويقصد بالمهارة هي القدرة على القيام بأداء العمل بسرعة وإتقان، فضلاً عن مهارات التفكير العلمي في القابلية على تحديد المشكلات العلمية، والبحث عن إيجاد العلاقات بين الظواهر، فضلاً عن الملاحظة العلمية الدقيقة ومهارات التصنيف والقياس والاستنتاج والاستقراء والاستنباط.

ثالثاً: الالتزام بالأخلاقيات العلمية: ويعني الالتزام بالأخلاقيات، على الباحث أن يتوخى الموضوعية والتي تتطلب الدقة في وصف الملاحظات وتسجيلها كما هي والابتعاد عن عنصر الذاتية في وصف الظاهرة موضوع الدراسة، لأن الملاحظة هي عملية انتقائية وبالتالي تتأثر بذاتية الملاحظة، كما يجب الابتعاد عن الأنانية والتكتم على الحقائق العلمية، لاسيما في الانفراد بالمراجع العلمية التي قد توفر الجهد للباحثين الآخرين، أو تأخذ الأنانية شكل عدم الكشف عن النتائج العلمية أو مناقشتها خوفاً من أن تسرق الفكرة أو النتائج وتنسب إلى آخرين.

2

الفصل الثاني

تصنيفات البحوث العلمية ومناهجها

المبحث الأول: تصنيفات البحوث العلمية

المبحث الثاني: مناهج البحوث الإعلامية



الأهداف التعليمية Learning Objectives

بعد قراءة هذا الفصل ينبغي أن تكون قادراً على فهم الآتي:

- تصنيفات البحوث العلمية.
- المناهج المستخدمة في البحوث الإعلامية.
- منهج الدراسات المسحية.
- منهج دراسة العلاقات المتبادلة.
- منهج الدراسات التطويرية.
- المنهج التجريبي.



المبحث الأول

تصنيفات البحوث العلمية

- أولاً: تصنيفات البحوث وفقاً لمجال البحث
- ثانياً: تصنيفات البحوث وفقاً لمستوى البحث
- ثالثاً: التصنيف وفقاً للهدف العام من إجراء البحث
- رابعاً: التصنيف وفقاً للمنهج العلمي المستخدم في البحث



المبحث الأول

تصنيفات البحوث العلمية

أولاً: تصنيفات البحوث وفقاً لمجال البحث

لا يخلو أي مجال من المجالات من إتباع المنهج العلمي في دراسة القضايا والظواهر والمشكلات التي تعترض ذلك المجال، لاسيما في المجالات العلمية والتي كان لها السبق في رصد الظواهر المختلفة بسبب الطبيعة التجريدية للعلوم البحتة، أما المجالات الإنسانية والتي تهتم بالسلوك الإنساني وتدرس الإنسان وسلوكياته ونتاجه الحضاري، مثل علم النفس وعلم الاجتماع والعلوم التربوية وعلوم الاتصال، مثلاً تصنف البحوث العلمية في مجال التربية والتعليم إلى البحث التربوي والبحث التعليمي مثلاً تصنف البحوث العلمية في مجال الاتصال إلى بحوث الصحافة وبحوث الإذاعة وبحوث التلفزيون وبحوث العلاقات العامة وبحوث الإعلان والتسويق وبحوث الرأي العام وغيرها من المجالات الأخرى.

ويكمن الهدف في إتباع المنهج العلمي هو تطوير ذلك المجال واعتماد الأساليب العلمية في اتخاذ الإجراءات اللازمة لحل المشكلات، بهدف الفهم والتحليل والتفسير والتنبؤ في القضايا المشابهة.

ثانياً: تصنيفات البحوث وفقاً لمستوى البحث

يمكن تصنيف البحوث العلمية وفقاً لمستوى البحث إلى الأقسام الآتية⁽²⁰⁾:

أ- البحوث المؤسسية: وهي بحوث متخصصة في المنظمات والدوائر المختلفة، بهدف تطوير أعمالها ومعالجة المشاكل والاختناقات التي تعترض سبل عملها، فهي أقرب ما تكون إلى البحوث التطبيقية.

ب- البحوث الأكاديمية: ويتم تنفيذ البحوث الأكاديمية، من أجل الحصول على درجات علمية كالماجستير والدكتوراه، فضلاً عن البحوث التدريسية للطلبة في مراحل الدراسة الجامعية الأولية، وتنقسم البحوث الأكاديمية إلى الأقسام الآتية:

- البحوث الجامعية الأولية: وهي أقرب ما تكون إلى التقارير منها إلى البحوث العلمية الرصينة، مثل بحوث التخرج من الجامعات، التي يتم تنفيذها من جهة الطلاب الخريجين.

- بحوث الدراسات العليا: وتشمل بحوث دراسات الدبلوم العالي ورسائل الماجستير واطاريح الدكتوراه.

- بحوث التدريسيين: وهي بحوث علمية رصينة ومحكمة، يقوم بإعدادها أعضاء هيئة التدريس، بهدف الترقّيات العلمية أو للمشاركة في اللقاءات والمؤتمرات العلمية، وغالباً ما تتصل بالاهتمامات العلمية والبحثية لمن يقوم بإنجازها.

ثالثاً: التصنيف وفقاً للهدف العام من إجراء البحث

التصنيف وفقاً للهدف الأساسوالعام للبحث، ويمكن قياس ذلك من خلال الآتي⁽²¹⁾:

1- التعرف الدقيق على سمات وخصائص مجتمع محدد أو موقف جماعة محددة أو فرد ما.

2- تحديد تكرارات حدوث ظاهرة محددة (مستقلة أو مرتبطة بغيرها).

3- اختبار صحة فرض ما أو مجموعة فروض علاقات سببي.

وتهدف بحوث الإعلام والاتصال إلى التعرف على معايير تقييم مستويات أداء وسائل الإعلام الجماهيري والأسباب التي أدت إلى حدوث الظاهرة محل البحث.

رابعاً: التصنيف وفقاً للمنهج العلمي المستخدم في البحث

تباينت آراء الكتاب والباحثين بشأن تصنيف مناهج البحث العلمي فيصنيف البعض مناهج ويحذف آخرين مناهج أخرى أو يختلفوا حول أسمائها. ومع ذلك

فالمناهج العلمية التي اتفق عليها معظم الباحثين في مجال البحث العلمي هي، المنهج التاريخي، والمنهج الوصفي (المسح)، والمنهج الوصفي (دراسة الحالة)، والمنهج التجريبي، والمنهج الإحصائي، فضلاً عن وجود بعض المناهج الأخرى.

1- المنهج التاريخي:

يعدّ التاريخ مصدراً لا غنى عنه في إنجاز العلوم الإنسانية وغير الإنسانية، فالعديد من الدراسات للظواهر الاجتماعية لا تكفي الملاحظة والدراسة الميدانية لفهمها بل يحتاج الأمر لدراسة تطور تلك الظواهر وتاريخها ليكتمل فهمها. والمنهج التاريخي هو محاولة جادة الوقوف على عوامل نشأة وتطور الظاهرة ومعالم التغيير فيها وجمع البيانات والمعلومات الماضية المتاحة عن الظاهرة موضوع أو مجال الدراسة، ثم تنظيمها وإعادة تنظيمها تفسيرها بقصد الوصول إلى خلاصات، حديثة لغرض تكوين النتائج التي تؤسس لحقائق علمية²².

ويعتمد المنهج التاريخي على وصف وتسجيل الوقائع والأنشطة التي حدثت في الماضي، ودراسة وتحليل الوثائق والأحداث المختلفة وإيجاد التفسيرات الملائمة والمنطقية لها على أسس علمية دقيقة بهدف الوصول إلى نتائج تمثل حقائق منطقية وتعميمات تساعد في فهم ذلك الماضي والاستناد على ذلك الفهم في بناء حقائق للحاضر، وكذلك الوصول إلى قواعد للتنبؤ بالمستقبل، والمنهج التاريخي منهجاً وثائقياً يستقري الباحث من خلاله الوثائق ويحللها ويستخلص منها المعلومات بعد إخضاعها لعملية الاستدلال والاستنباط العقلي⁽²³⁾. وللمنهج التاريخي وظائف رئيسة تتمثل في التفسير والتنبؤ وهو أمر مهم للمنهج العلمي.

أنواع مصادر المعلومات:

هناك نوعان من مصادر المعلومات المنشورة والمكتوبة، هما: مصادر أولية، ومصادر ثانوية، وعلى النحو الآتي:

المصادر الأولية: وهي التي تحتوي على بيانات ومعلومات أصلية وأقرب ما تكون للواقع، وغالباً ما تكون الحقيقة ويندر أن يشوبها التحريف. فالشخص

الذي يكتب كشاهد عكس شاهد عيان لحادثة أو واقعة محددة غالباً ما يكون مصيباً وأقرب للحقيقة من الشخص الذي يرويها عنه أو الذي يقرأها منقولة عن شخص أو أشخاص آخرين.

ويمكن القول إن المصادر الأولية هي التي تصل إلينا من دون المرور بمراحل التفسير والتغيير والحذف والإضافة. ومن أمثلتها نتائج البحوث العلمية والتجارب وبراءات الاختراع والمخطوطات والتقارير الثانوية والإحصاءات الصادرة عن المنظمات الرسمية والوثائق التاريخية والمذكرات، وغير ذلك من المعلومات والمجالات الأخرى.

المصادر الثانوية: وهي مصادر موثقة، مثل الكتب المؤلفة ومقالات الدوريات وغيرها من المصادر المنقولة عن المصادر الأخرى الأولية منها وغير الأولية.

ويعتمد البحث التاريخي على المصادر الأولية بعدها أقرب للحدث المطلوب دراسته، ولا يمنع ذلك من الاستعانة بالمصادر الثانوية إذا ما تعذر الحصول على مصادر أولية أو إذا أراد الباحث تجاوز الأخطاء التي وقع فيها الآخرون ممن سبقوا الباحث أو للتأكد من البحث الذي يقوم به ولم يسبقه إليه آخرون.

خطوات المنهج التاريخي:

يبدأ المنهج التاريخي كغيره من المناهج الأخرى بفكرة مبدئية غير دقيقة لا يستطيع الباحث أن يحدد إبعادها إلا بعد الاطلاع على الرصيد السابق من البحوث والدراسات التي تناولت الموضوع، ثم يقوم الباحث بالخطوات الآتية:

- 1- تحديد مشكلة البحث تحديداً دقيقاً، لأن بعض المشكلات البحثية لا يتناسب المنهج التاريخي في دراستها، ولذلك يجب مراعاة ما يأتي 24:

أ- أهمية الموضوع والهدف من دراسته.

ب- حداثة الموضوع وجديته.

ج- مدى توفر البيانات والمصادر التاريخية.

2- وضع الفروض أو التساؤلات، وفيها يتوقف قبول الباحث لفرضه أو

- تساؤلاته أو عملية رفضها، مما يتوفر له من البيانات والمعلومات من الكتب والمراجع وعلى تفسيره لها.
- 3- تحديد المفاهيم الأساسية للبحث وقضاياها والإطار النظري الذي سيوجه الدراسة.
- 4- تحديد وحدة التحليل التاريخي فقد تكون زمانية أو مكانية أو نظاماً إعلامياً أو نظرية إعلامية محددة أو وسائل إعلامية، وغير ذلك من القضايا.
- 5- تحديد مصادر المعلومات والبيانات وأدوات جمعها لاستنباط الحقائق التاريخية، من خلال الآتي:
- أ- جمع البيانات المتصلة بمشكلة البحث.
- ب- ترتيب البيانات والمعلومات والحقائق التاريخية على أساس تطور الأحداث مع مراعاة العلاقات القائمة بينها والمتغيرات المصاحبة لها.
- ج- مرحلة تحليل ونقد البيانات والمعلومات والتحقق منها ومن مصادرها وتنقيتها من الآراء لغرض الوصول إلى نتائج تاريخية يمكن الاعتماد عليها.
- د- العرض والتفسير للحقائق الأساسية والكشف عن الاتجاهات العامة للظاهرة موضوع البحث ومعرفة العوامل والظروف التي رافقتها في عملية تطورها وتغيرها وانتقالها من حال إلى حال.
- هـ- تحديد النتائج ودلالاتها في الإجابة على التساؤلات التي تطرحها الدراسة ومقارنتها مع الأفكار المستخلصة من المصادر الأخرى. كشف أية وثائق أو مصادر أو تحليلات تثبت أنها موضع شك.
- ملاحظات أساسية على المنهج التاريخي:
- أ- يهدف المنهج التاريخي إلى فهم الحاضر على ضوء الأحداث التاريخية الموثقة، لأن الاتجاهات المعاصرة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو علمية لا يمكن أن تفهم بشكل واضح من دون التعرف على أصولها وجذورها. ويطلق على هذا المنهج التاريخي المنهج الوثائقي لأن الباحث يعتمد وفي استخدامه على الوثائق.

ب- يستخدم المنهج التاريخي في كافة القضايا والموضوعات الإنسانية والطبيعية، ولا يزال من أكثر المناهج استخداماً على الرغم من ظهور مناهج أخرى.

ج- لا يقلل المنهج التاريخي أهمية عن المناهج الأخرى، بل قد يفوقها إذا ما توفر له شرطان: توفر المصادر الأولية، وتوفر المهارة الكافية عند البحث.

د- يحتاج المنهج التاريخي مثل المناهج الأخرى إلى فرضيات لوضع إطار للبحث، لتحديد مسار جمع وتحليل المعلومات فيه.

2- المنهج الوصفي (المسحي):

المنهج الوصفي، ويعتمد عليه الباحثون في الحصول على معلومات وافية ودقيقة تصور الواقع الاجتماعي وتسهم في تحليل ظواهره. ويرتبط بالمنهج الوصفي عدد من المناهج الأخرى المتفرعة عنه، من أهمها المنهج المسحي ومنهج دراسة الحالة.

ويعرف المنهج المسحي بأنه أحد الأساليب العلمية المتخصصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، كما يعرف المنهج المسحي بأنه تجميع منظم للبيانات المتصلة بمنظمات إدارية أو علمية أو ثقافية أو اجتماعية كالمكتبات والمدارس والمستشفيات مثلاً وأنشطتها المختلفة وموظفيها خلال مدة زمنية محددة 25. وتكمن الوظيفة الأساسية للدراسات المسحية في جمع المعلومات التي يمكن فيما بعد تحليلها وتفسيرها ومن ثم الخروج منها باستنتاجات.

أهداف المنهج الوصفي (المسحي):

أ- وصف ما يجري والحصول على حقائق ذات علاقة بشيء ما، كمنظمة أو مجتمع محدد أو منطقة جغرافية ما.

ب- تحديد وتشخيص المجالات التي تعاني من مشكلات محددة، والتي تحتاج إلى تحسينات.

ج- توضيح التحولات والمتغيرات الممكنة والتنبؤ بالمتغيرات المستقبلية، ومن خلال المنهج المسحي أو الدراسة المسحية يستطيع الباحث جمع المعلومات

عن مجال محدد، لتوضيح ودراسة الأوضاع والممارسات الموجودة، بهدف الوصول إلى خطط أفضل لتحسين تلك الأوضاع بالمجال الممسوح من خلال مقارنتها بمستويات ومعايير تم اختيارها مسبقاً.

ومجال الدراسات المسحية يمكن أن يكون واسعاً، ويمتد إلى إقليم جغرافي أو منظمة أو شريحة اجتماعية في مدينة أو منطقة أو مجموعة أفراد من أفراد المجتمع. ومن الأساليب المستخدمة في جمع البيانات في الدراسات المسحية الاستبيان والمقابلة. وقد أثبتت الدراسات العلمية أن أسلوب المسح يعدّ فعالاً بالنسبة للعديد من القضايا المعاصرة الهامة مثل القضايا الإعلامية والسياسية والاجتماعية والتعليمية والتربوية.

المجالات التي يعالجها المنهج المسحي:

تعالج الدراسات المسحية القضايا التي يمكن أن يناقشها الباحث وي طرح أسئلته بشأنها، ومن أهمها:

أ- الحكومة والقوانين: وفي إطارها يمكن دراسة طبيعة الخدمات التي تقدمها المنظمات الحكومية ونوعها، والمنظمات الجماهيرية الموجودة أو الشخصيات المسيطرة عليها، والقوانين المتصلة بفرض الضرائب، وغير ذلك من القضايا.

ب- الأوضاع الاقتصادية والجغرافية: وفي إطارها يمكن بحث الأحوال الاقتصادية لإفراد المجتمع وأهم الأنشطة الاقتصادية السائدة.

ج- الخصائص الاجتماعية والثقافية: ويمكن بحث عدد من القضايا مثل الأمراض الاجتماعية المنتشرة في مجتمع ما، كالأنشطة والخدمات الثقافية الموجودة به.

د- السكان: ويمكن التساؤل هنا حول تكوين السكان من حيث، العمر والجنس والدين، وحركة السكان ومعدلات نموهم، وكذلك معدلات الوفيات والمواليد، وغير ذلك من الخصائص.

ومن خصائص المنهج المسحي (الوصفي)، بأنه⁽²⁶⁾:

أ- يدرس العلاقة بين الظواهر المختلفة لغرض التحليل والتفسير والتعميم.

ب- يستخدم الأسلوب المنطقي (الاستنتاجي)، بهدف التوصل إلى قاعدة عامة .

ج- يقدم حلولاً وفروضاً مختبرة مدى صحتها.

الملاحظات على المنهج المسحي :

أ- المنهج المسحي هو أحد أنواع الدراسات الوصفية، ومن خلاله يقوم الباحث بجمع بيانات تفصيلية عن منظمات ووحدات إدارية أو اجتماعية أو تعليمية أو ثقافية أو منطقة جغرافية، وذلك بهدف دراسة الظواهر والأنشطة والأوضاع القائمة بها للتعرف عليها ومقارنتها بوحدات أكثر تطوراً بهدف الوصول إلى خطط أفضل لتحسين الأداء في المجتمعات التي يتم تنفيذ المسح عليها.

ب- يمكن أن يتم دراسة كافة المنظمات والوحدات الموجودة في المجتمع، أو تجميع البيانات من أفراد المجتمع أو قد يكتفي بنماذج أو عينات يحددها الباحث مسبقاً إذا كان المجتمع واسع.

ج- تتمثل أهم وسائل جمع البيانات في الاستبيان والمقابلة، وقد يحتاج الباحث العودة إلى السجلات والوثائق المتصلة بالوحدات المطلوب دراستها.

د- اثبت المنهج البحثي فعاليته في دراسة العديد من المجالات، مثل المسح التعليمي والاجتماعي والاقتصادي، كما اثبت المنهج فعاليته في دراسة العلاقات السببية مثل علاقة التدخين بالسرطان وعلاقة المستوى الثقافي باستخدام المكتبة.

3- المنهج الوصفي (دراسة الحالة):

يقوم المنهج الوصفي (دراسة الحالة) على أساس اختيار حالة محددة يقوم الباحث بدراستها قد تكون وحدة إدارية أو اجتماعية، أو فرد مدمن مثلاً، أو جماعة واحدة من الأشخاص، وتكون دراسة هذه الحالة بشكل مستفيض يتناول كافة المتغيرات المرتبطة بها وتناولها بالوصف الكامل والتحليل.

ويمكن استخدام دراسة الحالة كوسيلة لجمع البيانات والمعلومات في دراسة

وصفية، كما يمكن تعميم نتائجها على الحالات المشابهة بشرط أن تكون الحالة ممثلة للمجتمع الذي يراد الحكم عليه. ولذلك يمكن التأكيد على الآتي:

- أ- أن دراسة الحالة هي إحدى المناهج الوصفية.
 - ب- يمكن أن تستخدم دراسة الحالة لاختبار فرضية أو مجموعة فروض.
 - ج- عند استخدامها للتعميم ينبغي التأكد من أن الحالة ممثلة للمجتمع الذي يراد التعميم عليه.
 - د- من الضروري مراعاة الموضوعية والابتعاد عن الذاتية في اختيار الحالة وجمع المعلومات عنها ثم في عملية التحليل والتفسير.
- مزايا دراسة الحالة:

- أ- يتميز منهج دراسة الحالة بالعديد من المزايا، منها:
- أ- يمكن الباحث من تقديم دراسة شاملة متكاملة ومتعمقة للحالة المطلوب بحثها، حيث يركز الباحث على الحالة التي يبحثها ولا يشتت جهده على حالات متعددة.
- ب- يساعد منهج دراسة الحالة الباحث على توفير معلومات تفصيلية وشاملة، بصورة تفوق المنهج المسحي.
- ج- يعمل على توفير الكثير من الجهد والوقت.

سلبات دراسة الحالة:

- أ- قد لا تؤدي دراسة الحالة إلى تعميمات صحيحة إذا ما كانت غير ممثلة للمجتمع بأكمله أو للحالات الأخرى بأكملها.
- ب- أن إدخال عنصر الذاتية أو الحكم الشخصي في اختيار الحالة أو جمع البيانات عنها وتحليلها قد لا يقود إلى نتائج صحيحة.

خطوات دراسة الحالة:

- أ - تحديد الحالة أو المشكلة المراد دراستها.
- ب- جمع البيانات الأولية الضرورية لفهم الحالة أو المشكلة وتكوين فكرة واضحة عنها.
- ج- صياغة الفرضية أو الفرضيات التي تعطى التفسيرات المنطقية والمحتملة لمشكلة البحث.

د- جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها والوصول إلى النتائج .

أدوات جمع المعلومات في المنهج الوصفي :

أ- الملاحظة المتعمقة، حيث يحتاج الباحث إلى تواجده وبقاءه مع الحالة المدروسة لمدة كافية لتسجيل ملاحظاته بشكل منظم أول بأول .

ب- المقابلة، قد يحتاج الباحث إلى الحصول على معلوماته بشكل مباشر من الحالات المبحوثة وذلك بمقابلة الأشخاص الذين يمثلون الحالة وجها لوجه وتوجيه الاستفسارات لهم والحصول على الإجابات المطلوبة، وتسجيل الانطباعات الضرورية التي يتطلبها البحث .

ج- الوثائق والسجلات المكتوبة، ويمكن أن تعين الباحث في تسليط الضوء على الحالة مجال الدراسة .

د- قد يلجأ الباحث إلى استخدام الاستبيان، وطلب الإجابة على بعض الاستفسارات الواردة في الاستبيان من جهة الأشخاص والفئات المحيطة بالحالة مجال الدراسة .

4- المنهج التجريبي :

المنهج التجريبي، هو أسلوب يتبعه الباحث لتحديد مختلف الظروف والمتغيرات التي تخص ظاهرة ما والسيطرة عليها والتحكم فيها . ويعتمد الباحث على المنهج التجريبي عند دراسة المتغيرات المتصلة بالظاهرة مجال اهتمام البحث، بهدف التوصل إلى العلاقات السببية التي تربط بين المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة .

ولم يعد استخدام المنهج التجريبي مقتصرًا على العلوم الطبيعية فقط، بل أصبح يستخدم على نطاق واسع في العلوم الاجتماعية . وينبغي التأكيد في المنهج التجريبي على ثلاثة مجالات، هي :

أ- المتغير المستقل .

ب- المتغير التابع .

ج- ضبط إجراءات التجربة، للتأكد من عدم وجود عوامل أخرى غير المتغير المستقل يمكن أن يؤثر على ذلك الواقع.

مزايا المنهج التجريبي:

يعتمد المنهج التجريبي على وسيلة الملاحظة لجمع المعلومات، وفيها يكون الباحث هو الموجه والمسير للمشكلة والحالة، وهي بذلك تختلف عن الملاحظة المجردة التي من خلالها لا يتدخل الباحث ولا يؤثر في المشكلة أو الحالة المراد دراستها وإنما يكون دوره مراقباً وملاحظاً ومسجلاً لما يراه.

سلبات المنهج التجريبي:

أ- صعوبة تحقيق الضبط التجريبي في المواضيع والمواقف الاجتماعية، وذلك بسبب الطبيعة المميزة للإنسان الذي هو محور الدراسات الاجتماعية والإنسانية، فهناك عوامل إنسانية عديدة، مثل إرادة الإنسان، الميل للتصنع، وغير ذلك من العوامل، ويمكن أن تؤثر على التجربة ويصعب التحكم فيها وضبطها.

ب- وجود عوامل سببية والعديد من المتغيرات، يمكن أن تؤثر في الموقف التجريبي، ويصعب السيطرة عليها ومن ثم يصعب الوصول إلى قوانين تحدد العلاقات السببية بين المتغيرات.

ج- يمكن أن يعدّ الباحث ذاته متغيراً ثالثاً يضاف إلى أي متغيرين (مستقل وتابع) يحاول الباحث إيجاد علاقة بينهما.

د- فقدان عنصر التشابه التام في العديد من المجاميع الإنسانية مقارنة بالتشابه الموجود في المجالات الطبيعية.

هـ- هناك العديد من القوانين والتقاليد والقيم التي تقف عقبة في وجه إخضاع الكائنات الإنسانية للبحث لما قد يترتب عليها من آثار مادية أو نفسية.

خطوات المنهج التجريبي:

أ- تحديد مشكلة البحث.

ب- صياغة الفروض.

- ج- وضع تصميم تجريبي، وهذا الأمر يتطلب من الباحث القيام بالآتي:
- 1- اختيار عينة تمثل مجتمع محدد أو جزءاً من مادة محددة يمثل الكل.
 - 2- تصنيف المبحوثين في مجموعات متماثلة.
 - 3- تحديد العوامل غير التجريبية وضبطها.
 - 4- تحديد وسائل قياس نتائج التجربة والتأكد من صحتها.
 - 5- القيام باختبارات أولية استطلاعية بهدف استكمال أوجه للقصور.
 - 6- تعيين مكان التجربة ووقت إجرائها والمدة التي تستغرقها.
- د- القيام بالتجربة المطلوبة.
- هـ- تطبيق اختبار دلالة مناسب، لتحديد مدى الثقة في نتائج التجربة والدراسة.
- تقرير المنهج التجريبي: وينبغي التركيز في مثل هذا التقرير على الآتي:
- المقدمة، ويوضح فيها الباحث الآتي:
- أ- عرض نقاط الدراسة الأساسية للمشكلة.
 - ب- عرض الفرضيات وعلاقتها بالمشكلة.
 - ج- عرض المجالات النظرية والتطبيقية للدراسات السابقة.
 - د- شرح علاقة تلك الدراسات السابقة بالدراسة التي ينوي الباحث القيام بها.
- الأسلوب، ويشمل الآتي:
- أ- وصف ما قام به الباحث، وكيفية قيامه بالدراسة.
 - ب- تقديم وصف للعناصر (بشرية أو حيوانية)، والجهات التي شاركت مع الباحث في تجربته.
 - ج- وصف الأجهزة والتقنيات المستخدمة، وشرح كيفية استخدامها.
 - د- تلخيص لوسيلة التنفيذ لكل مرحلة من مراحل العمل.
- النتائج، وتشتمل على الآتي:

- أ- تلخيص عن البيانات التي تم جمعها، في تقديم أو مقدمة.
- ب- تزويد القارئ بالمعالجات الإحصائية الضرورية للنتائج مع عرض جداول ورسومات ومخططات.
- ج- النتائج التي تتفق أو تتعارض مع فرضياتك.
- د- عرض لمناقشة المطلوبة مع الجهات ذات العلاقة.

5- المنهج الإحصائي:

تعتمد البحوث الحديثة في العلوم المختلفة على الأسلوب العلمي الذي تقوم على الملاحظة الدقيقة والتجريب العلمي والتحليل الرياضي والاستنتاج المنطقي، لهذا كان الإحصاء من أهم الوسائل التي يستعين بها الباحث، ويستعين الباحث بالمنهج الإحصائي مستخدماً الأساليب الرقمية والرياضية لمعالجة، وتحليل البيانات وإعطاء التفسيرات المنطقية المناسبة لها، ويتم ذلك من خلال العديد من المراحل، منها⁽²⁷⁾:

- 1- تحديد المشكلة في شكل أسئلة محددة لكي ترشد الباحث إلى البيانات الواجب جمعها، فضلاً عن الأسلوب الذي سيتبع لحل هذه المشكلة.
- 2- تحديد الفروض العلمية بشكل دقيق لأنها تؤثر بشكل مباشر على البناء التجريبي للبحث وعلى الوسائل الإحصائية التي تتبع في تحليل النتائج.
- 3- جمع البيانات المتصلة بالبحث ووصفها في شكل جداول أو رسوم بيانية أو تقارير حتى يسهل فهمها.
- 4- التبويب، وفيها يقوم الباحث بتجميع البيانات من مصادرها الأولية وتبويبها في جداول كبيرة متصلة أو بطاقات صغيرة منفصلة، لكي يسهل عليه تبويبها ثانية في جداول صغيرة ورسوم بيانية ومنحنيات وأشكال توضيحية.
- 5- تصنيف البيانات في مجموعات محددة تشترك في خاصية محددة تميزها عن غيرها وهذه هي الخطوة الأولى في عملية تحليل البيانات.
- 6- الوصف الإحصائي: يهدف الباحث في معالجته الإحصائية للظواهر التي يبحثها إلى معرفة متوسطاتها الحسائية المختلفة أو نزعتها المركزية ليلخصها

في صورة موجزة توضح أهم خواصها، ويهدف ذلك إلى معرفة مدى انتشارها وانحرافات المعيارية ويسمى هذا المجال من مجالات علم الإحصاء بالإحصاء الوصفي.

7- عرض البيانات: بعد مرحلة تصنيف البيانات والوصف الإحصائي لهاتين مرحلتين عرض هذه البيانات بشكل منظم وتمثيلها بالأساليب الممكنة من جداول مكونة من أعمدة وصفوف ويمكن استخدام الرسم البياني في عرض البيانات لأنه يعطي فكرة تقريبية عنها في حين أن الجداول تعطي فكرة تفصيلية عن البيانات.

8- التحليل الإحصائي: ويعتمد على نوع المشكلة وخصائصها الرقمية وهدف البحث والتحليل الذي يصلح لمعالجة مشكلة ما قد لا يصلح لمعالجة مشكلة أخرى.

9- التفسير، أي تفسير البيانات من خلال تفسير ما تعنيه الأرقام المجمعة من نتائج وعلى الباحث أن يلتزم بنتائج العلمية من دون مبالغة وفي الإطار الموضوعي الواقعي للبحث.

10- التقرير: وهو ملخص واضح عن المشكلة ونتيجة بحثها ومدى قوة أو ضعف هذه النتائج وأن تكون لغة البحث واضحة وموجزة وموضوعية لكي تنسجم مع الروح العلمية الصحيحة والتنظيم المنطقي المتناسق.

أنواع المنهج الإحصائي:

أ- المنهج الإحصائي الوصفي: ويركز المنهج الإحصائي الوصفي على وصف وتلخيص الأرقام المجمعة تجاه موضوع محدد وتفسيرها في صورة نتائج.

ب- المنهج الإحصائي الاستدلالي أو الاستقرائي: عينة من مجتمع أوسع، وتحليل وتفسير البيانات الرقمية المجمعة عنها والوصول إلى تعميمات واستدلالات على ما هو أوسع وأكبر من المجتمع محل البحث.

المقاييس الإحصائية:

هناك العديد من المقاييس الإحصائية التي يتم استخدامها في إطار هذا المنهج

منها المتوسط، الوسيط، المنوال والنسب المئوية والمعدلات والجداول التكرارية. ويمكن للباحث استخدام أكثر من أسلوب في تحليل وتفسير البيانات.

ملاحظات أساسية عن المنهج الإحصائي:

أ - في حين يدخله بعض الكتاب ضمن مناهج البحث العلمي فإن آخرين لا يدخلونه، وأن كان الجميع يقرون بوجود أساليب إحصائية يمكن إتباعها في التعامل مع البيانات البحثية.

ب- يستخدم المنهج الإحصائي الوسائل الرياضية والحسابية لمعالجة البيانات وتقديم التفسيرات المنطقية لها.

ج- ومن خلال ذلك يستطيع الباحث التعرف على تحديد نقاط التوازن أو الوسط في القضية محل البحث. وتحديد الحدود الدنيا والعليا للقضايا المطلوب بحثها.

د- هناك أسلوبان لاستخدام المنهج الإحصائي، كما سبق ذكره: المنهج الإحصائي الوصفي والمنهج الإحصائي الاستدلالي.

هـ- يمكن استخدام الحاسوب الآلي في تحليل الأرقام الإحصائية المجمعة من أجل تأمين السرعة والدقة المطلوبة.

و- يتم جمع البيانات من خلال المصادر الاستبيانات والمقابلات. - ويمكن الجمع بين أكثر من أسلوب.

ز- يمكن استخدام عدداً من المقاييس الإحصائية كما سبقت الإشارة ويمكن الجمع بين أكثر من مقياس.

6- مناهج البحث الأخرى:

من أمثلة مناهج البحث الأخرى: المنهج المقارن وأسلوب تحليل المضمون، وأن كان بعض المؤلفين المتخصصين في مناهج البحث العلمي يرون أن كل منها يمكن إدراجه ضمن المناهج الأخرى فتحليل المضمون لا يتعدى كونه منهج وثائقي، أما المنهج المقارن فلا يتعدى كونه منهج مسحي.

المبحث الثاني

مناهج البحوث الإعلامية

- المعايير الأساسية للمناهج البحثية
- أولاً: منهج الدراسات المسحية (منهج المسح)
- ثانياً: منهج دراسة العلاقات المتبادلة
- ثالثاً: منهج الدراسات التطورية
- رابعاً: المنهج التجريبي



المبحث الثاني

مناهج البحوث الإعلامية

المعايير الأساسية للمناهج البحثية

تشير الدراسات الإعلامية الحديثة إلى أن الاتجاهات البحثية الحديثة وبفضل التطورات التقنية (Technology) المتلاحقة، أصبحت تتجه اليوم إلى البحوث التشخيصية، والبحوث التي تعنى بدراسة العلاقات السببية بين المتغيرات، وذلك لأن الوفرة المتحققة للباحثين والدارسين في عملية الحصول على البيانات والمعلومات قد قللت الحاجة إلى الدراسات الاستطلاعية أو الكشفية، ففي الوقت الذي تتجه فيه الدراسات العربية في مجال الإعلام إلى الدراسات التاريخية ونوعاً ما إلى دراسات تحليل المضمون يحدث العكس في الدول الأوربية، حيث تتجه البحوث الإعلامية إلى دراسة المضمون ودراسات الأثر. وللوصول إلى تصنيف شامل تدرج تحته البحوث المختلفة يُعتمدُ لذلك معياران أساسيان، هما:

أ- الهدف الأساس العام للبحث، تحديد ظاهرة ما، ويمكن قياس ذلك من خلال الآتي:

1- التعرف الدقيق على سمات وخصائص مجتمع محدد أو موقف جماعة محددة أو فرد.

2- تحديد تكرارات حدوث ظاهرة محددة (مستقلة أو مرتبطة بغيرها).

3- اختبار صحة فرض ما أو مجموعة فروض ذات علاقات سببية.

ب- مستوى المعرفة العلمية ونحدده بأربع مراحل:

1- مرحلة الغياب الكامل أو النسبي للبيانات والمعلومات المتصلة بالظاهرة وتمثل البدايات الأولى للجهود البحثية.

- 2- مرحلة توفر قدر كافي من المعلومات والبيانات عن الظاهرة مع الغياب الكامل أو النسبي للأوصاف الدقيقة لها والحقائق المتصلة بها وكيفية حدوثها وأسبابها (مرحلة متوسطة في تطور المعرفة العلمية).
- 3- مرحلة توافر المعلومات والأوصاف والحقائق وكيفية حدوثها وأسبابها، مع الغياب الكامل أو النسبي في معرفة العلاقات السببية المتبادلة - من المجالات الكمية أو الكيفية - بين المتغيرات المختلفة (مرحلة متقدمة نسبيا في البحث).

- 4- مرحلة الضبط المحكم والقياس الدقيق لأثر المتغيرات في حدوث (الظواهر)، وتعد من أعلى المراحل التي تصل إليها الجهود البحثية.
- ويمكن تصنيف البحوث الإعلامية إلى:

- 1- بحوث استطلاعية أو كشفية أو تمهيدية أو صياغية.
- 2- بحوث وصفية أو تشخيصية.
- 3- بحوث سببية أو بحوث اختبار العلاقات السببية بين المتغيرات أو الفروض.

1- بحوث استطلاعية أو كشفية أو تمهيدية أو صياغية:

والبحوث الاستطلاعية أو الكشفية، هي البحوث التي تركز على اكتشاف الظواهر المختلفة، وتحقيق الهدف الأول في نطاق المعيار الأول أعلاه. وتهدف البحوث الاستطلاعية إلى تحديد المشكلات بدقة قبل البدء بدراستها دراسة دقيقة متعمقة، أو وضع الفروض حول مشكلة محددة، بحيث توضع موضع البحث والتجربة في البحوث اللاحقة، بمعنى أن الباحث غير مطالب في هذه المرحلة باختبار صحة الفروض وإنما يستهدف الحصول على نتائج كشفية تزيد من استبصاره ببعض الفروض المتصلة بالظاهرة التي يقوم بدراستها، ومن أهم وظائف الدراسات الاستطلاعية هو أنها تعمل على زيادة إدراك الباحث للمشكلة التي يتصدى لدراستها وأهم المتغيرات المؤثرة فيها واكتشاف العلاقات بين تلك المتغيرات وتحديد أولويات البحث بالنسبة للبحوث المستقبلية.

وظيفة البحوث الاستطلاعية أو الاستكشافية:

- أ- جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة.
- ب- زيادة درجة إدراك الباحث للمشكلة التي يتصدى لدراستها.
- ت- توضيح المفاهيم المتصلة بالمشكلة أو الظاهرة موضع الدراسة.
- ث- استطلاع حقيقة الموقف الفعلي الذي تجرى فيه الدراسة، ومدى الإمكانات العلمية التي تيسر تنفيذ البحث أو تقف عائقاً في سبيل تنفيذه.

2- بحوث وصفية أو تشخيصية:

تستهدف البحوث الوصفية أو التشخيصية، وصف الظاهرة وعناصرها وعلاقاتها في وضعها الراهن، ولا تقف عند حدود الوصف بل تشمل وصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة والوصول إلى نتائج تفسر العلاقات السببية وتأثيراتها.

وتركز البحوث الوصفية على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع ما أو جماعة أو فرد وتكرار حدوث الظواهر المختلفة، وبذلك تحقق الهدفين الثاني والثالث في نطاق المعيار الأول، كما تستخدم في المرحلة المتوسطة في نمو المعرفة العلمية ولا يقتصر مفهوم الدراسات الوصفية على مجرد جمع البيانات الإحصائية عن الظاهرة وإنما يمتد إلى تصنيف البيانات والحقائق التي تم تجميعها وتسجيلها، وتفسير هذه البيانات وتحليلها تحليلاً شاملاً واستخلاص نتائج ودلالات عنها تفيد في التفسير والتعميم بما يفيد في تقدم المعرفة.

3- بحوث سببية أو بحوث اختبار العلاقات السببية بين المتغيرات أو الفروض:

وهي البحوث التي تحقق الهدف الرابع والأخير في نطاق المعيار الوظيفي للبحوث، وتستخدم في مرحلة النضوج العلمي من مراحل نمو المعرفة العلمية، ويلجأ الباحث إلى هذا النوع من البحوث لكي يصل إلى معرفة كيفية حدوث الظاهرة وأسبابها، والباحث في مجال بحوث اختبار العلاقات السببية يستفيد من نتائج البحوث الوصفية في صياغة الفروض السببية لبحثه والقيام

بالإجراءات البحثية المتصلة باختبار مدى صحة هذه الفروض والانتهاء إلى نتائج عن العلاقات السببية بين متغيرات محددة لغرض تعميمها.

يصنف مصطفى عمر البحوث الإعلامية في أربعة مستويات، وكما يأتي⁽²⁸⁾:

- الدراسات التفسيرية: وتتضمن البحوث الاستكشافية والبحوث التاريخية.
 - البحوث التحليلية: وهي البحوث التي تعتمد في منهجيتها على تحليل المحتوى أو المضمون كأسلوب للبحث وكأداة رئيسة لجمع المعلومات والبيانات في ذات الوقت.
 - بحوث الدور أو الوظيفة: وهي البحوث التي تجمع بين تحليل المضمون أو المحتوى كخطوة إجرائية لازمة لمعرفة طبيعة الدور، قبل إجراء المسوح الميدانية لتحديد حجم الدور ثم الشق الثاني أي الدراسة الميدانية مستنداً إلى دراسات تحليلية سابقة حديثة بحيث يكون المحتوى المخضع للدراسة الميدانية لا يزال في أذهان مفردات العينة المختارة للدراسة الميدانية، أي أن بحوث الدور تجمع بين تحليل المضمون وبين المسوح الميدانية.
 - بحوث الأثر: وهي البحوث التي تختبر بعض الفروض السببية، وأهمها البحوث شبه التجريبية والبحوث التجريبية التي تقيم دليل الأثر في إطار التجربة ومتغيراتها والعلاقة السببية بين المتغير المستقل والمتغير التابع.
- ويرتبط تصميم شكل البحث بنوع المنهج الذي يستخدمه الباحث في الدراسة. وهناك مجموعة من المناهج العلمية المتفق عليها بين الباحثين، من أهمها المناهج الآتية:

أولاً: منهج الدراسات المسحية (منهج المسح)

يعد منهج الدراسات المسحية من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، لاسيما البحوث الوصفية والاستكشافية. ويتطلب هذا المنهج جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة مجال البحث، بهدف تكوين قاعدة أساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة، أو تحديد كفاءة الأوضاع القائمة من خلال المقارنة، أو التعرف على

الأساليب القائمة، أو استخدام هذه البيانات الشاملة في رسم السياسات ووضع الخطط على أساس من الحقائق الواقعية بمجالات الموقف.

ويهتم البحث الإعلامي المسيحي، في بعض مجالاته بعملية التفسير التي تتعدى وصف الظاهرة فقط كدراسات تحليل المضمون، ولعل أهم ما يميز المسح الوصفي هو الوقوف عند حدود الوصف المجرد للمتغيرات مجال الدراسة أو دراسة العلاقات المتبادلة عند الوصف الإحصائي دون تجاوزه إلى الاستدلال عن الأسباب والمقدمات التي ترتبط بالسؤال البديهي لماذا حدث ذلك؟

ويشمل منهج المسح عدة مسوح، منها:

1- مسح الرأي العام: ويستهدف التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المختلفة لدى مجموعات محددة من الجماهير، تبعا للهدف من إجراء المسح²⁹، وتمكن مسوحات الرأي العام المسؤولين وصناع القرار من الوقوف على آراء الجماهير، لاسيما وأن معظم دوائر اتخاذ القرار تبني قراراتها على نتائج البحوث المسحية واستطلاعات الرأي العام لأعلى أساس التخمين أو النظرة الجزئية⁽³⁰⁾.

2- تحليل المضمون: عرف (بيرلسون) عام 1952، تحليل المضمون بأنه عبارة عن معالجات كمية، من خلاله بحث يتم تطبيقه بهدف الوصول إلى وصف كمي هادف ومنظم لمحتوى أسلوب الاتصال⁽³¹⁾.

ومع ما يثيره تحليل المضمون من جدل بين الباحثين حول استخداماته ووظائفه ومجالاته، فمنهم من يعدّه منهجاً مستقلاً، ومنهم من يعدّه أسلوب ضمن المنهج الوصفي في العلوم الاجتماعية، فقد تطور تحليل المضمون ليتعدى إطار المعالجات الكمية للظواهر العلمية إلى مجال المعالجات الكيفية، مما يعزز من القيمة العلمية لهذه المنهجية ويجعلها تنافس المنهج الوصفي في الدقة والشمول والشيوع، ويقسم هذا المنهج إلى قسمين، هما⁽³²⁾:

أ- تحليل المضمون الكمي، وفيه يقوم الباحث بتفكيك النص أو عينة النصوص

وترجمة الأفكار والاصطلاحات والرموز التي ترد فيها إلى مدلولات ومؤشرات رقمية يمكن معالجتها إحصائياً وتحليلها والتوصل من خلالها إلى نتائج موضوعية دقيقة .

ب- تحليل المضمون الكيفي، وفيه يقوم الباحث بتحليل النصوص الواردة في مختلف المضامين الإعلامية والسياسية ضمن خطة منهجية متكاملة تجمع كافة متغيرات الظاهرة قيد البحث في سياق موحد يمكن للباحث من خلالها التوصل إلى نتائج منطقية تزيل الغموض عن الظاهرة التي يتم بحثها أو التداخل بين متغيراتها .

وفي مجال الدراسات الإعلامية فإن تحليل المضمون يقصد به، دراسة المادة الإعلامية التي تقدمها الوسيلة بهدف الكشف عما تريد هذه الوسيلة أن تبلغه لجمهورها ودراسة تأثيرها، ويفترض أن يشمل المجالات الآتية⁽³³⁾ :
أ- دراسة شخصية الوسيلة الإعلامية .

ب- دراسة القضايا الإعلامية التي تقدمها وتقدير أهميتها .

ج- تحليل المادة الإعلامية للتعرف على ما تتضمنه .

د- دراسة المجالات الشكلية التي تقدم بها المادة الإعلامية .

وتفيد دراسة تحليل المضمون في الآتي :

أ- معرفة مدى اهتمام وسائل الإعلام بالقضايا الإعلامية .

ب- معرفة الأهمية النسبية التي توليها كل وسيلة إعلامية لكل قضية .

ج- تحليل كل قضية بأسلوب تفصيلي .

3- مسح جمهور وسائل الإعلام :

ويقصد بجمهور وسائل الإعلام، قراء المطبوعات الصحفية، ومستمعي المحطات الإذاعية ومشاهدي القنوات التلفزيون، ويستهدف هذا النوع من الدراسات القضايا الآتية :

- التعرف على الخصائص الأساسية للجمهور، من حيث حجم وتركيب هذا الجمهور، وتصنيف الدوافع والحاجات والمعايير الثقافية والاجتماعية وكذلك

الأنماط السلوكية ودرجاتها أو شدتها ومستويات الاهتمام والتفضيل لغرض تقديم مادة إعلامية مناسبة أو إجراء تعديلات ويمثل الوصف في هذا الإطار الإجابة على السؤال لمن؟ أي وصف جمهور المتلقين⁽³⁴⁾.

- التعرف على سلوك الجمهور، فيما يتصل بالرسالة الإعلامية واستخدامه كأساس في رسم وتخطيط السياسة الإعلامية.

4- مسح وسائل الإعلام:

يستهدف مسح وسائل الإعلام، التعرف على شخصية الوسيلة الإعلامية، من حيث المجالات المختلفة، (توزيع الصحف، عدد أجهزة الإذاعة والتلفزيون المتاحة وتطورها، متوسط القراءة والمشاهدة، معدلات التداخل بين الوسائل، درجة التغطية لأي وسيلة، دراسة المجالات الفنية والإنتاجية والتقنية لكل وسيلة من الوسائل).

5- مسح أساليب الممارسة الإعلامية:

ويقصد بمسح أساليب الممارسة الإعلامية، دراسة المجالات والأساليب الإدارية والتنظيمية التي تتبعها وسائل الإعلام وإداراتها في مختلف المجالات الإعلامية، وذلك بهدف تطوير الواقع التطبيقي الفعلي، والتعرف على الأساليب التي تتبعها هذه الوسائل في ممارسة نشاطها، وتشمل المسوح التي تعنى بدراسة المجالات الفنية للممارسة الإعلامية، ما يأتي⁽³⁵⁾:

أ- التعرف على الأساليب التي تعتمدها المؤسسات الإعلامية في التخطيط لمهامها الإعلامية، وفيما إذا كانت تعتمد الأساليب العلمية في التخطيط وعناصره والخطط البرمجية التي تعدها.

ب- التصدي لدراسة الواقع الفعلي لكل وسيلة من وسائل الإعلام الجماهيري، لاسيما فيما يتصل بأساليب الممارسة ودراسات الجمهور والمشكلات التي تواجهها أي وسيلة من تلك الوسائل.

ج- البحث في تنظيم وإعداد الكوادر الفنية والإدارية العاملة في وسائل الإعلام، والتعرف على الهياكل التنظيمية للقوى العاملة وأنماط النشاطات

- التي تمارسها والصعوبات التي تعترضها أو تعيق عملية تطورها.
- د- مسح الوسائل الإعلامية وطبيعة المهام التي تقوم بها، في المؤسسات الرسمية والأهلية، مثل إدارات العلاقات العامة والوكالات الإعلانية ومؤسسات الإعلام الأهلية (الخاصة). والبحث في مستوى العلاقة بينها وبين المؤسسات الإعلامية الحكومية.
- هـ- دراسة مدى اعتماد وسائل الإعلام الجماهيري على البحوث العلمية في تطوير عملها والارتقاء بمستويات الأداء على مستوى الوسيلة والمضامين.
- و- البحث في آليات تفاعل الجمهور مع تلك الوسائل من خلال الدراسات العلمية لطبيعة الجمهور واستخداماته واحتياجاته وسبل تلبيتها.

ثانياً: منهج دراسة العلاقات المتبادلة

ويطلق على منهج دراسة العلاقات المتبادلة الدراسة التشخيصية، والتي يسعى فيها الباحثون إلى دراسة العلاقات بين الحقائق التي تم الوصول إليها، بهدف التعرف على الأسباب التي أدت إلى حدوث الظاهرة، والتوصل إلى استنتاجات وخلاصات لما يمكن عمله لتغيير الظروف والعوامل المحيطة بالظاهرة في الاتجاه الإيجابي، وهناك تصنيفات فرعية لهذا المنهج، منها:

1- دراسة الحالة:

ويقصد بدراسة الحالة، اختيار عدد محدود من الحالات ودراستها دراسة متعمقة مستوعبة، بهدف الوصف والفهم الكاملين لكل حالة على حده، أي الدراسة التحليلية الشاملة والمقارنة بين الحالات المختلفة للوصول إلى خلاصات واستنتاجات محددة ثم محاولة اختبار صحة هذه الاستنتاجات فيما يتصل بعدد أكبر من الحالات، للوصول إلى صورة شاملة متكاملة للحالة فقط ينبغي التنبه إلى مراعاة الدقة وفي اختيار عينة الحالات بحيث تؤدي في النهاية إلى تمثيل المجتمع تمثيلاً صحيحاً. ويعاب على هذا الأسلوب عدم الموضوعية، نظراً لعدم اعتمادها على نماذج رسمية في جمع البيانات وصعوبة تعميم النتائج.

2- الدراسات السببية المقارنة:

وتهدف الدراسات السببية المقارنة الوصول إلى معرفة كيفية حدوث الظواهر وأسبابها لذلك تعتمد على عقد مقارنات في مجالات الاتفاق والاختلاف بين العديد من الظواهر، لكي تتعرف على العوامل والمتغيرات المتكررة التي تصاحبها أحداثاً وظروفاً محددة. أي التأكد من التأثير السليبي لعوامل ومتغيرات محددة في حدوث ظواهر محددة، أن التعرف على العلاقات السببية يساعد الباحث في صياغة الافتراضات العلمية للبحث⁽³⁶⁾.

ويمكن للمنهج اختبار العلاقات السببية والاجابة على تساؤلات من قبيل، ماالعوامل التي يحتمل أن يكون لها تأثير في ظهور حالات أو نماذج سلوك أو ظواهر محددة؟ لأنها تطبق في البحوث التي يكون الهدف من إجرائها هو محاولة الكشف عن الأسباب المحتملة من وراء ظهور سلوك محدد أو ظاهرة لافتة للانتباه لأنها تتيح إمكانية دراسة العلاقات السببية المحتملة بين متغيرين أو أكثر في ظاهرة أو مجموعة ظواهر في مجال محدد ودراستها ضمن هذا المنهج⁽³⁷⁾. ومنعيوب هذه الدراسات: أن هناك مجموعة من الحدود التي تقيد استخدامها في الوصول إلى خلاصات واستنتاجات قابلة للتعميم.

3- الدراسات الارتباطية:

وتمثل الدراسات الارتباطية، أحد الأساليب الرئيسة لمنهج دراسة العلاقات المتبادلة، وتستهدف الإجابة على التساؤلات الآتية:

- هل توجد علاقة بين متغيرين أو أكثر في الظاهرة المدروسة؟
- ما طبيعة العلاقة الترابطية، (طردية أم عكسية)؟
- ما درجة هذه العلاقة وشدتها؟

ولكي يصل الباحث إلى معرفة درجة الارتباط بين المتغيرات يلجأ إلى استخدام مقياس إحصائي كمي يعرف باسم (معامل الارتباط)، والذي لا تخرج نتائجه عن الاحتمالات الخمسة الآتية:

- أ- وجود ارتباط طردي تام بين المتغيرين موضوع الدراسة.
- ب- وجود ارتباط طردي إلى حد كبير أو إلى حد ما.
- ج- وجود ارتباط عكسي تام.
- د- وجود ارتباط عكسي إلى حد كبير أو إلى حد ما.
- هـ- عدم وجود ارتباط (معامل الارتباط يساوي صفر).

ثالثاً: منهج الدراسات التطورية

ويطلق على منهج الدراسات التطورية تسمية البحث الإعلامي التاريخي، وهو عملية منهجية منظمة تدرس الحقائق والمعلومات المتوفرة عن الظاهرة التي حدثت في الماضي والقيام بعمليات التحليل والتفسير، بهدف الخروج باستنتاجات تساعد الباحث في فهم الظاهرة موضوع البحث وموقعها في سياق الأحداث التاريخية التي رافقت تلك الظاهرة مثل، اتجاهات الصحافة اليمنية في العهد الجمهوري 1962-1990م، وهو منهج له قواعده وخصائصه وخطواته التي تعتمد على الأسس المستخدمة في البحث العلمي بصورة عامة، وما يقتضي ذلك من تحديد للمفاهيم وما يتصل بها من وصف وتحليل وتفسير وغيرها من الخطوات المنهجية المعروفة، ويركز المنهج التاريخي لا على مجرد وصف الوضع الحالي للظواهر والعلاقة بينها فحسب وإنما على وصف المتغيرات التي تحدث في الظاهرة خلال مدة زمنية ونتيجة مرور الزمن، ويعد هذا المنهج من المناهج الرئيسة في مجال الإعلام لسببين، هما⁽³⁸⁾:

- أ- يعمل الإعلام في مجال اجتماعي واسع، ولا شك أنه في تغير مستمر ومن هنا فإنه من الواجب رسم السياسات الإعلامية وفقاً لهذا التغير.
- ب- أن نتائج الجهود الإعلامية لا تقاس خلال مدة زمنية قصيرة بل على مدار مدة زمنية طويلة (الأثر التراكمي للإعلام).

رابعاً: المنهج التجريبي

المنهج التجريبي، هو عملية منظمة موضوعية تهدف إلى الكشف عن العلاقات بين المتغيرات في ظرف تجريبي محدد والعمل على وصفها وتفسيرها

للكشف عن طبيعة تلك العلاقات ومنحى الاتجاه لها والعلاقات الارتباطية التي تحكمها، ويعتمد أساساً على التحكم في الظروف وحركة المتغيرات وعملية الضبط التجريبي والشروط التي تسمح بإجراءات تجريبية من خلال الملاحظة المنتظمة.

ويتضمن المنهج التجريبي عدة خطوات تتمثل في: تحديد المشكلة البحثية، وصياغة فروض تفسر مجالات هذه المشكلة، ثم تحديد المتغير المستقل والمتغير التابع، ثم كيفية قياس المتغير التابع وتحديد الشروط الضرورية للضبط والتحكم والوسائل المتبعة في الإجراءات التجريبية، أي هو محاولة لتحديد العلاقة السببية بين متغيرات محددة.

ويستند المنهج التجريبي في استخدامه للتجربة كأداة لجمع المعلومات على مجموعة من الأسس، منها:

أ- خلق الموقف التجريبي، بمعنى معرفته للمتغيرات.

ب- التجارب ليست جزء من العملية ولكنها جزء من العلوم النظرية.

ت- يؤدي تنظيم البيانات من خلال التجربة إلى مساعدة الباحث في الموازنة بين الوقائع لتقرير ما هو أساسي وما هو ثانوي وغير مباشر في حدوث الظاهرة موضوع البحث.

3

الفصل الثالث

البحث العلمي والدراسات الإعلامية

المبحث الأول: مشكلات البحث في الدراسات الإعلامية

المبحث الثاني: خطوات البحث في الدراسات الإعلامية



الأهداف التعليمية Learning Objectives

بعد قراءة هذا الفصل ينبغي أن تكون قادراً على فهم الآتي:

- مشكلات البحث في الدراسات الإعلامية.
- أهداف البحث في الدراسات الإعلامية.
- أهمية البحث في الدراسات الإعلامية.
- خطوات البحث في الدراسات الإعلامية.



المبحث الأول

مشكلات البحث في الدراسات الإعلامية

- مصادر المشكلات البحثية
- خطوات تحديد المشكلات العلمية في مجال بحوث الاتصال
- أهداف البحث في الدراسات الإعلامية
- أهمية البحث في الدراسات الإعلامية



المبحث الأول

مشكلات البحث في الدراسات الإعلامية

مصادر المشكلات البحثية

تعريف المشكلة البحثية: تعرف مشكلة البحث، بأنها عبارة عن قضية أو ظاهرة أو موضوع يحتاج إلى دراسة وتعمق لفهم طبيعة العناصر المكونة لها لغرض بناء علاقات مبدئية بين تلك العناصر ومن ثم إعادة صياغتها بصورة علمية بناءً على نتائج الدراسة واختبار تلك العلاقات. وتقسم مصادر المشكلات البحثية، إلى الأقسام الآتية⁽³⁹⁾:

أ- المصدر الشخصي، ويتمثل في خبرات الباحث ومعارفه وإعداداته العلمي وقراءته المتعمقة في تخصصه العلمي.

ب- المصدر العلمي، ويتمثل في التراث القائم والمتصل بتخصص الباحث من حيث توافر الخبراء والتخصصات الدقيقة وتجارب التخصص وخبراته في الأعمال والأنشطة الأكاديمية، كذلك الاطلاع على النظريات العلمية والفروض المتحققة فيها وتلك التي يمكن استنباطها بما تثيره من أفكار وموضوعات، ويضم هذا المجال البحوث المنشورة والكتب المنهجية المتخصصة ورسائل الماجستير وأطاريح الدكتوراه والمجلات العلمية للجامعات ومراكز البحث العلمي.

ج- المصدر المجتمعي، ويشمل البيئة المجتمعية التي يعيش فيها الباحث، والملاحظة الميدانية للتطبيقات والممارسات التي يمكن أن تعكس أنماط الممارسة المهنية واتجاهاتها وتقويمها.

د- المصدر الرسمي، ويتمثل في تنفيذ توصيات ومقترحات الأكاديميين

والممارسين في المجالات الإدارية والتخطيط بضرورة بحث موضوعات محددة لخدمة المجتمع .

خطوات تحديد المشكلات العلمية في مجال بحوث الاتصال

لابد للباحث أن يراعي عند تحديد المشكلة البحثية هو قابلية المشكلة للبحث من حيث مرونة الإطار الاجتماعي والسياسي والبيئي وما يتصل بالوسائل والأدوات والإمكانات المتاحة للباحث، ولا بد للباحث أن ينظر إلى أثر الخطوات الآتية⁽⁴⁰⁾ :

- المرحلة الأولى: مرحلة الإحساس المبدئي بالمشكلة وتحديد مجالها:

- 1- يفشل في الوصول إلى نتائج .
- 2- يلاحظ أشياء لا يستطيع تفسيرها .
- 3- نقص في المعلومات المتاحة .
- 4- حقائق لا تتفق مع نظريات سابقة .

بعد المرحلة الأولى يدرك الباحث العلمي بعض المشكلات البحثية التي تستحق البحث والدراسة، ولا بد أن يدرك الخطوات التالية في المرحلة الثانية⁽⁴¹⁾ :

- المرحلة الثانية: الإحساس بالمشكلة العلمية وتحديد مجالها:

وفي المرحلة الثانية يلاحظ الباحث بعض المشكلات في إطارها العام، وهي الخطوة الأولى في الاقتراب من المشكلة العلمية والتعرف على عناصرها والعلاقات التي تربط بين تلك العناصر وتتفق مع أهداف البحث العلمي، وتتميز هذه الخطوة بما يأتي:

- أ- اقتراباً من الفكرة في إطارها العام .
- ب- إن أحساس الباحث يدفع به إلى تطوير البحث والتقصي في المشكلة بشكل أعمق، وهي بداية المشوار في تحديد المشكلة، وتهيئ الباحث لإعادة النظر في المشكلة وبناء العلاقات بين عناصرها .
- ج- في الخطوة الثانية، ليس هناك ما يؤكد صلاحية المشكلة للبحث والدراسة

مالم تتوافر لها مقومات الصلاحية للبحث، وعليه أن ينتقل إلى الخطوة التالية في المرحلة الثالثة.

- المرحلة الثالثة: تحليل المشكلة العلمية:

بعد أن يشعر الباحث بوجود مشكلة تستحق الدراسة وتبلور لديه المشكلة في إطارها العام ويدخل في التحديد الدقيق للمشكلة ومعالمها، وتحليل الإطار العام للمشكلة، يقوم الباحث بالإجراءات الآتية:

- أ - عزل عناصر المشكلة والنظر إلى أي عنصر فيها في إطار جزئي.
- ب - تجميع الحقائق المتصلة بوصف عناصر المشكلة، والكشف عن العلاقات بين العناصر وبعضها للقبول بالعلاقات الصحيحة والابتعاد عن العلاقات الزائفة.
- ج - اقتراح تفسيرات محددة بوجود المشكلة وأسبابها وإيجاد الصياغات المبدئية للعلاقة بين الحقائق وبعضها أو بين المتغيرات وبعضها.
- د - التعمق في التفسيرات المقترحة وتفسيرات أخرى بديلة وربطها بالتعميمات السابقة والنظريات العلمية.

- المرحلة الرابعة: تقويم المشكلة العلمية:

يقوم الباحث في الخطوات الثالثة بإجراءات علمية قريبة من الإجراءات المنهجية للدراسة الاستطلاعية الاستكشافية، إذ لا تقف جهوده عند مرحلة تحديد المشكلة وتحليلها لأنه مطالب في المرحلة الرابعة بتقويم صلاحية المشكلة للدراسة، ولذلك لا بد من الحكم على المشكلة من خلال عدد من المعايير أو الاعتبارات، مثل علاقة المشكلة بالمجتمع وبالباحث والإمكانات المتاحة ومدى تحقيقها لأهداف البحث، وهذا يحتم على الباحث أن يطرح العديد من التساؤلات، منها:

- أ - ما حدود المشكلة؟ وهل تمثل نتائجه قيمة علمية؟ مثل الحدود الجغرافية أو الزمانية لأنها لا تصلح للتعميم إذا كانت ضيقة النطاق أو تكون المشكلة واسعة الأبعاد لا تسمح جهود الباحث بإنجازها.
- ب - ما جدية وحداثة المشكلة العلمية في علاقتها بالتراث العلمي؟ فالمشكلة يجب أن تكون جديدة بالنسبة لما سبقها من بحوث علمية، حتى يمكن أن تضيف جديد للمعرفة العلمية.

- ج- مامدى أهمية دراسة المشكلة العلمية للمجتمع والبيئة العلمية؟ ويمتد مفهوم المجتمع ليشمل المجتمع الكلي، فضلاً عن المجتمع العلمي ومجتمع الممارسة المهنية إذا كانت المشكلة تجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي .
- د- هل تتعارض المشكلة التي يتم بحثها وأساليب تنفيذها مع المعايير الاجتماعية؟
- هـ- مامدة قابلية المشكلة العلمية للدراسة والتحقيق العلمي؟، لاسيما في المنهج التجريبي وفي البحوث التي يصعب إجراء المقابلات لجمع المعلومات بسبب التقاليد المجتمعية .
- و- مامدى ملائمة المشكلة موضوع البحث مع اتجاهات الباحث وأفكاره؟
- ز- هل تكفي المدة الزمنية المتاحة لإجراء البحث في الوصول إلى النتائج المطلوبة؟

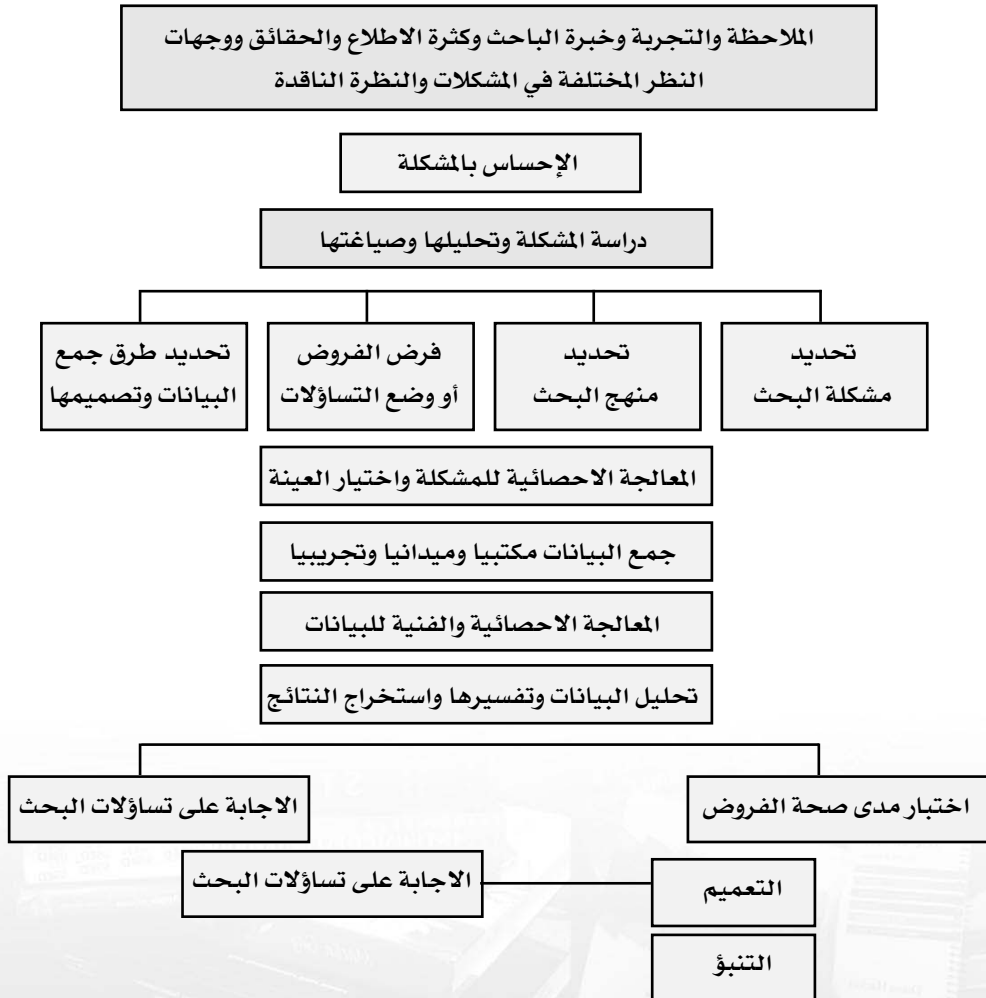
■ أهداف البحث في الدراسات الإعلامية

- تسعى البحوث الإعلامية لتحقيق العديد من الأهداف العلمية، منها:
- 1- توفير معلومات عن العوامل والمتغيرات المؤثرة في الإعلام.
 - 2- التعرف على اتجاهات الجمهور وخصائصهم وأنماط استفادتهم من وسائل الإعلام، مثل بحوث (الرأي العام، خصائص الجمهور وأنماط المشاهدة).
 - 3- التعرف على خصائص الوسائل والقائمين بالاتصال وأساليب الممارسة.
 - 4- دراسة المواد الإعلامية وتحليلها، من حيث أنها (قبلية، أو بعدية).
 - 5- قياس الجهود الإعلامية وقياس الأثر، وتقييم الجهود الإعلامية غير المحلية الإقليمية والدولي.
 - 6 - تأصيل علمي لعلم الإعلام، بهدف الرقي بمستوى الأداء الإعلامي الملتمزم.
 - 7- أعداد الكفاءات الإعلامية المؤهلة علمياً وفكرياً، لتطوير النشاط الإعلامي والمساهمة في دفع عجلة التنمية.
 - 8- توفير البني الإعلامية التي تخدم أسس البناء المنهجي للدراسات الإعلامية ومقاصدها ومصالحها الاستراتيجية.
 - 9- توفير البيانات والمعلومات الأساسية للباحثين كقاعدة معرفية للقيام بتنفيذ البحوث الإعلامية.

أهمية البحث في الدراسات الإعلامية

تؤدي الدراسات البحثية في بحوث الإعلام دوراً أساسياً، في:
تصميم البحوث الإعلامية: وتمثل عملية تصميم البحوث الخطوة التالية لتحديد مشكلة البحث تحديداً دقيقاً واضحاً يجعل من السهل التعرف على نوع المعلومات المطلوبة. ويقصد بتصميم البحث، وضع وتحديد الإطار الذي يسمح بتجميع البيانات وتبويبها وتحليلها بالأسلوب الذي يؤدي إلى تحقيق أهداف البحث في أقل قدر ممكن من الخطوات. ويوضح الشكل التالي تسلسل خطوات البحث العلمي⁽⁴²⁾:

تسلسل خطوات البحث العلمي:



المبحث الثاني

خطوات البحث العلمي في الدراسات الإعلامية

- خطوات تنفيذ البحث الإعلامي
- كتابة تقرير البحث
- إعادة تطبيق البحث



المبحث الثاني

خطوات البحث العلمي في الدراسات الإعلامية

خطوات تنفيذ البحث الإعلامي

تعرف خطوات البحث العلمي في الدراسات، بأنها مجموعة من المراحل التي تتميز بالتسلسل والتتابع من ناحية وبالترابط والتداخل من ناحية أخرى، إذ تقرر الخطوة الأولى في مشروع البحث طبيعة الخطوة الأخيرة، وعلى الباحث أن يتبع الخطوات الآتية:

1- اختيار موضوع البحث: وهي من أهم خطوات البحث العلمي وأصعبها نظراً لأهميتها التي سوف تنعكس بالضرورة على مدى تحقيقها لأهداف البحث وأهميته وعلى مقدار الصعوبات التي ستواجهه الباحث في إعداداته لموضوع البحث، وهي الخطوة المنطقية لإنتاج بحث علمي أصيل وذلك بتوفر الإحساس بمشكلة جديرة بالدراسة، وهي نتاج قراءات الباحث وملاحظاته الدقيقة⁽⁴³⁾، وتتم عملية اختيار الموضوع بإحدى الطريقتين، وهما⁽⁴⁴⁾:

أ- اختيار الموضوع من جهة الباحث، وهو الأسلوب الأسلم والأمثل، لأن الباحث هو من ينفذ مهام بحثه وفق رغباته وقدراته وإمكانياته، وهو من فكر به ابتداء من المرحلة التحضيرية.

ب- اختيار الموضوع من جهة الباحث والأستاذ المشرف، ويلجأ الطالب الذي لم تبلور لديه أفكار أو مشكلات تستحق الدراسة والبحث والتقصي، وهذا الأسلوب قد يكون مهماً بسبب مايتوافر لدى المشرف من موضوعات علمية مهمة تصلح للدراسة والبحث.

2- إعداد خطة البحث، تتضمن الأبواب والفصول والمباحث والعناوين: وهي

عملية رسم وإعداد الهيكل المبدئي للبحث، أي عملية الشروع قبل التنفيذ وتحديد الخطوات والإجراءات اللازمة للحصول على الموافقة النهائية على محتويات الخطة، إن وضع الخطة البحثية وتبويب وتقسيم الأفكار يكتسب أهمية بالغة إذ يعطي للبحث شكله الخارجي، ويوضح العناوين التي تبرر مضمونها من الأفكار التي تتضمنها، وخطة البحث هي صورة عن مشروع الدراسة وتقرير يشمل على وصف لجميع الإجراءات التي تتطلبها الدراسة والخطوات التي ينبغي على الباحث إتباعها مرحلة بعد أخرى⁽⁴⁵⁾.

وهدف الباحث من إعداد خطة البحث تحقيق إجراءات القيام بالدراسة ومتطلباتها ومراحل تنفيذها، كما يشكل إطاراً لتقويم الدراسة بعد انتهائها، ويقسم الباحث بحثه إلى أبواب ثم إلى فصول، ومن ثم إلى مباحث ثم فصول أو مطالب، ولا بد من ذكر عناوين أو تعاريف للأبواب والفصول، وتحديد عدد الأبواب والفصول⁽⁴⁶⁾.

3- إعداد الإطار المنهجي للبحث: بعد انتهاء الباحث من إعداد خطته وموافقة المرشد العلمي (المشرف) عليها، يقوم الباحث بصياغة منهجية البحث في صورتها النهائية، مراعيًا إدخال التعديلات التي فرضتها إجراءات البحث في المشكلة، ويقوم باختبار وبناء أجزاء الخطة مبتدئاً بالعنوان، ومن ثم يتبع خطوات متسلسلة ومنسقة، وكما يأتي⁽⁴⁷⁾:

- صياغة العنوان: يشترط في عنوان البحث ألا يكون قصيراً مخلاً ولا طويلاً مملاً، وأن يتم اختيار القضية بعناية وأن تكون القضية علمية بسيطة وسليمة وسهلة وليست مجازية أو خيالية وألا تحتوي أو تحمل المصطلحات أكثر من معنى.
- تحليل مشكلة البحث: وهي عملية ذهنية يقوم بها الباحث، بهدف التعرف على العوامل أو المتغيرات التي تتكون منها مشكلة البحث، وتمثل هذه الخطوة الجهد التحليلي الذي يبذله الباحث تجاه حل المشكلة التي يتصدى لدراستها من حيث جمع المعلومات والبيانات والوقائع التي يحتمل أن تكون ذات صلة بالمشكلة ووضع التفسيرات المحتملة لتحديد أسباب المشكلة من مجالاتها المختلفة، وتؤدي هذه الخطوة إلى اكتشاف العلاقات بين

الحقائق وبعضها وبين التفسيرات وبعضها وبين الحقائق والتفسيرات المحتملة، كما يمكن للباحث أن يتعمق في دراسة بعض عناصر المشكلة من خلال طرح بعض الأسئلة التحليلية. ومن ثم يقوم بفحص الافتراضات الكامنة وراء الحقائق والتفسيرات التي يحتمل أن تكون مكونة للمشكلة، ولا بد أن يقوم الباحث بعملية البحث عن الحقائق لتوضيح المشكلة وتحديد أي العناصر والمتغيرات المرتبطة بها تلافياً لأية عيوب قد تكون في الاستنتاجات المتصلة بطبيعة المشكلة⁽⁴⁸⁾.

- تحديد منهج البحث: بعد نضوج الفكرة في ذهن الباحث يستطيع أن يقرر أي المناهج البحثية هو المناسب لدراسته (تاريخي، تجريبي، وصفي مسحي، دراسة حالة).
- تحديد فروض البحث أو تساؤلاته أو الاثنين معاً. والافتراضات العلمية التي تستند إليها الفروض والمتغيرات التي تبحث فيها.
- توضيح المفاهيم والمصطلحات الواردة في مشكلة البحث وفروضه، لأنه على الباحث أن يحدد التعريف الذي يقصده بهذا المصطلح، لأن المفهوم هو لغة التخاطب بين المشتغلين في مجال علمي محدد، وهو الوسيلة التي يستعين بها الإنسان للتعبير عن المعاني والأفكار التي يريد توصيلها إلى الناس، وفي حالة إهمال الباحث للتعريف بالمفاهيم من بداية الدراسة فإن هناك صعوبات في استيعاب النتائج النهائية للدراسة ستواجه الباحث لامحالة⁽⁴⁹⁾.
- تحديد الأساليب المنهجية المستخدمة في إجراء البحث وكيفية استخدامها وحدود هذا الاستخدام.
- تحديد وسائل وأدوات جمع البيانات الأولية للبحث، وتقديم وصف دقيق لها ولكيفية استخدامها.
- تحديد مجتمع البحث، وهل سيكون حصراً كلياً شاملاً أم نظام استخراج العينة المطلوبة بالأساليب العلمية المعتمدة ومعها تتحدد إجراءات الصدق والثبات مع المعاملات الإحصائية التي ستستخدم لمعالجة البيانات⁽⁵⁰⁾.
- توصيف طبيعة الدراسة وأسلوب إجرائها، تطبيقية، تحليلية، ميدانية، تجريبية أو شبه تجريبية.

- حدود البحث: للبحث ثلاثة حدود هي الموضوعي (مادي، بشري) والزمني والمكاني.
- استعراض محتويات البحث لتوضيح مسارات المحتوى واتجاهاته.
- النتائج والتوصيات والخاتمة وكتابة تقرير البحث، ويتضمن هذا الجزء الفقرات الآتية:

نتائج البحث، وفيها يقدم الباحث صورة متكاملة لما حققه البحث من أهداف ونتائج بأسلوب علمي ومناقشة موضوعية لما توصل إليه من نتائج ومدى اتساقها مع فروض البحث أو تساؤلاته وصحتها ودرجة موثوقيتها.

توصيات البحث، وفيها يربط الباحث بين ماتوصل إليه من نتائج وبين بعض مقترحاته لمواجهة الصعوبات التي واجهها في بحثه أو الحلول المقترحة لها على أن يكون واقعياً وموضوعياً في توصياته.

خاتمة البحث، وفيها يقدم الباحث رؤية جديدة لما يمكن لباحثين آخرين أن تكون لهم بمثابة أفاق بحثية جديدة.

كتابة تقرير البحث

يتوقف أسلوب كتابة تقرير البحث على الهدف من البحث، فالبحث الذي ينشر في إحدى المجلات أو الدوريات العلمية يتبع الأسلوب الذي تحدده المجلة للنشر بها، من حيث أسلوب الكتابة وإثبات المصادر والمراجع، والأبحاث التي تعد لأغراض تسويقيه تعرض نتائجها بأسلوب آخر أكثر بساطة، مستبعداً التفاصيل الدقيقة في سحب العينة والمنهج ومراجعة التراث العلمي، وبصفة عامة لا بد أن تتناسب طبيعة عرض النتائج مع أهداف البحث والجمهور المستهدف من البحث.

إعادة تطبيق البحث

إن نتائج أي دراسة علمية هي مؤشر لما هو موجود في الواقع، وللتأكد من نتائج أي دراسة يتطلب الأمر إعادة تطبيق الدراسة، فكثير ما يقع الباحثون

في خطأ نشر نتائج دراستهم وكأنها قانون أو نظرية مؤكدة. ولتحقق من نتائج الدراسة ينبغي إعادة تطبيق الدراسة مع التنوع في التصميم البحثي لتجنب احتمالية ارتباط النتائج بتصميم بحثي محدد.

- تثبيت المصادر العلمية والمراجع: في هذه الخطوة يقوم الباحث بعرض المراجع التي استعان بها في إعداد البحث ويوزعها إلى مراجع عربية وأجنبية ويراعي الترتيب الأبجدي في عملية تثبيتها وتثبيت الاقتباسات بالأسلوب العلمي المعتمد، وتهدف عملية تثبيت المصادر العلمية التي استعان بها الباحث، إلى الآتي⁽⁵¹⁾:

- أ - التأكد من عنصر الأمانة العلمية والثقة العلمية في البحث.
- ب- التدليل على أصالة البحث وجودته.
- ج- مساعدة القارئ والباحث في الوصول إلى المصادر الأساسية للمادة العلمية.

4

الفصل الرابع

الأساليب العلمية المستخدمة في بحوث الاتصال

المبحث الأول: البحوث الشاملة وبحوث العينات وأنواعها

المبحث الثاني: أدوات جمع المعلومات في البحوث الإعلامية



الأهداف التعليمية Learning Objectives

بعد قراءة هذا الفصل ينبغي أن تكون قادراً على فهم الآتي:

- أنواع العينات واستخداماتها وعيوبها ومميزاتها.
- أساليب وشروط سحب العينات.
- أدوات جمع المعلومات في البحوث الإعلامية.
- مميزات الاستبيان الإلكتروني وعيوبه وخطوات تصميمه.
- مميزات المقابلة الشخصية وعيوبها.



المبحث الأول

البحوث الشاملة وبحوث العينات وأنواعها

- مصادر المشكلات البحثية
- تعريف العينة
- مميزات بحوث العينات
- مجتمع الدراسة
- التحليل الإحصائي



المبحث الأول

البحوث الشاملة وبحوث العينات وأنواعها

مصادر المشكلات البحثية

أنواع العينات واستخداماتها في بحوث الإعلام والرأي العام:
يقسم البحث إلى الأقسام الآتية:
أداة البحث: هي الوسيلة التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات المطلوبة للبحث.

مجتمع البحث، أو مجتمع الدراسة: هو ذلك المجتمع الذي يسعى الباحث إلى إجراء الدراسة عليه، بمعنى أن أي فرد أو وحدة أو عنصر، يقع ضمن ذلك المجتمع يعد ضمناً من مكونات ذلك المجتمع.

ويتكون مجتمع البحث من وحدات، (أما أفراد من جمهوراً أو فئات محددة من مجتمع)، ويتعين على الباحث أن يحدد ما إذا كان يجمع بياناته من كافة وحدات المجتمع الذي حدده أم من عينه، ويجد الباحث نفسه أمام نوعين من البحوث فيما يتصل بنطاق الدراسة، هي البحوث الشاملة وبحوث العينات، وعلى النحو الآتي⁽⁵²⁾:

1- البحوث الشاملة: إن البحوث الشاملة هي البحوث التي تجرى على كافة وحدات المجتمع، كما يحدث في التعدادات العامة للمساكن والسكان، إلا أن تنفيذ هذا الأسلوب يحتاج إلى تكاليف مادية باهظة، ووقت طويل ووجود إمكانيات فنية وتقنية هائلة، لا يمكن أن تتوفر بعضها أو معظمها للباحثين، لذا فإن مثل هذا الجهد تقوم به جهات حكومية بإمكانيات ضخمة، ويتم تنفيذه ما

بين خمسة إلى عشرة أعوام. ومن مزايا إتباع أسلوب الحصر الشامل، تجنب أخطاء التعميم التي تنتج عن استخدام بيانات مأخوذة من قطاع محدد من المجتمع (العينة) في الحكم على المجتمع ككل.

2- بحوث العينات: إن بحوث العينات، هي البحوث التي تتناول بالدراسة بعضاً يمثل الكل، يختار بأسلوب علمي، وفكرة العينات ليست حديثة بل معروفة منذ زمن طويل، ويستخدمها الإنسان العادي في حياته اليومية عدة مرات في مختلف شؤونه من دون أن يتنبه إلى أنها أساليب علمية تؤدي إلى استنتاجات سليمة إذا بنيت على أساس علمي، فعندما يريد شخص ما شراء قمح فهو يأخذ (كمية محدودة) لاختبارها، وعندما يريد شراء قماش فإنه يأخذ قطعة صغيرة منه، والأمثلة على ذلك عديدة.

وإذا كانت هذه العينة ممثلة للمجتمع التي تؤخذ منه، فإنها تؤدي إلى توفير جهد للباحث والمبشرين، ويمكن أن نتائجها قريبة من النتائج التي يحصل عليها من البحث الشامل. ويعد اختيار الباحث للعينة من الخطوات والمراحل الهامة للبحث، والباحث يفكر في عينة البحث منذ إن يبدأ في تحديد مشكلة البحث.

تعريف العينة

العينة، هي وحدة صغيرة من مجتمع البحث الأصلي يمكن لها أن تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً صحيحاً (Symbol)، والعينة هي أداة من الأدوات التي يستخدمها الباحث عند قيامه بإجراء دراسة ميدانية على مجتمع واسع وذلك لتوفير الوقت والجهد والمال، على أساس أن العينة ممثلة، وسوف توصله إلى النتائج نفسها في حال قام بدراسة المجتمع بأكمله. ويفكر الباحث في العديد من القضايا منها نوع العينة، هل هي عينة واسعة ومثلية أم عينة محددة؟، وهل سيطبق دراسته على كافة الأفراد أم يختار قسماً منهم فقط؟، كما أن الهدف من اختيار العينة هو الحصول على المعلومات منها عن المجتمع الأصلي للبحث، ومن الضروري أن تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي وذات حجم كاف وأن يتجنب الباحث المصادر الممكنة للخطأ في اختيارها والتحيز في

ذلكمن خلال دراسة العينة يتم التوصل إلى نتائج ومن ثم تعميمها على مجتمع الدراسة، لأنه قد يتعذر عليالباحث دراسة كافة عناصر المجتمع وذلك لعدة أسباب، منها:

1- قد يكون المجتمع واسعاً، لدرجة يصعب دراسة الظاهرة على كافة أفراد هذا المجتمع.

2- قد يكون مكلفاً دراسة كافة أفراد المجتمع وتحتاج إلى وقت وجهد.

3- قد يكون من الصعب الوصول إلى كافة عناصرالمجتمع.

يحتاج الباحث أحياناً إلى اتخاذ قرار سريع بخصوص ظاهرة محددة مما يتعذر معه دراسة كافة عناصر المجتمع. ويقصد باختيار العينة تحديد عدد من الأفراد لدراسة محددة، بأسلوب يجعل منهم ممثلين لمجموعة أكبر اختيروا منها وهؤلاء الأفراد هم (العينة)، والمجموعة الأكبر هي (مجتمع الدراسة).

مميزات بحوث العينات

تتميز بحوث العينات بالخصائص أو السمات الآتية:

- 1- اختصار الوقت والجهد اللازمين لإتمام البحث.
- 2- الاقتصاد في التكاليف.
- 3- الحصول على الإجابات بسهولة من خلال المقابلات أو استمارات الاستبيان المتصلة بالبحث.
- 4- يمكن الحصول على بيانات أكثر ومعلومات أوفر وتوضيح ما يصعب من أمور في حالة إعادة الاستمارة.
- 5- تساعد في الحصول على البيانات المطلوبة بسرعة، لاسيما الاستطلاعات الفورية لقياس الرأي العام حول قضية محددة، وذلك من خلال المقابلات المباشرة أو باستخدام الاتصال من خلال جهاز الهاتف.
- 6- طبيعة القضية المبحوثة قد تستوجب اللجوء إلى أسلوب العينات مثل فحص الدم.

وفي المجمل تعدّ بحوث العينات أكثر اقتصاداً في النفقات وأقلّ جهداً في تفريغ البيانات وجدولتها بسهولة.

مجتمع الدراسة

يتكون المجتمع من وحدات (أما من أفراد أو فئات من الجمهور)، ويتعين على الباحث أن يحدد ما إذا كان يجمع بياناته من كافة وحدات المجتمع الذي حدده أم من عينة مختارة بأسلوب علمي، ووفق أسلوب خاص يسمى (اختيار العينات). وتنقسم العينات من حيث الأسلوب العلمي في الاستخراج إلى نوعين، هما⁽⁵³⁾:

أولاً: العينات غير الاحتمالية:

تؤخذ بأسلوب تنقصه العلمية والمنهجية، ونتائجها غير دقيقة. وهي العينات التي تؤخذ بأسلوب غير سليم، وتتخلص عيوبها في أنها لا تمثل المجتمع المأخوذ منه تمثيلاً صحيحاً أو علمياً، لذلك فإن نتائجها لا تصلح للتعميم على المجتمع ككل. والعينات غير الاحتمالية، تشمل الآتي:

- 1- العينات العارضة، وهي العينات التي يختارها الباحث مما يعترضه أو يصادفه في الطريق أو ما يسمى برأي الشارع من دون التقييد بمحددات علمية.
- 2- العينات العمدية، أي أنها ذات (قصدية) من الباحث إذ يتقصد أو يعتمد الباحث أن يختار منطقة ما يعتقد هو أنها تمثل مجتمع البحث تمثيلاً صحيحاً كما في بحوث المستمعين أو المشاهدين، ولكن الباحث المتمرس لديه حس بحثي يجعله يتنبأ بنجاح احتمالية عينته وقربها من المجتمع الأصلي، ولكن في المجمل هي عينة غير علمية.

- 3- العينة الحصصية، تستخدم العينة الحصصية في البحوث الإعلامية وفي استطلاعات الرأي العام لما تتميز به من سرعة، حيث يقسم الباحث المجتمع المراد بحثه إلى طبقات أو فئات حسب خصائص محددة، مثل النوع ذكور، إناث أو المستوى التعليمي، المستوى الاجتماعي، وغيرها من الحالات الأخرى، وقد تتشابه مع العينة الطبقية، ويمكن أن يندفع الباحث

إلى الانحياز، لأنه من يحدد اختيار الحالات المبحوثة، مثلاً يمكن أن يختار الباحث الأعمار التي تقع ما بين (20-30)، وقد يركز على الفئات العمرية ما بين (27، 28، 29)، من دون الأعمار الأخرى التي تقع ضمن هذه الحصص.

4- العينات المتوافرة (المتاحة)، وهي العينة التي تتكون من أفراد يسهل الوصول إليهم، مثل طلاب جامعة أو موظفي مؤسسة إعلامية، لأنها لا تمثل السكان تمثيلاً صحيحاً في قضايا استطلاعات الرأي العام مثلاً.

5- عينة المتطوعين: تعدّ عينة المتطوعين، عينة غير احتمالية، لأن الأفراد لا يتم اختيارهم بالأسلوب العلمي الإحصائي (عشوائياً)، وهناك تخوف من استخدام هذا النوع من العينات لأن المبحوثين يكون لهم وعي خاص وإدراك بما يفعلون، لذلك فإن النتائج لا يمكن تعميمها.

ثانياً: العينات الاحتمالية: تؤخذ العينات الاحتمالية بأسلوب علمي ونتائجها دقيقة:

والعينات الاحتمالية، هي العينات التي يتم اختيار كافة مفرداتها من بين وحدات المعاينة التي يتكون منها المجتمع بأسلوب احتمالي يوفر لكل وحدة من وحدات المعاينة فرصة متساوية مع باقي الوحدات، وهي ضرورية للحصول على نتائج دقيقة يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة. وفي البحوث الرصينة فإن الحديث يجري دوماً عن العينات الاحتمالية المدروسة إحصائياً، وذلك لتقدير خطأ المعاينة وتحديد حجم الخطأ والاستنتاج الإحصائي، بهدف تعميم النتائج على المجتمع ككل.

أنواع العينات الاحتمالية:

- 1- العينة العشوائية البسيطة.
- 2- العينة العشوائية المنتظمة.
- 3- العينة الطبقية العشوائية.
- 4- العينة الثابتة أو الدائمة.

أولاً: العينة العشوائية البسيطة:

وهي العينة التي تتيح للمبحوثين الفرصة نفسها في الاختبار أو الظهور للفرد وللمجموعة. ومن أساليب العينة العشوائية البسيطة الآتي:

أ- الاقتراع المباشر، وهو أسلوب معروف، مثلاً في مجتمع مكون من (1000) شخص ويجري سحب عينة لـ (100) شخص فإنه يعطي لـ (1000) شخص ورقة تحمل رقماً، وهي نفس الشكل، ذات اللون، ذات الحجم من دون تمييز وتخلط ثم تسحب (100) ورقة، تعاد كل (مرة) الورقة المسحوبة بعد أن يسجل الرقم ويستبعد التكرار.

ب- الجداول العشوائية، وهي أساليب إحصائية يتخلص أسلوبها في ترقيم أفراد المجتمع المبحوث بشكل متسلسل، ويختار منهم أصحاب الأرقام التي تستخرج من الجداول بأية أسلوب منتظم، بالحجم المطلوب للعينة. مثلاً من (300) طالب، يتم اختيار (30) طالباً، لذلك تخصص جداول لـ (10) طلاب، في كل جدول (30) طالباً، ثم يختار في كل جدول (3) طلاب، فلو تم اختيار (قرعة) الطالب رقم 5، و2، و16، فإن الجدول الثاني يخصص نفس الأرقام، وهكذا لبقية الجداول العشرة، وبذلك يحصل الباحث على عينة (30) طالباً.

ج- الحاسوب الآلي، وهو أسلوب إحصائي يستخدم فيها جهاز الحاسوب، لتحصيل العينة المطلوبة، لاسيما إذا كان مجتمع البحث واسع، مترامي الأطراف.

عيوب العينة العشوائية البسيطة:

على الرغم من أن العينة العشوائية البسيطة، مختارة بأسلوب علمي (اقتراع)، لكنها في بعض الحالات تشوبها بعض الأخطاء، ومنها:

أ- إذا كان المجتمع المبحوث غير متجانس من حيث النوع مثلاً في قياس نسبة المشاهدة للبرامج في التلفزيون، وكان لدى مجتمع مكون من (1000)

شخص (750) ذكور، (250) إناث فإن العينة المراد بحثها مثلاً (100) شخص ستكون فرصة ظهور الذكور في العينة أعلى من فرصة الإناث.

ب- إذا كان المجتمع المبحوث يصعب الوصول إليه، كما في المناطق الصحراوية، يقوم الباحث بالتركيز على المجتمع المتاح ويترك المجتمع الصعب الوصول إليه من دون أن يشركهم في العينة.

ثانياً: العينة العشوائية المنتظمة:

يرى علماء ومنظرو علم الإحصاء أن لهم الفضل في تطوير نظريات العينات، وفي هذا النوع من العينات يتم تقسيم مجتمع البحث إلى مجموعات متساوية في العدد أو الفئات مع مراعاة اختيار العينة عشوائياً والاختيار يجري بأسلوب منظم. مثلاً، دراسة مجتمع البحث لطلاب مدرسة دبي الوطنية، مجتمع الطلبة المراد بحثهم مكون من (1000) طالب، حجم العينة المطلوبة (100) طالباً ($1000 \div 10 = 100$)، أي طالب واحد لكل (10) طلاب، في هذه الحالة يقوم الباحث باختيار رقم من الأرقام العشرة الأولى بأسلوب عشوائي، ثم يضيف إليه (10) لتحديد الرقم الثاني، وهكذا، فإذا أختار الباحث مفردات الوحدة الأولى عشوائياً مثلاً أحد أرقام الوحدة الأولى الرقم (9)، فإن مايقابله في الوحدة الثانية هو رقم (19) والثالثة (29)، والرابعة (39)، والخامسة (49) وهكذا.

عيوب العينة العشوائية المنتظمة:

- 1- لا تصلح في الاختيار إذا كان أفراد المجتمع المبحوث مرتبين في قوائم وفق نظام خاص يزيد من فرص ظهور أفراد بذاتهم، مثل أن يكون الطلبة في المثال السابق مرتبين في قوائم بحسب درجات تفوقهم الدراسي.
- 2- يؤخذ على العينة العشوائية المنتظمة دخول عنصر التحيز عليها، مما يعدها من أن تكون عينة عشوائية حقيقية.

- أوجه الاختلاف بين العينة العشوائية البسيطة والعينة العشوائية المنتظمة:

الجدول التالي يوضح أوجه الاختلاف بين العينة العشوائية البسيطة والعينة العشوائية المنتظمة:

مقارنة بين العينة العشوائية البسيطة والعينة العشوائية المنتظمة

ت	العينة العشوائية البسيطة	العينة العشوائية المنتظمة
1	يتم اختيار كافة مفردات العينة البسيطة عشوائياً	يتم اختيار المفردة الأولى فقط عشوائياً، ومنها تختار المفردات الأخرى وفق نظام الوحدات، 3، 13، 23، 33، 43، وهكذا.
2	قد يختار الباحث عشوائياً أرقاماً، مثل 8، 9، 10.	يتم اختيار المفردة الأولى فقط عشوائياً، ومنها تختار المفردات الأخرى وفق نظام الوحدات، 3، 13، 23، 33، 43، وهكذا.

ثالثاً: العينة الطبقية العشوائية:

هناك العديد من الشروط التي لابد من توافرها لاستخدام العينة الطبقية العشوائية، منها:

- 1- إمكانية تقسيم الإطار الكلي للمجتمع إلى إطارات فرعية، كل إطار يمثل مجموعة (طبقة) مختلفة عن الأخرى من حيث الظاهرة التي يراد دراستها.
- 2- معرفة حجم كل مجموعة (أو طبقة) معرفة دقيقة، إذ أن حجمها يدخل في تقدير حجم العينة التي تسحب من كل طبقة، كما أن التقديرات التي ستسحب في كل مجموعة أو طبقة سترجح بنسبة تلك الطبقة إلى حجم المجتمع للوصول إلى تقدير شامل للظاهرة في المجتمع ككل، مثلاً يراعى نسبة السكان في كل منطقة عند دراسة استطلاع للرأي العام، أو نسبة الذكور من نسبة الإناث.

مميزات العينة الطبقية العشوائية:

- 1- تمتاز العينة الطبقية العشوائية، بدقة تمثيلها للمجتمع الأصلي، بحيث يضمن الباحث ظهور وحدات من أي جزء من المجتمع المراد دراسته.
- 2- تساعد العينة الطبقية العشوائية على تقليل التباين الكلي للعينة، وذلك بتقسيم وحدات العينة بأسلوب يجعل التباين داخل الطبقة بأقل ما يمكن.

3- يمكن الحصول على درجة عالية من الدقة في النتائج باختيار طبقية أصغر حجماً من العينة العشوائية البسيطة، مما يعني وفراً في الوقت وتقليل التكاليف، مع الأخذ في الاعتبار أن دقة البيانات التي نحصل عليها في أية عينة يتوقف على حجمها وتجانس المجتمع.

مستويات اختيار العينات الطبقية العشوائية:

توجد ثلاث مستويات لاختيار العينات الطبقية العشوائية، وعلى النحو الآتي:

1- التوزيع المتساوي: وهو أدنى مستويات الدقة في الاختيار وفيها تقسم مفردات العينة الكلية على طبقات المجتمع بالتساوي، حتى لو اختلف عدد أفراد كل طبقة عن عدد الطبقة الأخرى في هذا المجتمع. مثلاً، يراد سحب عينة مكونة من (500) فرد فنقوم بالتوزيع (50%) للذكور و(50%) للإناث، على الرغم من اختلاف النسبة بين الذكور والإناث.

2- التوزيع المتناسب: ويمكن أن يتم توضيح النموذج استخدام أسلوب التوزيع المتناسب، مثلاً من (1000) حالة موزع على النحو الآتي:

نموذج استخدام أسلوب التوزيع المتناسب

50	حجم العينة	500	الطبقة الأولى
30	حجم العينة	300	الطبقة الثانية
20	حجم العينة	200	الطبقة الثالثة

3- التوزيع الأمثل: يوجد اعتبارات يكون أساس الاختيار في أسلوب التوزيع الأمثل هما، حجم الطبقة في المجتمع كما في المستوى السابق، ومستوى التجانس، حيث ينبغي أن تزيد في عدد أفراد الطبقة التي توجد اختلافات كبيرة في مفرداتها، وفي مثل هذه الحالة يتم الاعتماد على الانحراف المعياري كمقياس لعدم التجانس، وكما يأتي:

حجم الطبقة في المجتمع والانحراف المعياري كمقياس

الطبقة الأولى	حجمها 500	حالة وانحرافها المعياري 1
الطبقة الثانية	حجمها 300	حالة وانحرافها المعياري 2
الطبقة الثالثة	حجمها 200	حالة وانحرافها المعياري 3

عدد الطبقة الأولى:

$$30 = 100 \times ((500 \times 1) + (300 \times 2)) / (500 \times 1) =$$

عدد الطبقة الثانية:

$$35 = 100 \times ((500 \times 1) + (300 \times 2)) / (500 \times 1) =$$

عدد الطبقة الثالثة:

$$35 = 100 \times ((500 \times 1) + (200 \times 2)) / (200 \times 1) =$$

رابعاً: العينة الثابتة (الدائمة):

تبدأ العينة الثابتة (الدائمة) بالاختيار العشوائي، ويتم ذلك من خلال جمع بياناتها على فترات منتظمة من خلال البريد أو المقابلات الشخصية التي تتم لأفراد العينة. ويتم الاستفادة من هذه العينة في دراسة التباين والتغير في الاتجاهات أو في السلوك، وفي إيجاد التأثير الناتج عن بعض المؤثرات المتغيرة، وهناك مميزات وعيوب تؤثر في هذه العينات.

من أهم المزايا التي تتميز به العينة الثابتة:

- السرعة في إجراء البحوث، وذلك لأنها عينة جاهزة وتم معرفة مفرداتها سابقاً من جهة الباحثين، من دون إضاعة لوقت الباحث وتطبيقه للاستطلاعات والدراسات في أقل مدة زمنية.
- الحد من التكاليف، وذلك من خلال العينة التي يتم سحبها في كل مرة يتم إجراء بحث فيها.
- تحقيق نسبة عالية من الثقة، وذلك من خلال الباحثين وأفراد العينة، وبحيث تنشأ علاقة حسنة بين الباحث والمبحوث.
- معرفة درجة التغير أو التأثير.

- تفيد في تحديد الترتيب الزمني للمتغيرات.
- عيوب العينات الثابتة:
- يتحول أفراد العينة مع الوقت إلى نقاد أكثر مما كانوا عليه وهم مواطنون عاديون.
- قد يتمسكوا بالأفراد بالآراء التي سبقوا أدلوا بها.
- خامساً: العينة متعددة المراحل:
- يصعب اختيار عينة عشوائية بسيطة أو عينة منتظمة أو أخرى طبقية لدراسة خصائص وتوزيع ظاهرة ما في مجتمع واسع لعدة أسباب منها:
- 1- عدم توافر حصر لجميع المفردات واجبة الدراسة.
- 2- ارتفاع التكاليف لمعاينة أفراد متفرقين متباعدين.
- 3- صعوبة الإدارة والإشراف على بحث يضم مفردات متفرقة.
- أسلوب سحب العينة متعددة المراحل:
- يتم في كل مرحلة إجراءات اختيار العينات، فالباحث يختار جامعة من ضمن الجامعات داخل دولة الإمارات، ثم يختار كلية من ضمن الكليات الموجودة في هذه الجامعة، ثم يختار مستوى دراسي داخل الكلية، ثم يختار قسم داخل المستوي الدراسي، وهكذا تتم عملية سحب العينة.
- وبعد الانتهاء من الحديث عن العينات الثابتة أو الدائمة والعينات متعددة المراحل نتحدث عن بعض المصطلحات العلمية التي لها علاقة بالعينات في بحوث الرأي العام والإعلام، ومن هذه المصطلحات:
- 1- المجتمع، والمجتمع عبارة عن مجموعة الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها، وقد يكون بشراً، مثل دراسة مجتمع مشاهدي برامج التلفزيون، وقد يكون مجتمع البحث مادياً، مثل أعداد الصحف، وهكذا.
- 2- وحدات المعاينة : وحدات المعاينة، هي الوحدات التي يتم تقسيم المجتمع على أساسها، وذلك بهدف اختيار العينة، وعند القيام باختيار العينة تعدّ

أية وحدة من تلك الوحدات مفردة قابلة للتقسيم، يختلف حجم وحدة المعاينة من أسلوب معاينة إلى آخر، فيتم اختيار وحدات معاينة عالية العدد في المرحلة الأولى ثم يصغر حجمها تدريجياً عند المراحل التالية في العينات متعددة المراحل.

3- تحليل المحتوى: تحليل مضمون الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها مثل مضمون صحيفة، مضامين برامج التلفزيون، الأفلام أو الإعلانات.

4- الإطار، هو أي وسيلة (قائمة أو خريطة) أو وسيلة تحتوي على كافة وحدات المعاينة للمجتمع الذي يتم دراسته، وهناك إطارات لا ينبغي الأخذ بها، مثل سجلات أرقام الهواتف أو سجلات المرور، فهي ليست ممثلة لكافة أفراد المجتمع.

ويجب الإشارة إلى أن الأمور التالية لا تصلح بأن تكون عينة للبحوث، وذلك لأن العديد من الأفراد يمتلكونها ولكنهم يقومون باستخدام بدائل عنها في استطلاعاتهم، كما أن البعض منهم لا تسمح بعض الأسباب منحهم الفرصة في توثيق آرائهم تجاه القضايا المثارة، مثل:

- الهاتف، أو استعمال الإذاعة أو التلفزيون أو المسرح بدلاً عنه.
- جداول القيد في الانتخابات، لعدم شموليتها لمن هم أعمارهم أقل من (18) عاماً.

- سجلات الحياة الزراعية، حيث أن سكان الريف لا يمتلكون أراضي تتيح لهم الانضمام لهذه السجلات. ويختلف الإطار من عينة إلى أخرى، ولا بد من دراسته لاختيار العينة المناسبة له، لأنه يمكن أن يؤثر على دقة التقديرات.

شروط الإطار الجيد لعينات استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام:

- الكفاية: ويقصد بالكفاية، أن تشمل كافة الفئات التي تخدم أهداف البحث.

- الكمال: وهو الحصول على كافة المفردات للحصول على الاكتفاء بالقوائم

- المنقوصة من الصحف والبرامج، وذلك للتقادم التاريخي لها قد يؤدي إلى التحيز غير المقصود في اختيار العينة.
- الدقة: وتعني الدقة في عرض المصادر وتصنيفها طبقاً للمعايير المختلفة، والتي توفر الوقت للباحث في اختيار العينة.
- أخطاء العينات في استطلاعات وبيحوث الإعلام والرأي العام:
- من أهم أسباب أخطاء المعاينة في بحوث الإعلام والرأي العام ما يأتي:
- أ - صغر حجم العينة.
- ب- عدم مراعاة احتمالات عدم الاستجابة.
- ج- عدم مراعاة تباين المجتمع وأسلوب الاختيار.
- أما أخطاء التحيز فتتمثل أسبابها في الآتي:
- أ- عدم صلاحية إطار المعاينة.
- ب- تحيز الباحث في اختيار الحالات التي يهتم بها.
- ج- فشل الباحث في الحصول على نسبة ملحوظة من الإجابات.
- د- عدم استخدام الباحث للأساليب الصحيحة في حساب التقديرات.
- العينة العشوائية: تعرف العينة العشوائية في اللغة بأنها، القيام بالعمل كيفما اتفق، أو العمل من دون أطر محددة أو منتظمة. أما في حالة التعامل مع ذلك المصطلح في مناهج البحث، فإنه مصطلح علمي يعكس عدم تحيز الباحث في اختيار عينته من جهة، ومن جهة أخرى عدم قدرة المفحوص التأثير على الباحث ليكون ضمن عينة البحث.
- ما الحجم المثلللعينة المقبول في الدراسات الإعلامية؟ يحد حجم العينة من الأمور الأكثر جدلاً بين الباحثين ففي العديد من الدراسات تتراوح نسبة العينة بين (1- 10٪)، ولا يستند تحديد هذه النسبة تماماً إلى منطق علمي، وأن كان هناك اتفاق على أن كبر حجم العينة يزيد في مصداقية البحث ويقلل من الخطأ.

التحليل الإحصائي

يحتل الإحصاء مكانة مهمة في البحوث الإعلامية والنفسية والاجتماعية، وإذا كان الإحصاء أداة مهمة في أيدي الباحثين في مختلف فروع المعرفة، فإن إلمامهم بأساليب التحليل الإحصائي المختلفة يعدّ أمراً في غاية الأهمية وفي ضوء التطور العلمي الحديث وظهور جهاز الحاسوب الآلي كأحد مجالات هذا التطور. لذلك صممت العديد من البرامج الإحصائية والتي تتميز بالدقة والسرعة، ومن أهم هذه البرامج (أس بي أس) (Spas)، الذي يتميز بسهولة التعامل معه.

أهم المؤشرات الإحصائية التي يحتاج إليها الباحث، هي:

- 1- المتوسط الحسابي.
- 2- الانحراف المعياري.
- 3- النسبة المئوية.
- 4- الاختبار التائي، اختبار (ت)، لمعرفة دلالة الفروق بين مجموعتين في الفرض الواحد.
- 5- اختبار تحليل التباين، لمعرفة دلالة الفروق بين أكثر من مجموعتين في الفرض الواحد.
- 6- عامل الارتباط لمعرفة مدى الارتباط بين المتغير المستقل في شخصية المستجيب ودرجة استجابته لأداة الدراسة.

المتغيرات وأنواعها:

المتغير: المتغير، هو مصطلح علمي يتضمن شيئاً يتغير ويأخذ قيماً مختلفة أو صفات متعددة. ومن أكثر التصنيفات شيوعاً التصنيفات الآتية:

المتغير المستقل: هو ذلك المتغير الذي يتم بحث أثره في متغير آخر، ويمكن للباحث التحكم فيه للكشف عن تباين هذا الأثر باختلاف قيم ذلك المتغير.

المتغير التابع: هو ذلك المتغير الذي يرغب الباحث في الكشف عن تأثير المتغير المستقل عليه.

معنى مستوى الدلالة (0، 05): يعنى مستوى الدلالة (0، 05)، أن تكون النتيجة التي حصل عليها الباحث، جاءت بالصدفة خمس مرات في كل (100) مرة، وهو احتمال صغير يجعل الباحث أكثر ثقة في تعميم النتائج التي توصل إليها من العينة التي اختارها من المجتمع مجال البحث، الذي سحبت منه تلك العينة.

ويعد مستوى الدلالة (0.05) و (0.01)، من أكثر مستويات الدلالة استخداماً في البحوث التربوية والنفسية والإعلامية، وتشير إلى وجود فروق حقيقية أو جوهرية، تساعد الباحث على قبول الفرض الصفري أو رفضه. وللكشف عن دلالة الفروق في الفرض نستخدم اختبار (ت)، كـ2، تحليل التباين.

المبحث الثاني

أدوات جمع المعلومات في البحوث الإعلامية

- أدوات جمع معلومات البحث
- مميزات الاستبيان
- عيوب الاستبيان
- خطوات تصميم الاستبيان
- مقياس الاستبيان
- الاستبيان الإلكتروني
- المقابلة الشخصية
- الملاحظة
- الاختبار



المبحث الثاني

أدوات جمع المعلومات في البحوث الإعلامية

أدوات جمع معلومات البحث

من أهم الأدوات التي تستخدم في الحصول على المعلومات وجمع البيانات خلال عملية البحث العلمي في البحوث الإعلامية، الاستبيان، المقابلة، الملاحظة والاختبارات، وسوف يتم توضيح هذه الأدوات بالتفصيل، وعلى النحو الآتي:

أولاً: الاستبيان أو (الاستقصاء):

يعرف الاستبيان بأنه، عبارة عن مجموعة من الخطوات المنتظمة التي تبدأ بتحديد البيانات المطلوبة وتنتهي باستقبال استمارات الاستقصاء من المبحوثين بعد ملئها بالإجابات المطلوبة. ويعرف، بأنه مجموعة من الأسئلة المكتوبة يقوم المستجيب بالإجابة عنها، وهناك نوعان من الأسئلة في عملية الاستبيان، أما أن تكون أسئلة مغلقة أو مفتوحة، ويعد الاستبيان من أكثر أساليب أو أدوات جمع البيانات شيوعاً في منهج المسح، بل هو الأساس في تنفيذ الدراسات المسحية الميدانية⁽⁵⁴⁾.

الضوابط والقواعد التي ينبغي مراعاتها عند صياغة الأسئلة في استمارة الاستبيان⁽⁵⁵⁾:

- 1- إن تكون الأسئلة سهلة لا تحتمل أكثر من معنى ويمكن فهمها بوضوح.
- 2- إن يبدأ الاستبيان بالأسئلة السهلة ثم الصعبة.
- 3- إن ينصب كل سؤال على مجال محدد.
- 4- تجنب الإكثار من عدد الأسئلة.

- 5- تجنب الأسئلة التي تتطلب إجابات مفتوحة.
- 6- تجنب الأسئلة المعقدة التي يصعب الإجابة عليها.
- 7- عند بدء العمل الميداني، لا يجوز للباحث إجراء أي تغيير في استمارة البحث تحقيقاً لوحدة القياس بين الباحثين المساعدين.

مميزات الاستبيان

- يتميز الاستبيان بالعديد من المميزات، منها:
- 1- يمكن جمع معلومات من عدد كبير من الأشخاص في أقل وقت وجهد.
 - 2- مناسب في البحوث التي تتطلب الحصول على بيانات سرية.
 - 3- يمكن جمع البيانات من المستفيدين بأسلوب فردي أو جماعي.
 - 4- لا يجعل الباحث عرضة لتحيز بعض جامعي البيانات.

عيوب الاستبيان

- 1- يحتاج إلى جهد وعناية في إعداده وصياغته.
- 2- يصعب تنفيذه، إذا كان المبحوثون غير مثقفين أو لا يجيدون القراءة والكتابة.
- 3- احتمال سوء فهم بعض الأسئلة.
- 4- احتمال فقدان بعض من نسخ الاستبيان، أو عدم الإجابة عنها أو عن بعض الأسئلة فيها من جهة بعض الأشخاص أو عدم إعادتها للباحث.
- 5- تعطي للمستجيب فرصة مناقشة الأسئلة مع غيره فيكون عرضة للتأثر بآرائه.
- 6- في حالة عدم إجبار المستجيب على ذكر اسمه أو الكشف عن شخصيته لا يمكن الرجوع إليه.
- 7- احتمال قيام أفراد آخرين غير الفرد المستهدف بالإجابة.
- 8- في بعض الأحيان يتطلب الاستبيان أسئلة متعددة، وهذا الأمر يجعل الأسئلة طويلة وتثير الملل لدى المستجيب.

خطوات تصميم الاستبيان

هناك العديد من الخطوات يجب اتباعها عند تصميم صحيفة الاستبيان، منها⁽⁵⁶⁾:

- 1- تحديد كمية ونوع البيانات المطلوبة من خلال المراجعة الدقيقة لمشكلة البحث وفروضه، وتحديد أهداف الاستبيان والنقاط التي سوف تتناولها.
- 2- تحديد الهيكل العام لصحيفة الاستبيان من خلال تقسيم المعلومات وتصنيفها وتبويبها وتحديد المجالات (المحاور) التي سيتناولها الاستبيان.
- 3- صياغة الأسئلة بحيث تدور حول الأهداف.
- 4- إعداد صحيفة الاستبيان في صورتها الأولية، وذلك بتحويل الوحدات إلى أسئلة متتابعة تشكل الصورة الأولية لصحيفة الاستبيان.
- 5- اختبار الصحيفة للتأكد من صلاحيتها منطقياً وتجريبياً، وذلك بعرض الاستبيان على ذوي الخبرة، فيما يسمى علمياً (بالتحكيم).
- 6- تحديد صدق الاستبيان وثباته بالأساليب الإحصائية المتعارف عليها.
- 7- إعداد صحيفة الاستبيان في صورتها النهائية من خلال تصميم غلافها بشكل جذاب وتصدير الصحيفة بمقدمة عن فكرة البحث وأهدافه والجهة القائمة به.

- بالنسبة للزمن اللازم لتعبئة الاستبيان، ليس هناك تحديد ولكن ينصح خبراء مناهج البحث بأن لا يتعدى الربع ساعة للاستبيان الذيعبي بشكل فردي والنصف ساعة للاستبيان الذيعبي بشكل جماعي.
- أما عدد الأسئلة في استمارة الاستبيان، فتختلف باختلاف موضوع الدراسة والعنوان، ويرى بعض الخبراء أن يكون ما بين (25 إلى 45) سؤالاً.
- أما بالنسبة لطول السؤال، فيجب أن يكون بأبسط صورة ممكنة، من دون أن يخل ذلك بفهم المستجيب له.

من أهم شروط الاستبيان الجيد احتوائه على ما يأتي:

- 1- العنوان واسم الباحث أو الجهة المشرفة على البحث أو الدراسة .
- 2- الغرض من تنفيذ (إجراء) الدراسة .
- 3- الرسالة التطبيقية، وتقدم للقارئ لشكره على تعاونه ومساعدته وتأمينه بسرية المعلومات .
- 4- المعلومات الشخصية عن المستجيب .
- 5- تعليمات الإجابة .
- 6- الأسئلة .

تقسيمات أسئلة الاستبيان: تعبر أسئلة الاستبيان عن أهداف البحث في الحصول على المعلومات من جهة المبحوثين، وهي أما أسئلة مغلقة أو أسئلة مفتوحة، أو أسئلة مذيلة بإجابات متعددة، وكما يأتي:

- 1- أسئلة مغلقة، وهي نوع من الأسئلة لا يتاح فيها المجال أمام المبحوث إلا بإجابة واحدة، مثل نعم، لا، أحياناً.
- 2- أسئلة مفتوحة، وهي نوع من الأسئلة التي يترك للمبحوث فيها الحرية الكاملة للإجابة عليها كما يرغب.
- 3- أسئلة تتضمن إجابات متعددة، إذ يقدم الباحث السؤال متضمناً العديد من الخيارات المتسلسلة والمتراصة والمتنظمة، ويترك للمبحوث اختيار الإجابة التي يعتقد أنها صحيحة.

وتوضح تساؤلات الاستبيان عن حقائق أو اتجاهات أو آراء أو التعرف على السلوك في الماضي والحاضر، وكما يأتي⁽⁵⁷⁾:

- 1- أسئلة تستهدف التعرف على الحقائق كالأسئلة المتصلة بسمات الفرد مثل النوع والعمر والمهنة والمستوى التعليمي والحالة الاجتماعية ومستوى دخل الفرد، وغير ذلك من الأسئلة الشخصية، وتستوجب الإجابة عليها الدقة والمصادقية والموضوعية.
- 2- أسئلة تستهدف التعرف على الآراء والاتجاهات والمعتقدات والمشاعر وغيرها من العناصر الفكرية والمعنوية وتستوجب تلك الأسئلة صياغات متقنة لكي تعكس الإجابات حقيقة الاتجاهات أو المشاعر.

3- أسئلة تستهدف التعرف على السلوك الماضي والحاضر، أي ما يتصل بالسلوك الاتصالي للفرد في العملية الإعلامية، وتجب على السؤال كيف ولماذا فما يقرأه المبحوث أو يشاهده أو يسمعه يعبر عن سلوك اتصالي انتقائي.

مقياس الاستبيان

مقياس (فئات) الاستجابة متعددة ويحددها نوع الأسئلة، وفيما يأتي بعض الأمثلة للفقرات المستخدمة في المقياس المستخدمة في الاستبيان:

المقاييس الخماسي:

أ- أوافق بشدة (.) ب- أوافق (.) ج- محايد (.) د- غير موافق (.) هـ- غير موافق بشدة (.) وهذا المقاييس يسمى بمقياس (ليكرت الخماسي)، ويستخدم في قياس الاتجاهات.

أ- ممتاز (.) ب- جيد جداً (.)

ج- جيد (.) د- متوسط (.) هـ- ضعيف (.)

المقاييس (الثلاثي): أ- دائماً (.) ب- أحياناً (.) ج- نادراً (.)

مثال آخر: أ- راض تماماً (.) ب- راض إلى حد ما (.)

ج- لست راض (.)

ويذكر بعض خبراء تصميم الاستبيان، إن من الحكمة استبعاد فئة عدم المعرفة (لا اعرف، لا أدري، لا رأي لي، محايد)، لكونها مخرج آمن وسهل من صعوبة الاختيار على أن هذه النقطة محل خلاف. كما ينصح الخبراء بالابتعاد عن البديلين فقط، مثل (نعم، ولا)، لأن ذلك يقلل فرصة الاختيار للمستجيب، وبالتالي قد يحصل الباحث على نتائج غير صادقة، وأن يضاف البديل أحياناً.

الاستبيان الإلكتروني

لقد أنتشر الاستبيان الإلكتروني من خلال شبكة الإنترنت (Inernet) والبريد الإلكتروني (On-line Questionnaire)، خلال الأعوام الأخيرة بسبب سهولة استخدامه، وتعدد مزاياه، وتوجد عدة أساليب لتطبيق الاستبيان الإلكتروني، منها⁽⁵⁸⁾:

1- البريد الإلكتروني: (Email) يتلقى المبحوثون رسالة تتضمن الاستبيان أو توجه المبحوث إلى موقع محدد، وبعد ملء الاستبيان يرسل المبحوث الاستبيان إلى الباحث من خلال الضغط على زر في جهاز الحاسوب (Submit)، كما يتم الحصول على عناوين البريد الإلكتروني بأساليب متعددة، منها شراء تلك العناوين من بعض الجهات المتخصصة في بيع تلك المعلومات، ومن خلال العلاقات الشخصية.

2- قواعد البريد الإلكتروني: (Database Email) بعض المبحوثين يوافقون على وضع أسمائهم في قواعد بيانات بعض المنظمات، بحث يمكن إرسال دعوات الإلكترونية لهم تدعوهم للدخول إلى مواقع محددة، بهدف المشاركة في بعض الأبحاث.

3- الومضة: (Pop-up) وهي عبارة عن دعوة للمشاركة في بحث توضع في مربع صغير، يظهر ويختفي بشكل متكرر على شاشة المستخدم لشبكة الإنترنت، عند زيارته لموقع محدد، وللمشاركة يضغط المبحوث على ذلك المربع، فيفتح الاستبيان.

مزايا الاستبيان الإلكتروني:

1- سهولة تطبيقه، حيث لا يستغرق تصميمه ووضعه على موقع في شبكة الإنترنت سوى وقت قصير، ويصبح متاحاً لعدد كبير من المبحوثين في أي مكان في العالم.

2- إمكانية التعديل في أسئلة الاستبيان الإلكتروني في أي وقت.

3- انخفاض تكلفة ملء الاستبيان وتحليل البيانات.

- 4- يتيح للمبحوث مل الاستبيان وقتما شاء، ويمكن أن يقوم بذلك على عدة جلسات، أي أنه إذا شعر بالملل يمكن أن يغلق الاستبيان، وتحفظ الإجابات، وعندما يعود إليه مرة أخرى يستأنف إجاباته عن بقية الأسئلة.
- 5- يتيح للباحث رؤية إجابات المبحوثين بمجرد انتهائهم من الإجابة عنها.
- 6- يتيح للباحث وضع أنواع متعددة من الأسئلة، وتوظيف الصوت والصورة في الاستبيان، فمثلاً: يمكن أن يضع إعلاناً مصوراً، (تلفزيوناً) ويسأل المبحوثين عنه، أو يضع أغنية أو مقطوعة موسيقية، ويسأل المبحوثين عن رأيهم فيها.
- 7- يتيح إمكانية الوصول إلى نوعيات متباينة من المبحوثين لا يمكن الوصول إليهم من خلال الهاتف أو البريد العادي، مثل الأفراد ذوي المناصب العليا.
- 8- يسمح بإعادة تطبيق الاستبان بسهولة، ويسهل إجراء دراسات تتبعية.
- 9- يتيح التطبيق على عينة واسعة، لاسيما إذا كان الموضوع جذاباً للمبحوثين.
- 10- أصبح مستخدمو شبكة الإنترنت ينتمون لشرائح مجتمعية متباينة بسبب انخفاض استخدامها، ومع الوقت أصبحت عينات الإنترنت أكثر تمثيلاً لفئات المجتمع.

عيوب الاستبيان الإلكتروني:

- على الرغم من سرعة انتشار هذه الأداة إلا أنها تعاني مشكلات تتصل بالصدق والثبات، ومن أهم هذه المشكلات:
- 1- عدم القدرة على معرفة شخصية المبحوث، وهل تنطبق عليه مواصفات العينة أم لا.
 - 2- يمكن للفرد الواحد الإجابة على أكثر من أسطوان.
 - 3- على الرغم من زيادة عدد مستخدمي شبكة الإنترنت إلا أنهم عادة أصغر عمراً وأعلى تعليماً وأكثر اهتماماً بالتقنيات (Technology) مقارنة ببقية أفراد الجمهور.

المقابلة الشخصية

تعريف المقابلة: تعرف المقابلة، بأنها محادثة هادفة، وهي محادثة شفوية بين الباحث العلمي وبين العنصر البشري المرتبط بالظاهرة، وتأخذ شكل المناقشة أو الحوار من خلال سلسلة من التساؤلات المعدة بإتقان حول المشكلة المبحوثة، أي محادثة بين شخصين يبدأها الشخص الذي يجري المقابلة لأهداف محددة، ويشترط عند إجراء المقابلة أن تكون ثقافة الباحث أو القائم بإجراء المقابلة من نفس ثقافة المجتمع⁽⁵⁹⁾، وتستخدم المقابلة في البحوث التي تتطلب التواصل المباشر مع المبحوثين سواء بسبب الأمية أو انخفاض مستوى التعليم، ويتوقف نجاح المقابلة على قدرة الباحث على كسب ثقة المبحوث من خلال تقديم الباحث لنفسه ولموضوع البحث وأهدافه وأن إجابات المبحوث ستعمل على رصانة القيمة العلمية للبحث، وتأكيد على سرية المعلومات وخصوصيتها لأغراض البحث العلمي.

مميزات المقابلة الشخصية:

- 1- تتيح المقابلة الفرصة لجمع معلومات عديدة وشاملة.
- 2- من خلال المقابلة تجمع معلومات موثقة وصادقة.
- 3- تصلح المقابلة للأوساط التي تنتشر فيها نسبة الأمية.
- 4- تضمن المقابلة الإجابة على كافة التساؤلات.
- 5- تتيح المقابلة للمستجيب الفرصة للاستفسار عن بعض الأمور المتصلة بالمقابلة.
- 6- تشعر المقابلة الطرف المستجيب بأهميته الاجتماعية.

عيوب المقابلة الشخصية:

من أبرز عيوب المقابلة الشخصية، أنها:

- 1- تتطلب جهداً ووقتاً طويلاً، وبالتالي لا يمكن أن تصلح مع العينات كبيرة الحجم.

- 2- تتأثر بالعديد من العوامل ، كتوتر المستجيب ومحاولته إرضاء الباحث والجو العام السائد .
- 3- تحتاج إلى تكاليف مالية عالية .
- 4- تحتاج إلى عدد كبير من الباحثين ذو خبرة في مجال تنفيذها .
- 5- صعوبة معالجة بيانات المقابلة احصائياً .
- 6- قد يستدرج الباحث ، لاسيما المبتدي إلى مناقشات جانبية .
- 7- صعوبة معرفة الدوافع الحقيقية لسلوك المبحوثين .

الملاحظة

الملاحظة، هي مشاهدة مقصودة ودقيقة ومنظمة وعميقة لظاهرة من الظواهر العامة .

وهناك بعض الأمور التي يجب مراعاتها لإنجاح عملية الملاحظة، منها:

- 1- أن يتم تحديد موضوع الملاحظة وأهدافها مسبقاً .
- 2- أن يشترك أكثر من فرد في عملية الملاحظة .
- 3- أن يتم تسجيل الملاحظات عقب حدوثها مباشرة .
- 4- أن يتم تأجيل تفسير الملاحظات والتعليق عليها إلى ما بعد جمع البيانات .
- 5- أن تكون أداة الملاحظة معدة مسبقاً ومحكمة بعناية .

الاختبار

الاختبار، هو مجموعة من المثيرات تقدم للمستجيب لاستثارة استجابات لديه، يعطى عليها درجة عددية تعد مؤشراً للقدر الذي يمتلكه المستجيب من الخاصية التي يقيسها الاختبار .

أنواع الاختبارات:

- 1- الاختبارات التحصيلية .
- 2- اختبارات الأداء .

3- اختبارات الاستعداد العقلي .

4- اختبارات الميول .

5- اختبارات الشخصية .

ولا بد أن يلتزم الباحث العلمي بالمعيار العلمية الآتية:

1- الموضوعية: أي عدم تأثر أداة القياس باختلاف المصححين .

2- الثبات: أن تعطي نتائج واحدة إذا ما أعيد تطبيقها على نفس العينة في ظروف موحدة .

3- الصدق: أن يتم تقيس الأداة التي أعدت لقياسه .

أما بالنسبة لمفهوم مجتمع الدراسة: فيقصد به ذلك المجتمع الذي يسعى الباحث إلى إجراء الدراسة عليه، بمعنى أن أي فرد أو وحدة أو عنصر يقع ضمن المجتمع الذي يعدّ ضمناً من مكونات ذلك المجتمع .

5

الفصل الخامس

كتابة الإطار المنهجي والتقرير النهائي للبحث الإعلامي

المبحث الأول: مفردات الإطار المنهجي للبحث الإعلامي

المبحث الثاني: كتابة التقرير النهائي للبحث الإعلامي



الأهداف التعليمية Learning Objectives

بعد قراءة هذا الفصل ينبغي أن تكون قادراً على فهم الآتي:

- التقسيمات العملية للإطار المنهجي للبحث الإعلامي .
- خطوات البحث الإعلامي .
- الفرق بين الفرض والتساؤل في الدراسات الإعلامية .
- كتابة التقرير النهائي للبحث الإعلامي .



المبحث الأول

مفردات الإطار المنهجي للبحث الإعلامي

- التقسيمات العملية لمفردات الدراسات الإعلامية
- أنموذج لخطوات بحث إعلامي
- الفرض العلمي



المبحث الأول

مفردات الإطار المنهجي للبحث الإعلامي

التقسيمات العملية لمفردات الدراسات الإعلامية

غالباً ما يتم تقسيم الدراسات العلمية في مجال الإعلام (ماجستير أو دكتوراه) ما بين أربعة إيستة فصول، وهناك نوعان من التقسيمات، يمكن أن يتم تقسيم الفصول إلى مباحث، أو الأبواب إلى فصول، وعلى النحو الآتي:

الفصل الأول، ويشتمل الفصل الأول على الإطار المنهجي للدراسة، من حيث الأهمية والمشكلة والاهداف والتساؤلات أو الفروض والمنهج العلمي المستخدم في الدراسة وعرض مختصر للدراسات السابقة.

الفصل الثاني، ويشتمل على الإطار النظري للدراسة.

الفصل الثالث، ويشتمل على نتائج الدراسة ومناقشتها.

الفصل الرابع، ويشتمل على خاتمة البحث التي تتضمن لاستنتاجات والتوصيات أو المقترحات.

والغرض منها إقناع القارئ بأهمية مشكلة البحث، كما أنها تعدّ خطة لسير الباحث وتطلب عادةً من الجهة المشرفة على البحث لكي يتم إقراره أو رفضه وتكون خطة البحث من فصول الدراسة بشكل عناوين فقط باستثناء الفصل الأول الذي يكتب كاملاً.

وعادة ما يتضمن الإطار المنهجي للدراسة (الفصل الأول)، المواضيع الآتية:

1- عنوان البحث واسم الباحث والجهة العلمية التابع لها على الصفحة الأولى.

- 2- خلفية عن مشكلة البحث في المقدمة، كما يتعرض الباحث للحالة الراهنة لمشكلة البحث ومظاهرها وأثارها، ويقوم بعرض تطورات المشكلة وجذورها التاريخية.
- 3- مشكلة الدراسة: يتطرق فيها الباحث إلى كيفية إحساسه بالمشكلة والمبررات التي دعت به إلى اختيارها.
- 4- أهمية الدراسة: وفيها يتناول الباحث الثغرة التي تسدها دراسته، والفائدة المترتبة على إجرائها، والجديد الذي تضيفه للمجال العلمي الذي تم تناوله.
- 5- أهداف الدراسة: يستعرض فيها الباحث أهم الأهداف التي ستحققها الدراسة بعد إنجازها.
- 6- أسئلة الدراسة: تركز التساؤلات التي يضعها الباحث على صلب الأسئلة التي ستجيب عنها الدراسة.
- 7- فروض الدراسة، أو الفرض العلمي: ويحدد الفرض العلمي مبدئياً توقعات الباحث أو رؤيته الذاتية عن العلاقة بين المتغيرات الحاكمة في مشكلة الدراسة، (أي هو تفسير مؤقت أو مبدئي) أو (عبارة عن فكرة مبدئية تربط بين الظاهرة موضوع الدراسة وبين أحد أسبابها، أي بين متغيرين).
- وإذا كان مشكلة الدراسة (موضوع البحث)، هي فكرة تتحدى ذهن الباحث وتدفعه لفك رموزها بهدف الوصول إلى استنتاجا جديدا بشأنها، فإن الفرض العلمي هنا هو النتيجة المحتملة التي يتصورها الباحث بناء على دراسته، وهو صياغة تشكل العلاقة المحتملة، ويستعرض فيها الباحث أهم الفروض ثم يتحقق من صحتها في الدراسة، وأفضل شكل للفرض، هو الشكل الصفري الذي يبدأ بنفي، ويقوم بربط المتغيرات المستقلة بالمتغيرات التابعة.
- حدود الدراسة: تتمثل بالحدود الزمنية والمكانية، لمجال تنفيذ الدراسة والمدة الزمنية لها.

- مصطلحات الدراسة: ويتم فيها تثبيت أهم المصطلحات التي يمكن أن تستخدم في أية دراسة.

ولابد من الإشارة هنا إلى أن بعض الفقرات التي تم ذكرها سابقاً، يمكن أن تتداخل مع بعضها، كما يحث التداخل في فصول الدراسة الأربعة أو الخمسة، وبعض الباحثين يغفلوا بعض الفقرات السابقة، بحكم اختلاف المدارس الفكرية، لأنه لا يوجد اتفاق يجمع عليه أساتذة مناهج البحث العلمي. وهذا التباين يبرز بشكل واضح في كافة مجالات العلوم الإنسانية، ومنها مناهج بحوث الاتصال.

■ أنموذج لخطوات بحث إعلامي

- 1- الإحساس بالمشكلة، من خلال (الملاحظة، الإطلاع، التجربة).
- 2- تحديد المشكلة وصياغتها، (لابد من أن يعرف الباحث المجال الذي يسعى الإجابة عليه).
- 3- وضع الفروض أو وضع مجموعة من التساؤلات، التي يسعى البحث الإجابة عليها. وفي بعض الأحيان يستخدم الباحث فروض وتساؤلات.
- 4- تحديد نوع البحث والمنهج.
- 5- تحديد مجتمع الدراسة.
- 6- تحديد أساليب جمع البيانات، وتصميم الأساليب التي سوف تستخدم في هذا الجمع، (الملاحظة، المقابلة والاستقصاء).
- 7- جمع البيانات.
- 8- معالجة البيانات، بمعنى تفسير المشكلة العلمية وعرضها في شكل إحصائي.
- 9- تحليل النتائج وتفسيرها، وتتضمن هذه الخطوة مجموعة من الخطوات الفرعية.
- 10- التعميم.
- 11- التنبؤ.
- 12- إعادة البحث.

الفرز العلمى

يعرف الفرز العلمى، بأنه تخمين ذكى يضعه الباحث قبل البدء بإجراءات الدراسة. وهو تفسير مؤقت أو مبدئى وليس تفسيراً نهائياً للحل أو اتجاه العلاقات. ويكون الفرز العلمى بين عناصر المشكلة أو متغيراتها.

ويحتوى الفرز العلمى على متغيرين لهما دور فى حركة المشكلة البحثية الخاضعة للدراسة.

شروط الفرز العلمى:

- 1- الوضوح.
- 2- الإيجاز.
- 3- القابلية للاختيار.
- 4- المنطقية.
- 5- ألا يكون مركباً من أكثر من متغير.
- 6- أن تكون نتائجه خاضعة للتفسير والتحليل.

أمثله للفروض العلمىة:

- يؤثر معدل مشاهدة الأطفال لأفلام الكرتون على معدل العنف لديهم.
- المتغير الأول (معدل المشاهدة). والمتغير الثانى (معدل العنف).
- يؤثر معدل مشاهدة المراهقين للقنوات الإخبارية على زيادة معدل الانتماء لديهم.
- المتغير الأول (معدل المشاهدة). والمتغير الثانى (زيادة الانتماء).
- يوجد علاقة بين درجة الإقبال على قراءة الصحف وبين الفئات العمرية.
- يوجد علاقة بين مشاهدة الإعلانات فى التلفزيون وبين زيادة السلوك الشرائى.

تقسيم الفروض:

فروض موجهة: تقرر وجود العلاقة واتجاهها وتقديرها اللفظى (أقل/ أكثر/ أعلى/ تتزايد/ تتناقص، وهكذا).

فروض غير موجهه: لا تقدم توقعاً حول اتجاه العلاقة، ولكنها تكتفي بالتقرير بوجود علاقة.

أمثلة للفروض الموجهة:

- تظهر فيها توقعات الباحث حول اتجاه العلاقة أو الأثر.
- يوجد ارتباط طردي بين التعرض لوسائل الاتصال ومستوى المعرفة بالإرهاب.
- يوجد ارتباط طردي بين التعرض لوسائل الاتصال واستعداد المبحوثين لأن يسلكوا سلوكاً رافضاً للإرهاب.
- كلما ارتفع المستوى الاقتصادي والاجتماعي للأطفال الموهوبين قل الاعتماد على التلفزيون كمصدر للمعلومات.
- أمثلة للفروض غير الموجهة: وتكتفي بتصور وجود العلاقة بين المتغيرات فقط.
- هناك علاقة بين ارتفاع أعداد مشاهدي التلفزيون ومستوى التعليم.
- هناك علاقة بين قراءة الصحف والاستماع إلى البرامج الإخبارية في الإذاعة.

الفرض يمكن أن ينفي وجود علاقة، مثل⁽⁶⁰⁾:

- لا توجد علاقة بين الذكور والإناث في الاستماع إلى الدراما الإذاعية.
- لا توجد علاقة بين المستوى الاقتصادي والوقت الذي يقضيه الشباب في قراءة الصحف.

تعريف التساؤلات:

التساؤلات، ما هي إلا ترجمة مفصلة لأهداف الدراسة، ويصاغ في شكل استفهامي، تفيد في تحديد المحاور الأساسية للدراسة، وعدم الخروج عن هذه المحاور، يكمن هدفه في ضمان سير عملية التحليل في محاورها الأساسية تجاه أهدافها المحددة في البحث.

- أي بحث علمي له هدف، وينبثق منه أكثر من هدف فرعي، ولكي تتحقق الأهداف لابد من ترجمتها لتساؤلات أو فروض أو يتم الجمع بينهما.

وهناك أبحاث علمية يمكن أن تحتاج إلى الخطوات الآتية:

- 1- اختبار للعلاقات المؤثرة في البحث (فروض).
- 2- تستهدف الإجابة على عدد من الأسئلة فقط مثل، من؟، ماذا؟، كيف؟، ولماذا؟ تستهدف الإجابة لوصف الواقع من دون أن تتجاوز هذا الوصف إلى بناء علاقات بينها أو اختبار هذه العلاقات، (تساؤلات).

الفرق بين الفرض والتساؤل:

الفرض: هو جواب افتراضي مبدئي مقترح ومؤقت، يحتاج إلى إثبات، هو علاقة بين متغيرات يحاول الباحث اختبار مدى صحة وجود هذه العلاقة، والفرض يصوغه الباحث بغرض زيادة الفهم أو التفسير للظاهرة موضوع البحث، وتساعد الفروض الباحث في وضع الهيكل العام لمحتويات البحث بصورة متوازنة مع الفروض التي توفر إطاراً فكرياً لتنظيم محتويات البحث في أبواب أو فصول أو مباحث، بما في ذلك نتائج البحث، حيث تمكن فروض البحث من مطابقتها مع الأفكار التي بدأ منها الباحث، وتنظيم الأدلة وتحديد مدى تعميم نتائج البحث⁽⁶¹⁾.

التساؤل: هو سؤال يحتاج إلى إجابة لوصف الواقع، يصاغ بشكل استفهامي، يضم متغير واحد فقط. ويتوقف الخيار بين صياغة الفروض العلمية وطرح التساؤلات على العديد من الاعتبارات، هي:

- 1- طبيعة المشكلة أو الظاهرة البحثية وأهدافها.
- 2- تعدد المتغيرات الحاكمة في المشكلة أو الظاهرة البحثية.
- 3- وفرة البيانات والحقائق وكفاية الإطار النظري.

أمثلة على التساؤلات:

- 1- الدراسات التي تستهدف الكشف عن سمات أو خصائص المتلقين.
مثل: التعرف على صفات المرأة العربية التي تفضل مشاهدة المسلسلات المدبلجة.

2- الدراسات التي تستهدف التعرف على السلوك الاتصالي للمتلقين مع وسائل الإعلام.

مثل: التعرف على عادات مشاهدة الشباب الإماراتي للبرامج الرياضية.

3- دراسات تستهدف التعرف إلى خصائص وسمات القائم بالاتصال.

مثل: التعرف على السمات الشخصية للقائمين بالاتصال في قناة دبي الفضائية.

4- دراسات تستهدف التعرف على المحتوى الإعلامي.

مثل: دراسة حول صورة المرأة في المسلسلات العربية.

5- دراسات تستهدف وصف تاريخي للوقائع الصحفية التي حدثت في الماضي.

مثل: دراسة حول ما قدمته صحيفة الوحدة اليمنية لأحداث ووقائع مسيرة إعادة تحقيق الوحدة اليمنية بين شطري اليمن عام 1990.

أمثلة على الفروض:

1- الدراسات التي تستهدف وصف العلاقة بين السمات أو الخصائص (للمتلقي) من جهة وأنماط السلوك الاتصالي من جهة أخرى.

2- الدراسات التي تستهدف وصف العلاقة بين خصائص القائم بالاتصال واتجاهاته تجاه السياسات أو القضايا أو المحتوى الإعلامي.

3- الدراسات التي تستهدف اختبار تأثيرات محتوى محدد على سلوك المتلقين في حملة من الحملات.

أمثلة: دراسة حول طلبية الجامعات وبعدهم عن قراءة الكتب العامة (المطالعة)

الفرض: - هناك علاقة بين ارتفاع أسعار الكتب وعدم إقبال الطلبة على قراءة الكتب.
- كلما بعدت أماكن المكتبات كلما قل إقبال الطلبة على قراءة الكتب.
- لا يوجد علاقة بين ارتفاع أسعار الكتب وعدم إقبال الطلبة على القراءة.

أمثلة: دراسة حول طلبة الجامعات ويعدهم عن قراءة الكتب العامة (المطالعة)

التساؤلات: - ما هي الأسباب التي تجعل الطلبة لا يقبلون على قراءة الكتب العامة؟
 - من هم أكثر المستويات الاقتصادية إقبالاً على قراءة الكتب؟
 - تأثير مشاهدة أغاني الفيديو كليب (الأغاني المصورة) على الشباب والمراهقين.

الفروض: هناك علاقة ارتباطية بين مشاهدة أغاني الفيديو كليب وتقليد الشباب للأغاني الغربية المقدم في أغاني الفيديو كليب.
 - كلما زاد نسبة مشاهدة الأغاني كلما قل التحصيل الدراسي لدى الطلبة من فئة الشباب والمراهقين.
 - يوجد فروق دالة إحصائية في نسبة مشاهدة (الذكور والإناث) لأغاني الفيديو كليب.
 - يوجد اختلافات إحصائية بين معدل مشاهدة المراهقين وفقاً لخصائصهم الديموغرافية.

تساؤلات الدراسة: (تأثير مشاهدة الشباب والمراهقين لأغاني الفيديو كليب):

- 1- ما طبيعة عادات مشاهدة الشباب والمراهقين لأغاني الفيديو كليب؟
- 2- ما أسباب مشاهدة الشباب والمراهقين لأغاني الفيديو كليب؟
- 3- ما أكثر المستويات الاقتصادية مشاهدة لأغاني الفيديو كليب؟
- 4- ما القنوات العربية الأكثر مشاهدة لأغاني الفيديو كليب من خلالها؟
- 5- ما نوعية الأغاني (العربية، الأجنبية) الأكثر مشاهدة؟
- 6- ما أسباب عدم إقبال الشباب والمراهقين على مشاهدة أغاني الفيديو كليب؟

تساؤلات الدراسة: (تأثير مشاهدة البرامج الإخبارية على زيادة المشاركة السياسية لدى الشباب).

- 1- ما أسباب إقبال الشباب على مشاهدة البرامج الإخبارية؟
- 2- ما البرامج الإخبارية الأكثر مشاهدة لدى عينة الدراسة؟

- 3- ما القنوات الفضائية التي تتابع عينة الدراسة برامجها الإخبارية؟
- 4- ما أسباب عدم إقبال الشباب على مشاهدة البرامج الإخبارية؟
- 5- ما الأوقات الأكثر مشاهدة للبرامج الإخبارية لدى عينة الدراسة؟
- 6- ما الأيام الأكثر مشاهدة للبرامج الإخبارية لدى عينة الدراسة؟

أمثلة: (تأثير مشاهدة البرامج الإخبارية على زيادة المشاركة السياسية لدى الشباب)

الفروض: - توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مشاهدة الشباب للبرامج الإخبارية وبين زيادة المشاركة السياسية.

- توجد علاقة بين مشاهدة الشباب للبرامج الإخبارية وبين المشاركة السياسية.

- كلما زاد معدل مشاهدة الشباب للبرامج الإخبارية زاد معدل المشاركة السياسية.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل المشاركة السياسية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية، من حيث (النوع، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاجتماعي، المستوى الاقتصادي).

عنوان لبحث إعلامي: استخدامات المرأة العربية للمسلسلات المدبلجة والإشباع المتحققة: (دراسة ميدانية).

- ما أسباب مشاهدة عينة الدراسة للمسلسلات المدبلجة؟
- ما أكثر القنوات التلفزيونية التي يشاهد فيها المسلسلات المدبلجة؟
- ما أكثر أنواع المسلسلات المدبلجة التي تفضل عينة الدراسة مشاهداتها؟
- ما مدى موافقة عينة الدراسة على مشاهدة أبنائها للمسلسلات المدبلجة؟
- مع من تفضل عينة الدراسة مشاهدة المسلسلات المدبلجة؟
- ما مدى استفادة عينة الدراسة من مشاهدة المسلسلات المدبلجة؟

عنوان لبحث إعلامي: صورة البطل في الأفلام السينمائية ودورها في زيادة الوعي الرياضي لدى الشباب: (دراسة تحليلية ميدانية).

أولاً: تساؤلات الدراسة التحليلية:

- 1- ما الأفكار الأساسية للأفلام عينة الدراسة؟
- 2- هل قدمت الأفلام الدرامية (عينة الدراسة) البطل الرياضي في صورة شخصية رئيسة أم ثانوية أو في الاثنين معاً؟
- 3- ما القيم والسمات الايجابية والسلبية التي قدمت من خلال صورة البطل الرياضي في الأفلام (عينة الدراسة)؟

ثانياً: تساؤلات الدراسة الميدانية:

- 1- ما مدى مشاهدة الشباب الجامعي (عينة الدراسة) للأفلام السينمائية؟
- 2- ما مدى تفضيل الشباب الجامعي (عينة الدراسة) مشاهدة أفلام سينمائية تقدم صور بطولة رياضية؟
- 3- ما رأى الشباب (عينة الدراسة) في مدى واقعية صورة البطل الرياضي المقدمة مقارنة بالواقع الفعلي المعاش؟
- 4- هل أدت صورة البطل الرياضي المقدمة إلى زيادة الوعي الرياضي لدى الشباب (عينة الدراسة)؟

المبحث الثاني

كتابة التقرير النهائي للبحث الإعلامي

- الاستبيان الإلكتروني
- مكونات التقرير النهائي للبحث الإعلامي



المبحث الثاني

كتابة التقرير النهائي للبحث الإعلامي

الاستبيان الإلكتروني

تعد مهمة كتابة التقرير النهائي للبحث من أدق وأهم الخطوات العلمية في البحث، بل تعني إعداد البحث بهيكلة الأساس ومكوناته الفرعية، ويتوقف أسلوب كتابة التقرير النهائي على الهدف والغاية من البحث، حيث لا بد وأن يبرز فيها الباحث شخصيته، ويفصح عن مدى قدرته على مهمة البحث والإبداع، بحكم أنها المرأة التي تعكس إمكانيات الباحث الذاتية، وتجسد ملكته الذهنية العلمية، من خلال عمليتي التحليل والتركيب (Process of Qu lysis And Synthesis)، التي تتطلب قدراً واسعاً من الخيال وغزارة في الأفكار، ومستوى رصين من الموضوعية. وهو ما يدل على أسلوب تفكيره، ومدى استيعابه للقضايا التي طرحها وعالجها وناقشها برؤية ثاقبة.

ومع الأخذ بالاعتبار طبيعة موضوع البحث والنظام المتعارف عليه في إعداد الدراسات العلمية، سواء كانت في ورقة بحث (Research Paper)، أو في رسائل الماجستير (Thesis)، أو في أطاريح الدكتوراه (Dissertation)، فضلاً عن أن البحث الذي ينشر في إحدى الدوريات العلمية يتبع المواصفات الذي تحدده دورية النشر، من حيث أسلوب الكتابة وإثبات المصادر والمراجع، والأبحاث التي تعد لأغراض تسويقيه تعرض نتائجها بأسلوب آخر أكثر بساطة، مستبعداً التفاصيل الدقيقة في سحب العينة والمنهج ومراجعة التراث العلمي، وبصفة عامة لا بد ان تتناسب طبيعة عرض النتائج مع أهداف البحث والجمهور المستهدف من البحث. وهذا ما سوف يتم التطرق إليه في هذا المبحث.

مكونات التقرير النهائي للبحث الإعلامي

الكتابة العلمية، سمة أساسية من سمات كتابة البحث، يستمد طبيعتها من طبيعة الموضوع الذي تناوله البحث. فالهدف من الكتابة العلمية هو، عرض الحقائق والأفكار والمعاني بوضوح ودقة، وهي مسألة يصعب تحقيقها من دون وضوح في الفكرة أو المعني، فغالباً ما يكون غموض العبارة بسبب غموض الفكرة، فيعجز الباحث عن اختيار الألفاظ الواضحة في معناها، الدقيقة في دلالتها⁽⁶²⁾.

ويمكن تحديد خطوط ومبادئ عامة في تنظيم وكتابة التقرير النهائي برؤى منطقية ومباشرة عن مدى ترابط أو تكامل بين المحتويات والأفكار التي يقدمها الباحث في بحثه من خلال الآتي⁽⁶³⁾:

- 1- الكتابة الواضحة والمفصلة لمعلومات ومكونات البحث، والتي تجعل القارئ يلم بمجريات البحث.
- 2- تقديم قراءة نقدية واقعية تساهم في تصحيح وتحسين التقرير بنائياً، ولغوياً، وأسلوبياً.
- 3- كتابة التقرير بلغة مفهومة ومستندة على الحقائق العلمية التي توصل إليها الباحث في النتائج.
- 5- ابتعاد الباحث عن تجسيد الذات في كتابة التقرير، فلا يستخدم الأنا في الكتابة، بل يجسد مفهوم الباحث.

ويرى د. السيد أحمد مصطفى أن كتابة تقرير البحث تحتاج إلى الآتي⁽⁶⁴⁾:

أولاً: معالجة الأفكار: ومعالجة الأفكار من المسلمات البديهية التي يتناولها الباحث في بحثه، ولا تكون في مستوى واحد من الأهمية، ويجب على الباحث مراعاة الاعتبارات الآتية:

- 1- التناسب بين الفكرة ومساحة العرض، وهذا يتطلب من الباحث إعطاء الأفكار الرئيسة مساحة مناسبة في العرض والمناقشة والتحليل والتركيب، والتأكيد عليها خلال الكتابة.

- 2- عرض الأفكار بأسلوب متماسك ومتسلسل، مع الحرص على ترابط أجزاء الفكرة الواحدة وبيان الأفكار بعضها ببعض.
- 3- تجميع الأفكار المتشابهة ومعالجتها في موضع واحد، مع مراعاة تسلسلها المنطقي، والابتعاد عن تكرار معالجة الفكرة الواحدة في مواضع متفرقة.
- 4- الوضوح في معالجة الأفكار، وتجنب الغموض والرمز عند التأليف بين الأفكار وصولاً إلى الأفكار الحديثة.
- 5- احترام آراء وأفكار الآخرين، ومناقشتها بصورة علمية، والاعتراف بحقهم الأدبي في الاقتباس وتجنب المبالغة في النقد.

ثانياً: سلامة لغة التعبير في الكتابة: إذا كان الأسلوب يعكس رؤية تفكير الباحث ومعالجته لموضوع البحث، فإن سلامة اللغة المستخدمة في الكتابة والتعبير تستمد طبيعتها من طبيعة الموضوع، والبحث العلمي كموضوع، أيّ كان مجاله، يتسم بالكتابة العلمية، وأتقان المهارات اللغوية والنحوية والأساليب الفنية في كتابة التقرير النهائي للبحث يعدّ أمراً مهماً لنجاح الباحث في صياغة مفردات التقرير النهائي للبحث، لا سيما فيما يتصل في معرفة مدلولات الكلمات والألفاظ التي سوف يستخدمها الباحث في محتوى (مضمون) بحثه، ومن أهم سمات لغة الكتابة في التقرير النهائي⁽⁶⁵⁾:

- 1- الوضوح والدقة في التعبير، وذلك من خلال اختيار الألفاظ التي تعبر عن المعنى المقصود بدقة، ووضعها في مجالها المناسب.
- 2- إحكام الصياغة في الربط بين المفردات والكلمات والجمل المستخدمة والتناسق فيما بينها، وتحاشي التكرار إلا إذا استدعت الضرورة ذلك.
- 3- الموضوعية في التعبير، وذلك من خلال تجنب استخدام ألفاظ التهكم، والتفخيم، والجدل، والألفاظ الإنشائية، التي تهدف إلى الإقناع برأي ما، أو تكشف عن أسلوب عدائي للآخرين، أو تعبر عن إعجاب أو أنبهار من دون مبرر.

- 4- تحاشي استخدام الجمل الطويلة التي تدل على معنى محدود، أو استعمال

جمل قصيرة تدل على معاني متعددة، أو كتابة جمل متقطعة غير مترابطة، تعكس ارتباك أو تشتت أفكاره.

5- استخدام اللغة العربية السليمة سهلة الفهم، والقريبة إلى الذهن. كما تقتضي قواعد اللغة عدم استخدام الكلمات العامية إلا إذا وردت في اقتباس. وكذلك تجنب استخدام المفاهيم والمصطلحات الأجنبية إلا عند الضرورة، وخلق التقرير من الأخطاء الإملائية والنحوية واللغوية.

وعند كتابة التقرير النهائي للبحث الإعلامي يتطلب الأمر التدقيق في المعلومات والآراء والأفكار التي تم الحصول عليها من مصادر ومراجع الدراسة المختلفة، فنجد في بعض البحوث أفكاراً، مأخوذة من مراجع، تبدو أنها أحكاماً مطلقة، والأمثلة على ذلك عديدة، منها، أن تذكر إحدى الدراسات أن إحدى قنوات التلفزيون تمتلك أضخم أستديو للإنتاج التلفزيوني في الوطن العربي، فهل أن الباحث يعرف كافة الاستديوهات الموجودة في بقية القنوات التلفزيونية في الدولة، وفي الدول العربية الأخرى، فإذا كانت هذه العبارة مأخوذة عن تقرير منشور على شبكة الإنترنت أو عن تقرير دعائي أو غير ذلك، فلا يجوز أن يتعامل معها الباحث كمسلمات أو حقائق.

ويرتبط كتابة التقرير النهائي للبحث ببعض المجالات الفنية للكتابة ذاتها، التي يتطلب الأمر مراعاتها في عملية الكتابة، وهذا يعني عدم التقليل من تطبيق المعايير العلمية في الكتابة، حتى أن بعض الجهات العلمية تلتزم في اتباعها في عملية النشر، ومنها علامات الترقيم والفواصل والنقاط وعلامات الاستفهام، وعلامات التعجب، وغير ذلك من المجالات الفنية والشكلية، حيث يراعى استخدامها كالاتي 66:

1- الفاصلة (،): وتستخدم للفصل بين أجزاء الكلام كما تستخدم بعد لفظ المنادي، وبين العطف والمعطوف، وبين جملة الشرط وجواب الشرط. مثال: تقودنا عملية الاستقراء إلى استنباطات جزئية، ومن هذه الاستنباطات الجزئية نستخلص الحقائق الكلية، وهي الهدف الذي يسعى إليه الباحث. كما قد تستخدم في الأرقام (2، 3).

- 2- الفاصلة المنقوطة (؛): وتوضع بين السبب والمسبب، مثال: رفضت اللجنة موضوع البحث؛ لأن الخطة كانت مفككة. كما تستخدم في فصل الأسماء والعناوين.
- 3- النقطة (.): وتوضع بعد نهاية الجملة التي أنتهي معناها وأستكملت كافة مقوماتها. مثل: ربما يلاحظ الباحث بعد أستقراء المادة العلمية أن عنوان بحثه بحاجة إلى تعديل.
- 4- النقطتان فوق بعض (:): ويسمىها البعض علامة الوقت الاستدراكي: وتستخدم بين القول والمقول وبين الشيء وأقسامه، مثل: الأجزاء التي تشملها الدراسة هي: الجزء النظري، والجزء التحليلي، والجزء الميداني. كما تستخدم في تقديم سلسلة من الأسماء.
- 5- الشرطة (-): وتوضع بين العدد والمعدود، مثل: من (1- 12).
- 6- الشرطتان (- -): وتستخدمان للفصل بين جملة أو كلمة معترضة، مثل: وسيجد معظم الباحثين - سواء الذين قاموا بتغيير عناوين موضوعاتهم أم ممن لم يغيروا - أنهم جمعوا مادة ضخمة للبحث، لم يستفيدوا إلا من جزء منها.
- 7- علامة التنصيص (الاقتباس) (" "): ويوضع بين قوسيهما المزدوجين ما ينقله أو يقتبسه الكاتب أو الباحث من كلام غيره . . . وهو ما يعرف بالاقتباس المباشر، مثل: (الفرض يجب ألا ينظر إليه على أنه أستنباط أو نتيجة، وإنما ينظر إليه على أنه . . . احتمال مؤقت قابل للتغيير والتعديل . . .). كما تستخدم في تميز بعض العبارات والجمل والكلمات.
- 8- علامة الحذف (. . .): وتوضع مكان المحذوف من الكلام المقتبس، كما في المثال السابق.
- 9- الهالان (القوسان) (): وتوضع في وسط الكلام، ويكتب بينهما الألفاظ التي ليست من الأركان الأساسية لهذا الكلام. مثال: ويذكر المؤلف (في كتابه المشار إليه)، أن البحث العلمي . . .

- 10- علامة الاستفهام (?) : وتوضع بعد الجملة الاستفهامية، مثل : ما أبعاد المصطلح؟ وما هي حدود استخدامه؟
- 11- الأرقام: وهي تكتب من (1- 9) فقط بالأحرف، وما عداها يكتب رقماً، إلا إذا بدأت به جملة.

6

الفصل السادس

مجالات بحوث الاتصال الحديثة ووظائفها

المبحث الأول: أهمية بحوث الاتصال الحديثة

المبحث الثاني: مجالات بحوث الاتصال الحديثة



الأهداف التعليمية Learning Objectives

بعد قراءة هذا الفصل ينبغي أن تكون قادراً على فهم الآتي:

- أهمية بحوث الاتصال الحديثة.
- بحوث المطبوعات الصحفية.
- بحوث وسائل الاتصال الإلكترونية.
- بحوث العلاقات العامة.
- الجماعات البؤرية وبحوث العلاقات العامة.



المبحث الأول

أهمية بحوث الاتصال الحديثة

■ التطور العلمي في بحوث الاتصال

■ المراحل الأولى لبحوث الاتصال



المبحث الأول

أهمية بحوث الاتصال الحديثة

التطور العلمي في بحوث الاتصال

في ظل التطور المستمر في وسائل الاتصال (Mass Communication) وتقنيات المعلومات (Technology Information)، التي تشهدها دول العالم منذ النصف الثاني من القرن العشرين أزداد الاهتمام بالاتصال وعلومه ووسائله ولم يقتصر هذا الاهتمام على المهتمين به والمتخصصين فيه بل أمتد ليشمل الباحثين في المجالات الأخرى.

وتعدّ بحوث الاتصال من أهم مصادر المعلومات الأولية، بما تنجزه من إضافات نوعية في حقول المعرفة المتخصصة، فضلاً عن كونها عملاً علمياً يتم بإشراف باحثين مهنيين وأساتذة أكاديميين متخصصين، وفي الوقت ذاته تمتاز بتناول قضايا مختارة بأساليب موضوعية محددة تلبي حاجة المجتمع، ويتم دراستها باستخدام مناهج البحث العلمية المتعارف عليها عالمياً، ذلك أن وسائل الاتصال أصبحت اليوم قوة لها أبعاد متعددة، فهي تنقل إلينا الأخبار والمعلومات والآراء والأفكار والاتجاهات والعادات والتقاليد، ويمكن أن تعزز القيم السائدة في المجتمع أو تغيرها، لذا يتم استخدامها لأغراض متعددة⁽⁶⁷⁾.

وبحوث الاتصال (Communication Researches)، هي الإطار الموضوعي الذي يضم كافة الأنشطة والمجالات الإعلامية، وهي الجهود المنظمة الدقيقة التي تستهدف توفير المعلومات عن الجمهور الموجه إليه الرسالة الإعلامية من خلال وسائل الاتصال.

وتهتم بحوث الاتصال، في دراسة مشكلات وقضايا وموضوعات وظواهر

متعددة، ذات صلة بمجالات الإعلام، ولذلك يتوقف مفهوم البحث الإعلامي على المضمون الذي يستخدم فيه، وعلى المنهج الذي يعمل ويفكر الباحث في إطاره ومن خلاله تنظيم عملياته الفكرية والذهنية، وعلى الأسلوب الذي يوجه عمليات البحث وأدواته سواء أكان تاريخياً أم وصفيّاً أم تجريبياً⁽⁶⁸⁾.

لقد مرت بحوث الاتصال بعدة مراحل منذ ظهورها في عقد الثلاثينيات من القرن العشرين، وتميزت تلك البحوث في البداية بالبساطة والتركيز على بحوث الاتصال بشكل محدد، وظلت تتمحور حول دراسات المجالات الإعلامية المتعددة كتحليل المضمون والدعاية والإعلان وبعض الاستقصاءات التي كانت تقوم بها وسائل الاتصال للتعرف على آراء الجمهور وأذواقه، ثم تلا ذلك مرحلة القيام بالدراسات التي تهدف إلى النهوض بوظيفة الإعلان وتنظيم الحملات الانتخابية واستفتاءات الرأي العام ودعم أنشطة العلاقات العامة وزيادة توزيع الصحف.

■ المراحل الأولى لبحوث الاتصال

خلال المراحل الأولى اهتمت بحوث الاتصال بالتركيز على مجالين اثنين، هما⁽⁶⁹⁾:

- المجال الأول: دراسة التأثيرات الناتجة عن تعرض الجمهور لوسائل الاتصال، وكيفية حدوث مثل هذه التأثيرات.
 - المجال الثاني: دراسة الوظائف التي تؤديها وسائل الاتصال تجاه المجتمع.
- وعلى هذا الأساس كان على الباحثين أن يختاروا بين أحد النموذجين:
- 1- أنموذج (شانون وويفر)، الذي فسره علماء الاتصال بأنه أنموذج خطي أحادي الاتجاه.
 - 2- أنموذج (نوربرت وينر) الأكثر تعقيداً، والذي يهتم برجع الصدى والعلاقة التفاعلية بين مكونات العملية الاتصالية.

وفي عقد الستينيات من القرن العشرين انتقلت بحوث الاتصال في الدول الصناعية والرأسمالية المتقدمة من التركيز على دراسة كفاءة وسائل الاتصال إلى

إجراء دراسات تتناول آثارها الفعلية ووضع تصميمات أولية لنظم اتصالية حديثة، وتواكب هذا الاهتمام مع مرحلة الاستقلال التي شملت دول العالم الثالث، وأدت إلى ظهور ما يسمى (بالخريطة الإعلامية للدول النامية)، التي تضمنت وسائل الإعلام المختلفة، (الصحف والمجلات والمحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية)، فضلاً عن إنشاء العديد من المعاهد ومراكز البحوث الإعلامية على امتداد دول العالم، وتم اعتماد برامج بحوث الاتصال التي أجريت في تلك المعاهد على جهود الخبراء الأجانب أو الأساتذة الذين تعلموا وتدريبوا في دول أجنبية، ثم طبقوا عليها مواضيع إعلامية في بلدانهم، من خلال استخدام قضايا غربية قد لا تتفق في معظم الأحيان مع طبيعة المشكلات الاتصالية في الأقطار العربية والدول النامية.

وخلال العقود الأخيرة من القرن العشرين ظهرت مدرستان كمحاولة لتأسيس علم للاتصال بعيداً عن العلوم الاجتماعية الأخرى، وهي المدرسة النقدية والمدرسة الإمبريقية، واعتمد الباحثون في معظم الأقطار العربية على المدرسة الإمبريقية، بحكم أن معظمهم من خريجي الجامعات الغربية والأوربية القائمة على المنهج الكمي، والتي تتخذ من أدوات البحث العلمي أساساً منهجياً لجمع المعلومات للحصول على استنتاجات كمية لتفسير الظواهر المدروسة. علماً بأن المدرسة الإمبريقية تضم إلى جانب مصر كل من العراق، السعودية، اليمن، الأردن، السودان ودول الخليج العربي.

وتعتمد بحوث الاتصال في الغالب على الأساليب المسحية المستمدة أصلاً من المناهج الغربية، والتي تستند بشكل أساس إلى النظريات والمناهج التي نشأت أصلاً في الدول الغربية والأوربية، وأن كل ما يمس الاهتمامات والمصالح الآنية والمستقبلية للشعوب في دول العالم الثالث يأتي دائماً في نهاية القائمة المتصلة بموضوعات بحوث الاتصال، لكونها لا تدر عائداً مفيداً على الأسواق العالمية⁽⁷⁰⁾، وهناك بحوث إعلامية جامعية يتم إجراؤها لخدمة وسائل اتصال محددة أو أنها تهتم بقياس مدى شعبية وسائل الإعلام في أوساط الجماهير، بهدف قياس اتجاهات القراء والمستمعين والمشاهدين تجاه البرامج التي

تبثها ومجال الاهتمام بمتابعتها، كما أنها تركز على التعرض لوسائل الاتصال ومدى تفضيلهم لوسيلة اتصال عن أخرى أو التي تتناول قضايا فكرية تغطي عليها الصبغة الفكرية (الأيدلوجية)، لاسيما في الأقطار العربية.

وخطوات البحث العلمي في بحوث الاتصال قد لا تختلف عن غيرها من خطوات البحث في بحوث العلوم الإنسانية الأخرى، إذ أنها تتكون من مجموعة من الخطوات التي تتميز بالتسلسل والتتابع والترابط، مما يجعل الخطوة الأولى في منهج البحث تقرر طبيعة الخطوة الأخيرة، فضلاً عن وجود درجة من الارتباط بين الخطوات التي يجب أن يقوم بها الباحث في مجاله العلمي وبين الاستخدامات الإحصائية التي يتطلب الاستفادة منها في مختلف خطوات البحث.

ولذلك فإن عملية إجراء بحوث الاتصال في المراكز والمعاهد والكليات العلمية الجامعية تعتمد على مجالات محددة ومنهجية ونظريات يمكن تطبيقها على ظواهر تختلف في مسبباتها وأعراضها وحلولها وخلفياتها التاريخية والاجتماعية، والتي لا بد أن تؤدي في النهاية إلى نتيجتين حتميتين⁽⁷¹⁾:

الأولى: محدودية استفادة وسائل الاتصال العربية من نتائج البحوث الإعلامية الجامعية.

الثانية: تكريس مبدأ التبعية للمجالات المتدفقة من البحوث الجامعية التي تتناول مختلف مجالات الاتصال، فضلاً عن تأثير الأساتذة المشرفين على مجريات البحوث.

إن بحوث الاتصال الجامعية المسحية التي أجريت في بعض دول العالم الثالث، ومنها الأقطار العربية منذ عقد الخمسينيات من القرن العشرين تتم تحت إشراف مراكز وأقسام وكليات الاتصال في الجامعات العربية، وهي التي تحدد وتقر أولويات وخطط بحوث الاتصال والتخصصات المطلوبة طبقاً لاحتياجاتها وأهدافها، بل وتقوم في بعض الأحيان بتمويلها⁽⁷²⁾.

وتفتقر بحوث الاتصال التي يتم إنجازها في الجامعات العربية إلى الباحثين

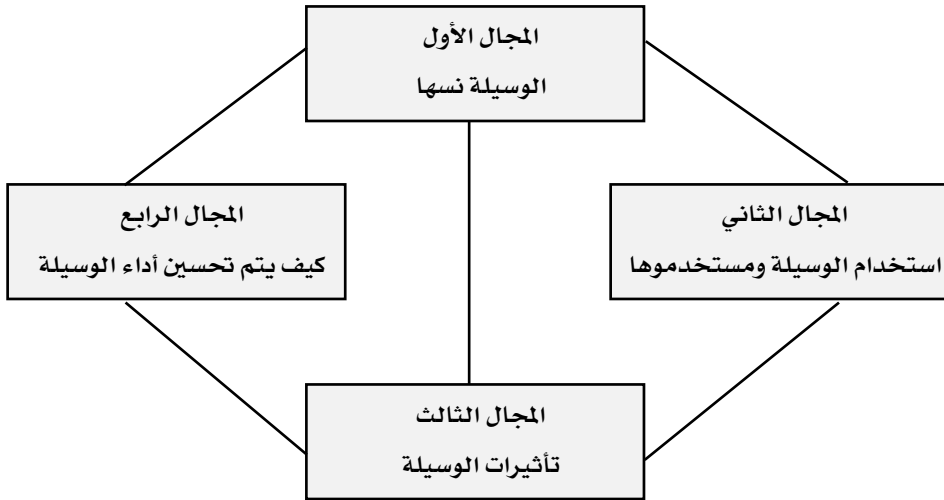
الإعلاميين المهنيين، وأن العدد القليل المتوافر منهم يتم تعليمهم وتدريبهم من جهة أساتذة ينتمون أكاديمياً وفكرياً (أيدلوجياً) لمدارس فكرية محددة، يتعزز معها تأثيرات مباشرة لأنظمة الحكم والنخب المتسلطة، فلا يستطيع الباحثون (الجدد) اتخاذ مواقف نقدية محددة تجاه وسائل الاتصال أو القضايا السياسية التي يتم تناولها داخل أو خارج بلدانهم، بل تقتصر هذه البحوث على التاريخ والوصف للواقع، باستثناء القليل منها تتطرق إلى كيفية التعامل مهنيّاً مع وسائل الاتصال.

كما أن مفردات بعض المساقات الدراسية المقررة على طلبة الإعلام خلال دراساتهم في مرحلة الدراسة الجامعة الأولية (بكالوريوس) أو خلال العام التحضيري، تمهيدي ماجستير أو دكتوراه، أي قبل الشروع في كتابة بحوث الاتصال، هي الأخرى تعتمد على بعض المؤلفات التي قد مضى على تاريخ تأليفها عقود من الزمن، وبعضها فيها قصور من حيث المضمون العلمي، وبعضها الآخر لا تواكب التطورات الحديثة الحاصلة في وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات، فضلاً عن أن المتوفر منها في المكتبات يتناول مجالات البحث العلمي بشكل عام، ويركز على الخطوات المنهجية المتبعة في البحث، والمجالات التاريخية والوصفية لدراسة نشأة وسائل الاتصال، والتنظير الأكاديمي لكيفية خطوات البحث وإعداد استمارة الاستبيان، وعند القراءة النقدية لبعض هذه الكتب يظهر التباين بشكل واضح بين مؤلفيها حول بعض قضايا البحث في مجال الاتصال، بل تبرز فيها وجهات نظر متباينة إلى الحد الذي يصعب معه التمييز بين الصواب والخطأ، ومثل هذا الواقع في مجال البحث لا يمكن أن يشكل منطلقات قوية لإعلام مؤثر⁽⁷³⁾.

وتعدّ بحوث الاتصال الحديثة من أهم الأساليب العلمية التي تستخدم في التعرف على اتجاهات وسائل الاتصال المختلفة، والأنشطة التي يتم تنفيذها من خلال بحوث العلاقات العامة وبحوث الإعلان والتسويق وبحوث الرأي العام وغيرها من مجالات الاتصال بأفراد الجمهور.

ويستخدم في تنفيذ بحوث الاتصال مناهج البحث العلمي المتعارف عليها، ومنها البحوث الوصفية والمسحية والميدانية وتحليل المضمون، إلا أنها تختلف عنها في المجال والقضية والهدف من إجراء البحث، فمثلاً في بحوث الإعلان يراد التعرف على دراسات السوق، وفي الغالب ما تمول بحوث الإعلان من جهة منظمات تجارية. وسوف يتناول المبحث التالي مجالات بحوث الاتصال الحديثة.

(الشكل رقم 2 يوضح مجالات البحث في وسائل الاتصال الحديثة)



المبحث الثاني

مجالات بحوث الاتصال الحديثة

- أولاً : بحوث الصحافة الورقية والإلكترونية
- ثانياً: بحوث وسائل الاتصال الإلكترونية
- ثالثاً: بحوث العلاقات العامة
- رابعاً: بحوث الإعلان والتسويق
- خامساً: بحوث الرأي العام



المبحث الثاني

مجالات بحوث الاتصال الحديثة

يتناول هذا المبحث مجالات بحوث الاتصال الحديثة، من خلال المحاور الآتية :

أولاً: بحوث الصحافة الورقية والإلكترونية

مناهج البحوث العلمية المستخدمة في دراسة المطبوعات الصحفية، شبيهة بتلك المناهج المستخدمة في مجالات بحوث الاتصال الأخرى، فمنظمات البحوث الأكاديمية تستخدم غالباً تحليل المضمون، والتجارب، ومجموعات التركيز، والمسوح، من بين الإجراءات الأخرى، لدراسة الصحف والمجلات. وأصبحت بحوث الاتصال في المطبوعات الصحفية تركز بشكل رئيس على أن تكون موجهة في مجال التطبيق العملي⁽⁷⁴⁾.

وقد أجريت العديد من الدراسات والبحوث العلمية التي تناولت الصحافة المطبوعة منذ العقود الأولى من القرن العشرين، واهتمت تلك الدراسات ببحوث القراء وتفضيلاتهم لأنواع محددة من الصحف وللمضامين المنشورة، ولعل المسح الذي أجرته رابطة ناشري الصحف الأمريكية بعنوان (الدراسات المستمرة للصحف) هو من أكثر المسوح التي أجريت آنذاك اكتمالاً واتقاناً، إذ أشتمل المسح على أكثر من خمسين ألف مقابلة مع القراء وشمل المسح (130) صحيفة⁽⁷⁵⁾.

وتعدّ بحوث الصحافة المطبوعة مهمة لإدارات الصحف في التعرف على التوزيع الديموغرافي لجمهور القراء، ونسب توزيع القراء في المدن الرئيسة وفي الضواحي، كما أنها مهمة في دراسة تطور الصحافة في مكان محدد، والتعرف

على الدور السياسي والثقافي والاجتماعي الذي تقوم به الصحافة خلال مدة محددة، والتعرف على اتجاهات الصحافة تجاه قضية من القضايا أو مرحلة من المراحل ودورها في التنشئة الاجتماعية في كافة مجالاتها، وتتخذ المنهجية البحثية المتبعة في بحوث الصحافة المطبوعة مجالات متعددة بحسب مشكلة البحث وأهدافه، مثلاً بحوث عادات القراءة والدوافع الشخصية والنفسية، وتنطلق من نظرية الاستخدامات والاشباع وتأخذ أسلوب الاستقصاء في الحصول على البيانات، كالدراسة التي قام بها الباحثون (ويفر وويلهويت وريد)، ووجدوا أن هناك ثلاثة دوافع هي الأوسع شيوعاً بين القراء، وهي:

- 1- الحاجة إلى معرفة ومتابعة ما يجري في البيئة المحيطة وفي دول العالم.
- 2- الحاجة إلى الترفيه عن النفس.
- 3- الحاجة إلى تضيئة الوقت.

أما البحوث التي تهتم بدراسة تطور الصحافة فتعتمد أكثر على المنهج التاريخي في البحث والتقصي والاستنتاج، والدراسات التي تتناول اتجاهات الصحافة فتعتمد أكثر على تحليل المضمون، وهكذا بالنسبة للدراسات والتوزيع وبحوث الطباعة والإخراج الصحفي والفنون الصحفية المختلفة⁽⁷⁶⁾.

وتهدف البحوث التي تدرس جمهور المطبوعات الصحفية التعرف إلى ما يأتي⁽⁷⁷⁾:

- معدل شراء الصحف والمجلات اليومية أو الأسبوعية أو الشهرية.
- نسب اشتراك الجمهور في الصحف والمجلات ومدى إقبالهم على قرأتها.
- الوقوف على مدى تفضيل القراء لصحيفة أو مجلة محددة على غيرها.
- مدى تفضيل القراء لموضوعات محددة على غيرها في الصحف والمجلات.
- مدى تفضيل الجمهور لكتاب أو محررين على غيرهم ودرجات التفضيل وأسبابه ومبرراته.
- عدد قراء زاوية محددة أو صفحة محددة من صحيفة أو مجلة وأسباب هذا الاختيار.

- التعرف على عادات القراء للصحف والمجلات وأهمية هذه المعرفة في تطوير الصحافة المقروءة في الشكل والمضمون.
- مسح آراء القراء فيما يتصل بالوقت الذي يقضونه في قراءة الصحف والمجلات.
- التعرف على آراء ومقترحات القراء بهدف تطوير المضامين أو أساليب العرض.

لقد كانت العديد من بحوث الصحافة المطبوعة المبكرة نوعية، أي أنها تتناول قضايا تتصل بنشأة الصحافة وقوانين الصحف وتأريخها، ومقارنات دولية بين الصحف وأخلاقيات ممارسة مهنة الصحافة، وبعد ذلك بدأت البحوث الكمية تنتشر في الدوريات الأكاديمية، وأتضح أن النمط السائد للدراسات هو مسح اهتمامات القراء في محتويات الصحف أكثر من غيره من الأنماط. ومع انتشار أدوات البحث الكمي على نطاق واسع، وزيادة تبنيه من جهة الباحثين أصبحت بحوث المطبوعات الصحفية أكثر أمبيريقية.

ويقوم الباحثون في المطبوعات الصحفية الإلكترونية بتنفيذ العديد من الدراسات الحديثة، منها: دراسة جمهور القراء، والتوزيع والإدارة وقابلية (سهولة) استخدام المواقع الإلكترونية. وتركز معظم الدراسات على القراء، مع دراسات التوزيع والإدارة في المركز الثاني، من خلال الصحافة الإلكترونية⁽⁷⁸⁾.

وبحلول عقد التسعينيات من القرن العشرين بدأت شبكة المعلومات الدولية - الإنترنت (Internet)، تنتشر بشكل في مجال وسائل الاتصال التقليدية والإلكترونية، مما دفع بالصحف الورقية أن تتنافس مع الصحافة الإلكترونية لجلب اهتمام الجمهور واستثمار المعلنين. بعد أن دخلت أول صحيفة ورقية إلى موقعها على شبكة الإنترنت عام 1992، وهي صحيفة (تريبيون) الأمريكية، وهذا التطور الحديث في مجال الصحافة الإلكترونية دفع بالعديد من الباحثين إلى تبني إجراء دراسات وبحوث علمية عن واقع الصحافة الورقية في ظل منافسة الصحافة الإلكترونية لها. وأصبح الناشرون

مهتمين بدراسة أولئك الذين يقرأون على شبكة الإنترنت مقارنة بمن يقرأون المطبوعات الصحفية الورقية⁽⁷⁹⁾.

ودراسات القارئ من خلال شبكة الإنترنت أصبح من الدراسات الحديثة، على الرغم من أنه لا يزال في دور التطور، لأن الصحف تحاول تجديدها قراء، وجذبهم إلى تصفح الصحيفة على شبكة الإنترنت، من خلال توجيه بعض الأسئلة عن كيفية قراءتهم للصحيفة الإلكترونية! وأماكن تواجدهم! في داخل البلد الذي تصدر فيه الصحيفة أم خارج حدودها؟ ويقارن إجاباتهم مع إجابات الجماهير التي تقرأ الصحيفة ورقياً، وما إذا كانت هناك صلة بين المجموعتين، وما الدوافع الرئيسة لاستخدام شبكة الإنترنت في قراءة النسخة الإلكترونية من الصحيفة، ومثل هذه الدراسات تعطي مؤشرات علمية حول تحول بعض الصحف الورقية إلى الطباعات الإلكترونية، وتخفيض عدد العاملين فيها⁽⁸⁰⁾.

ثانياً: بحوث وسائل الاتصال الإلكترونية

برز الاهتمام ببحوث وسائل الاتصال الإلكترونية منذ عقد الثلاثينيات من القرن العشرين، حين أصبحت الإذاعة وسيلة اتصال جماهيرية لها جمهور واسع من المستمعين ومع صعوبة حصر الجمهور فإن البحوث اتخذت منهجية بحوث التقديرات وتجمع بيانات بحوث التقديرات العينة الاحتمالية متعددة المراحل لضمان أن تعكس العينة التوزيع الحقيقي للسكان. وتجمع بحوث التقديرات بثلاث أساليب، هي⁽⁸¹⁾:

1- أسلوب المقياس الإلكتروني، كما يسمى مقياس المشاهدة أو الاستماع، وتتم من خلال استخدام جهاز إلكتروني يسجل آليا (أوتوماتيكيا) الوقت والمحطة التي تفتح في المنازل، وكم الوقت الذي تم فيه التشغيل، وتم اعتماد هذا الجهاز للتعرف على استخدام (1170) منزلاً في الولايات المتحدة الأمريكية. ومع التطورات التقنية الحديثة أصبح من الممكن استخدام مقياس المشاهدة أو الاستماع في العديد من القنوات.

- 2- أسلوب استخدام المذكرات، ويتم من خلال استخدام الأجندة اليومية، حيث يطلب من أفراد العينة تسجيل القنوات التلفزيونية التي شاهدها أو المحطات الإذاعية التي استمعوا إليها وتسجيل المدة الزمنية للتعرض لها.
- 3- أسلوب الاستجواب الهاتفي، ويتم هذا النوع من البحوث باختيار عشوائي عدد من البيوت والاتصال بهم لمعرفة ما يشاهدون أو يستمعون إليه من محطات إذاعية وقنوات تلفزيونية، وبرامج مفضلة.

وتعدّ بحوث مسوح وسائل الاتصال الالكترونية ضرورية، لاسيما مع التطورات التقنية (Technology)، المتلاحقة، والتي أدت إلى تغير النظرة إلى المضامين كمأونوعاً وإلى السرعة في عملية إنجازها، وهي مهمة في التعرف على الخصائص الفنية والتقنية ومدى التغطية لوسائل الاتصال والتعرف على شخصية الوسيلة الإعلامية، وتأسيساً على ذلك فقد تناولت البحوث المسحية لوسائل الاتصال الإلكترونية القضايا الآتية⁽⁸²⁾:

- دراسة دور الخصائص التقنية لكل وسيلة في طبيعة التغطية التي تحققها.
- البحث في دور الخصائص التقنية في مجال الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني.
- دراسة دور وسائل الاتصال الجماهيري في توفير البيئة النفسية للمستمعين والمشاهدين، بهدف تهيئتهم نفسياً وذهنياً لتقبل البرامج التعليمية والفكرية والتربوية والثقافية والاجتماعية.
- البحث في التأثيرات التي تحدثها وسائل الاتصال الجماهيري المسموعة والمرئية في الجمهور ودراسة أثارها وانعكاساتها المحتملة على الأطفال والشباب والفئات العمرية الأخرى.
- التعرف على شخصية أية وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري، من خلال خصائصها التقنية ومستوى التغطية وكفاءة كوادرها لإتاحة الفرصة للمعلنين وأصحاب المصلحة في اختيار الوسائل الأكثر تأثير أو استماع أو مشاهدة لغرض نشر إعلاناتهم وتقديم أنشطتهم من خلالها.

ويمكن الإشارة إلى بعض القضايا التي يتقصاها الباحثون في وسائل الإعلام الإلكترونية، من خلال الآتي⁽⁸³⁾:

- أي شكل من أشكال البرامج (Format)، يجب أن تتبناه المحطة الإذاعية؟
- أي نوع من أنواع الأغاني يجب أن تقدمها المحطة الإذاعية؟
- ما مواصفات مقدمي البرامج الذين يرغب المستمعون في الاستماع إليهم في البرامج الإذاعية؟
- ما هي أنطباعات المشاهدين في عرض برنامج تلفزيوني جديد؟
- ما أكثر البرامج مشاهدة من بين برامج التلفزيون الإخبارية؟ وما أقلها مشاهدة؟

ثالثاً: بحوث العلاقات العامة

تعاني الممارسة العملية للعلاقات العامة من عدم الاعتماد على استخدام الأسلوب العلمي في تخطيط أنشطة العلاقات وتقويمها، ولهذا فإن ترشيد الأداء الإداري للعلاقات العامة يجب أن يبدأ من نقطة الاعتماد على البحوث والدراسات، لاسيما وأن العلاقات العامة تؤدي وظيفتها في إطار الاتجاهات والقيم والرغبات والحاجات الإنسانية، وهي المتغيرات التي يصعب قياسها بدقة، ويستحيل حصرها من خلال الاجتهادات الشخصية.

كما أن البحث والتحري، من أهم الخطوات التي تنبني عليها المقومات الأساسية لنجاح نشاط العلاقات العامة، فالمنظمة التي تنتمي إليها هذه الإدارة بحاجة إلى معرفة آراء المجتمع وردود الفعل عند اتخاذ أي قرار أو تنفيذ أي نشاط، لذا ينبغي الإجابة في نهاية البحث عن سؤال مهم مفاده، ما الذي يجري الآن؟

ويرى د. محمد الجوهر أن وظائف العلاقات العامة تتمحور حول النقاط الآتية⁽⁸⁴⁾:

- 1- تحديد الاتجاهات الأساسية للجماهير وآرائها وتركيباتها.
- 2- التعرف على رأي الأغلبية.
- 3- توفير مدخلات حقيقية للتخطيط.
- 4- تحديد قادة الرأي.

- 5- الكشف المبكر عن مناطق الاضطرابات والأزمات والمشكلات.
 - 6- تحديد أهمية حجج المنافسين.
 - 7- تحديد الموضوعات الأكثر أهمية وتأثيراً في الجماهير ذات العلاقة.
 - 8- توفير رجع الصدى في تخطيط البرامج المستقبلية وتنفيذها ومتابعتها.
- وتهدف وظيفة البحوث في مجال العلاقات العامة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، منها⁽⁸⁵⁾:
- 1- نقل صور متكاملة ودقيقة عن اتجاهات الجمهور العام الداخلي أو الخارجي إلى الإدارة، بهدف أخذه في الاعتبار عند تحديد ورسم السياسات الرئيسة للمنظمة.
 - 2- توفير المواد والمعلومات التي تكفل للعلاقات العامة التعرف على وجهة نظر جماهيرها، حتى يمكن تخطيط عملية الاتصال على أساس الوعي ومعرفة آراء وأفكار مختلف فئات الجماهير واتجاهاتها.
 - 3- إمداد الإدارة بصورة صادقة وحقيقية لأفكار الجماهير ووجهات نظرهم ودوافعهم ورغباتهم وكمية ونوعية المعرفة المتوافرة لديهم، مما يؤدي إلى توافر المقومات الموضوعية لعملية اتخاذ القرارات.
 - 4- إتاحة الفرصة أمام الجمهور المتعامل مع المنظمة للاتصال بالإدارة والتعبير عن وجهة نظره فيما يرضى وما لا يرضى، وبهذا تحقق الإدارة هدفين، أولهما التعرف على مجالات القوة والضعف ومواطن الشكوى والقصور لديها، وثانيهما إشباع الرغبة لدى الجماهير الداخلية والخارجية في التعبير عن وجهات نظرهما، مما يؤدي إلى الإحساس بالمشاركة في العملية الإدارية من جهة مختلف فئات الجمهور، ورفع الروح المعنوية، وتحرك روح الفريق بين جمهور العاملين في المنظمة على اختلاف مستوياتهم الإدارية.
 - 5- كما تهدف البحوث، بالنسبة لجمهور العاملين، إلى استقصاء الاقتراحات التي تؤدي، إذا ما طبقتها الإدارة بنجاح، إلى توافر ظروف ومقومات أفضل للعمل، وتحقيق معدلات أداء أعلى، سواء من حيث الكم أو الكيف، مما ينعكس على تنمية المخرجات النهائية للمشروع.

6- لما كانت مهمة العلاقات العامة الحديثة التوقع والتبوء والتفكير المستقبلي، فإن البحث المستمر عن الحقائق ومحاولة الربط بين الاتجاهات والمتغيرات والظواهر المختلفة وتفسيرها ودارسة انعكاساتها على السياسة العامة للمنظمة يحقق هذه المهمة، وبذلك تتمكن الإدارة من التعرف على المشكلات المتوقعة، واكتشاف الأسباب قبل وقوعها أو استفعالها وانتشارها.

7- جمع معلومات تفصيلية عن فئات الجماهير التي تتعامل معها المنظمة، نظراً لتنوع هذه الجماهير واختلاف خصائصها، وهو ما يفيد في تصميم الأساليب والمداخل الاتصالية والاقناعية المختلفة لكل فئة، فضلاً عن اكتشاف القيادات الجماهيرية ومدى تأثيرها، والتعرف على القيم السائدة لدى كل فئة وآرائها واتجاهاتها، مما يسهل من مهمة خبراء العلاقات العامة في رسم البرامج الاتصالية الفعالة.

ويريد. على عجلة أن بحوث العلاقات العامة تحقق العديد من الأهداف، منها⁽⁸⁶⁾:

1- التعرف إلى الآراء والاتجاهات: كي يتحقق التجاوب بين المرسل والمستقبل يحتاج المرسل إلى معرفة الخصائص العامة للجمهور من حيث النواحي النفسية والاجتماعية، فضلاً عن القيم والاتجاهات والآراء السائدة بين الجمهور الذي يمثل المستقبل في عملية الاتصال. ويتحقق ذلك من خلال الأبحاث التي تنقل إلى المنظمة معلومات كافية عن قيم وآراء الجمهور.

2- التعرف على الذات: الاتجاهات هي المرآة التي تري المنظمة من خلالها صورتها كما يراها الجمهور، ويتوقف وضوح الصورة في هذه المرآة على دقة إجراء البحث وموضوعيته، وصدق تحليله وتفسيره لصانعي القرار بالمنظمة. وتساعد هذه الصورة الموضوعية على إجراء عملية التصحيح الذاتية المبنية على الحقائق والمعلومات الواردة في نتائج البحث. وكثيراً ما تتخذ قرارات وترسم سياسات على افتراض خاطئ لمضمون صورة المنظمة في أذهان الجماهير.

3- منع الأزمات والاضطرابات: حينما يمكن التنبؤ بالمشكلة مبكراً يصبح من

اليسير وضع الحلول المناسبة لمنع انفجارها والتحرك لمواجهتها. ومن هنا تصبح وظيفة البحوث ذات أهمية حيوية في التنبؤ بالمشكلات من خلال التقاط المعلومات والشائعات التي قد تؤدي إلى انفجار أزمة أو حدوث اضطرابات في العلاقة بين المنظمة وأي جمهور من جماهيرها.

أنواع بحوث العلاقات العامة:

يرى د. محمود يوسف بأنه يمكن تقسيم بحوث العلاقات العامة إلى الأتي (87):

1- بحوث تهدف إلى التعرف على الصورة الذهنية للمنظمة لدى الجماهير: وهي البحوث التي تستهدف اكتشاف اتجاهات الجماهير تجاه المنظمة واعتقاداتهم بشأنها ودرجة فهمهم لها، وما يحبونه وما لا يحبونه بالنسبة لها، كما تدل نتائج هذه البحوث على مدى معرفة الجماهير بالمنظمة ومكانتها في نفوسهم، وآرائهم فيما يتصل بسياساتها الإنتاجية والتسويقية والخدمة والإعلانية والترويجية والقوى البشرية العاملة بها. وتمثل مثل هذه البحوث الإدارة بالمعلومات التي تتيح لها إعادة النظر في سياساتها وقراراتها، وتصحيح المفاهيم الخاطئة لدى الجماهير، والتعرف على نقاط الجذب والتأثير في عقلية الجماهير، وتحسين الصورة الذهنية للمنظمة المسيطرة على عقلية الجماهير.

2- بحوث الدوافع: وهي التي تستهدف الكشف عن الأسباب المؤدية إلى توافق اتجاهات الجمهور مع سياسية المنظمة أو عدم توافقها، وتتضمن بحوث الدوافع في مجال العلاقات العامة دراسة الرأي العام بالوسائل التي تستخدم في الدراسات النفسية والاجتماعية والأنثروبولوجيا، وهي لا تبحث فقط عما يقوله الناس عن المنظمة وإنما عما يفكرون فيه أو يشعرون به حقيقة. ويتبع المفهوم الأساس لبحوث الدوافع من حقيقة أن آراء الجماهير ماهية الإنتاج إحساساته العاطفية وحاجاته ودوافعه الخافية، التي تدفعه إلى التفكير بهذا الأسلوب أو في اتجاه محدد، ولكي يستطيع خبير العلاقات العامة أن يتعرف على آراء الأفراد فمن الضروري أن يسعى إلى الكشف عن التأثيرات النفسية، وما يعتمد من مشاعر في العقل الباطن

لديهم والتي تحكم اتجاهاتهم تجاه المنظمة، وقد كشفت بعض المقابلات التي أجريت للكشف عن الدوافع الخفية لدى عينة من الأفراد، أن آرائهم لا تتكون في الغالب، بناء على الحقائق والمنطق ولكن يتدخل في تكوينها بعض الاعتبارات العاطفية والمجالات غير المنطقية.

3- بحوث تهدف إلى قياس فعالية برامج العلاقات العامة: يستخدم هذا النوع من البحوث في قياس مدى تأثير برنامج العلاقات العامة للمنظمة على الرأي العام، ومن أهم أساليب القياس (قبل وبعد البرنامج)، حيث يقوم الباحث بدراسة آراء واتجاهات ومعلومات ومعتقدات مجموعة من الأفراد تجاه المنظمة، ثم يقوم بتعريضهم لحملة العلاقات العامة بإبعادها المختلفة، وبعد ذلك يعاود دراسة آرائهم واتجاهاتهم الجديدة لقياس مدى التغير الذي حدث فيها ونوعيته، كنتيجة لتأثير نشاط العلاقات العامة فيهم، كما تستهدف بعض هذه البحوث قياس مدى تأثير أنشطة محددة للعلاقات العامة في الرأي العام.

4- بحوث تهدف إلى التعرف على آراء واتجاهات نوعيات محددة من الجمهور: وتفيد مثل هذه البحوث في حالة تعدد نوعيات الجماهير التي تتعامل معها المنظمة، ويستهدف هذا النوع من البحوث التعرف على آراء كل مجموعة نوعية على حده، مثل العاملين، والمستهلكين، والعملاء، والموزعين، والموردين، والمواطنين المحليين في المجتمع المحلي للمنظمة، وقادة الرأي، حيث نجد أن لكل مجموعة آراء واتجاهات محددة في موضوعات قد تختلف عن الموضوعات التي تهتم بها المجموعات النوعية الأخرى من الجماهير، فالأسئلة التي توجه إلى العاملين مثلاً سوف تتناول سياسات المنظمة وقراراتها الداخلية وظروف العمل والإنتاج والإدارة والإشراف واحتياجات العاملين وشكاؤهم، وهذه تختلف عن الأسئلة التي توجه إلى المستهلكين، والتي تتناول مثلاً آرائهم في منتجات المنظمة أو خدماتها، من حيث الكمية والجودة والتوافر والمستوى، وغيرها من المتغيرات التي يهتم بها الجمهور.

5- بحوث تهدف إلى التعرف على الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية الوطنية أو العالمية: وهي نوع البحوث التي تهتم بها المنظمات العالمية التي يمتد نشاطها إلى مناطق متعددة في دول العالم، والمنظمات الدولية والإقليمية إذ أن نشاطها سوف يتأثر بالاتجاهات والظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية سواء في مجتمعها المحلي أو في كافة دول العالم، حيث تمارس نشاطها الاقتصادي أو الإعلامي أو الاجتماعي أو الثقافي أو التربوي، ومن ثم فإن من الضروري أن تدرس باهتمام كافة الاتجاهات والمتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية حتى تستطيع أن توجه برامجها في مجال العلاقات العامة توجيهها مناسباً، مع نوع الاتجاهات القومية أو العالمية السائدة، وبما يتناسب مع طبيعة الجماهير في الدول المختلفة.

أهمية البحث وجمع المعلومات في العلاقات العامة:

يرى خبراء العلاقات العامة أن ممارسة المهنة تمر بالعديد من المراحل أو الخطوات، من أهمها: البحث وجمع المعلومات، فضلاً عن التخطيط وممارسة الاتصال وتقويم البرامج. ولهذا فإن البحث، هو جمع معلومات لغرض محدد يتصل بإجابة تساؤلات محددة حول مشكلة أو ظاهرة غامضة.

والبحث في العلاقات العامة، هو عملية تتضمن جمع المعلومات لغرض محدد يتصل بإجابة تساؤلات محددة، وحل مشكلات تصادف الباحث وفهم ظواهر غامضة. ويقوم الباحث بتنفيذ البحث لكي يعرف ويفهم ويشرح كافة هذه الأشياء أو بعضها، بأسلوب هادف.

وهناك تعريف يرى أن البحث على أنه أسلوب منظم أو فحص استفساري منظم لاكتشاف حقائق جديدة، والتثبت من حقائق قديمة، ومن العلاقات التي تربط بينها أو القوانين التي تحكمها، وأن البحث العلمي هو المحاولة الدقيقة الناقدة للتوصل إلى حلول للمشكلات التي تؤرق البشرية، أو هو الفحص أو التقصي المنظم الذي يهدف إلى الزيادة في المعرفة الحاضرة، ويتم بأساليب تسمح بالنقل والنشر والتعميم، أو هو استعمال إجراءات وأساليب منظمة متقنة سعياً وراء الحصول على المعرفة. وثمة تعريف يصف البحث على أنه

استعداد يؤثر في الإنسان إذا واجهه موقفاً يهمه، ويكتنفه غموض، فيسعى إلى الكشف عن هذا الغموض.

وتنبع أهمية البحث في مجال العلاقات العامة من عدة أسباب، منها:

- يكسب البحث ممارسة العلاقات العامة الصفة العلمية.
- يمكن من معرفة آراء واتجاهات الجمهور.
- يمكن من معرفة خصائص الجمهور.
- البحث يزيد من درجة اليقين ويقلل من عدم التأكد.
- يمكن من معرفة أحوال كافة أفراد المجتمع.
- المعلومات لها دور مهم في مرحلة تقويم نشاطات العلاقات العامة.

ويجمع خبراء العلاقات العامة وباحثوها على أهمية عملية البحث وجمع المعلومات كمرتکز أساس تبني عليه ممارسة العلاقات العامة، وأن هذه العملية تحقق مزايا عديدة، منها:

1- تكتسب ممارسة العلاقات العامة الصفة العملية، فيبدأ العمل بالبحث الذي يعدّ وظيفة مهمة في مجال العلاقات العامة، وتمكن الباحث من الحصول على معلومات يركز عليها في عملية التخطيط. ولهذا لم يعدّ المشتغل بالعلاقات العامة يعتمدون فقط على الحدس والخبرة الماضية، لأن عمل العلاقات العامة يتطلب حقائق وليس تخميناً. وإذا كان أي بناء يبدأ بالأساس، فإن البحوث هي التي تقدم لأنشطة العلاقات العامة الأساس السليم الذي يقوم عليه بناؤها، فهي تساعد العلاقات العامة على أن تتعرف على الأرض التي تقف عليها.

2- إذا كانت عملية التأثير في الناس وكسب الأصدقاء تتطلب فهماً أساسياً بالاتجاهات والآراء التي يعلنها هؤلاء الناس، فإن الخطوة الأولى لبناء رأي عام مؤيد هي أن نعرف شيئاً عن آراء الجمهور. وإذا عرف ممارس العلاقات العامة اتجاهات الجماهير التي يتعامل معها، فإنه يمكن أن يشكل ويفصل اتصالاته بناء على ذلك، ومن ثم يكون أكثر فاعلية في التأثير على آرائهم.

3- إذا كانت البحوث تمكننا من صياغة رسالة اتصالية موجهة لجمهور ما في ضوء خصائص هذا الجمهور، فإنها تمكننا من معرفة تعدد الجماهير، ومن إدراك الاختلافات في الخصائص والسمات بين هذه الجماهير، وهو ما ينبغي أن يؤخذ في الحسبان في عملية الاتصال في العلاقات العامة. فالاختلاف في خصائص الجماهير أمر طبيعي، فلا يوجد جمهور يتطابق أو يتشابه مع غيره في ملامحه كالذكاء والتعليم والخبرة، وهذه جميعاً تبدي تأثيراً عميقاً في قدرة الجمهور على فهم الرسالة.

ومن أجل ذلك وللحصول على الحد الأقصى من التأثير في الاتصال والإقناع، فإنه يجب أن تكون هناك دراسة ومعاملة متصلة بفئات الجمهور، وذلك يعود للأسباب، الآتية⁽⁸⁸⁾:

1- دراسة موقف المجتمع المحلي من المنظمة: فمن الضروري معرفة كيف ينظر أفراد المجتمع للمنظمة. وينصح خبراء العلاقات العامة مثل هذه المنظمات بضرورة الاعتماد في هذا المجال على البحث العلمي الذي يجرى بصفة منتظمة، حتى تكتشف المنظمة ما يفضله الجمهور من أعمالها وممارساتها، وما يكره من أمور تتصل بنشاطها.

2- تعدد الجماهير التي ترتبط بالمنظمة برباط المصلحة المشتركة: فهناك الجماهير الداخلية بنوعياتها المختلفة. وهناك الجماهير الخارجية بنوعياتها المتعددة كالعملاء والمستهلكين وقادة الرأي ووسائل الإعلام والحكومة وغير ذلك من الجماهير.

3- إن عملية البحوث عملية مستمرة لا تكاد تتوقف على ضوء المتغيرات التي تحدث في مواقف الجماهير واتجاهاتها. فلا يمكن الاعتماد على نتائج بحث تم إجراؤه منذ أعوام، فغالباً ما تطرأ ظروف تترك تأثيرها الواضح على اتجاهات الجماهير ومواقفها.

4- إن مفهوم البحث لا يقتصر على دراسة الجماهير الداخلية والخارجية ولكنه يمتد ليشمل البيئة المحيطة بالمنظمة.

إجراءات بحوث العلاقات العامة:

- تمر عملية البحوث في إجراءات متتابعة، وعلى النحو الآتي:
 - تحديد المشكلة أو مجموعة المشكلات المطلوب دراستها.
 - تحديد الفروض المطلوب اختبارها، والتساؤلات التي تسعى الدراسة إلى الإجابة عليها.
 - تحديد مجتمع الدراسة واختيار العينات الممثلة للمجتمع تمثيلاً صحيحاً.
 - تحديد البيانات والمعلومات المطلوب جمعها.
 - تحديد أساليب وأدوات جمع البيانات.
 - تحديد أساليب التحليل التي سيتم اتباعها.
 - القيام بإجراء الدراسة ميدانياً أو تجريبياً أو مكتبياً.
 - تصنيف البيانات وجدولتها وتبويبها.
 - تحليل البيانات ومعالجتها إحصائياً.
 - كتابة التقرير النهائي ووضع التوصيات.
- الجماعة البؤرية وبحوث العلاقات العامة:

تعدّ الجماعة البؤرية، مجموعات النقاش المركزة (Focus Groups Discussions)، وهي بمثابة جماعة محدودة العدد من الأشخاص، يتم استدعاؤهم للاشتراك في جلسة لمناقشة قضايا مختلفة تهتم بها منظمة أعمال ما، وذلك وفقاً لتساؤلات وضعت خطوطها العامة سلفاً، ويديرها رئيس جلسة، وتعدّد لمدة زمنية محددة لا تتجاوز الساعتين، وذلك في مكان مريح، ذي موقع متوسط ومعروف للجميع بحيث يسهل الوصول إليه.

وتهدف مناقشة الجماعة البؤرية التعرف إلى اتجاهات الأفراد وطرائق تفكيرهم تجاه قضية أو موضوع أو شخصية. ويدير الباحث المناقشة ويترك للمبحوثين حرية النقاش فيما بينهم، ولكي يكتب للمناقشة النجاح المطلوب، يجب أن يكون أفراد الجماعة متجانسين، من حيث المستوى الاجتماعي والثقافي والتعليمي والاقتصادي وألا يزيد عدد المبحوثين عن خمسة عشرة

فرداً. والسبب الرئيس في أستضافة الناس في مجموعات نقاش، هو الاستفادة من تأثير الجماعة (Group Effect)؛ حيث إن التفاعل الذي يحدث بين أفراد الجماعة ينتج بيانات ورؤى لن تصدر من دون وجود ذلك التفاعل بين أفراد المجموعة⁽⁸⁹⁾.

وظائف الجماعة البورية:

- تحقق مناقشات الجماعة البورية العديد من الوظائف، من أهمها⁽⁹⁰⁾:
 - 1- اختيار مكثف لبيانات نوعية ترتبط بمشكلات محددة، ذات أهمية خاصة متصلة بمنظمة الأعمال.
 - 2- توليد أفكار جديدة ذات علاقة بالقضية المطروحة للمناقشة.
 - 3- التعرف على آراء المبحوثين تجاه القضايا التي تهتم بها منظمة الأعمال.
 - 4- تحديد القضايا التي تتطلب المزيد من الدراسة لإعداد الدراسات المتعمقة حولها.
 - 5- توليد جمل وعبارات ملائمة للرسالة الإعلامية لمنظمة الأعمال.
 - 6- تساعد الأفراد على الأدلاء بآراء قد يعجزون عن التعبير عنها في حالة المقابلات الشخصية.
 - 7- تساهم في استرجاع الأحداث السابقة لدى أعضاء المناقشة.
 - 8- يمكن أن تجمع مختلف الآراء والاتجاهات، وبالتالي الوصول إلى تقارب في وجهات النظر لهذه الآراء والاتجاهات.

استخدامات جماعة النقاش البورية المركزة:

يؤدي استخدام مقابلات الجماعة البورية المركزة إلى العديد من الفوائد، منها:

- 1- تتيح المجال للحديث الحر، من دون القيود التي تفرضها الأشكال المقننة الأخرى من البحث، حيث يعبر المبحوثون عما يدور في أذهانهم بصدق، ويتحدثون مع بعضهم البعض حديثاً حراً طبيعياً مريحاً، الأمر الذي يعطي

- لهذه المقابلة الجماعية المصداقية، كما تتفادى ضعف أنواع أخرى من البحوث، وذلك من خلال مراقبة التفاعل بين أعضاء الجماعة ومعرفة التناقضات التي تظهر بينهم.
- 2- معرفة آراء الجماعة، وهي في حالة التفاعل.
- 3- تعمل كوسيلة للعصف الفكري، لتوليد الأفكار الجديد.
- 4- يمكن استخدامها بهدف الوصول إلى نتائج سريعة.
- 5- كلفة استخدامها أقل من كلفة استخدام العديد من الأساليب البحثية الأخرى.
- 6- مرونتها عالية سواء في تصميمها أو شكلها.
- 7- تبين شدة الاتجاهات التي تحملها الجماعة البورية.
- 8- كل عضو في الجماعة البورية يصبح مصدراً قوياً وموثوقاً، عما لو كان قدم وجهة نظره بمفرده، حيث يقود كل عضو فيها إلى بدء وبلورة آراء وتعليقات إضافية.
- 9- تتيح للقادة الإداريين لمنظمات الأعمال المشاركة مع أعضاء الجماعة في المناقشة وملاحظات سلوك هؤلاء الجماعة والاستماع إليهم مباشرة.
- 10- تستفيد المنظمة من الجماعة البورية في التعرف على ردود أفعال جماهيرها، تجاه سلعة أو خدمة جديدة تطرحها، أو تجاه برنامج أو فعالية تقوم برعايتها، وتتعرف من خلالها على أفكار وآراء لم تكن على علم بها مسبقاً⁽⁹¹⁾.
- 11- تساهم الجماعة البورية في الحصول على أفكار وجمل إعلانية، وفي تطوير المسودات الأولية للرسائل الإعلانية.
- عيوب استخدام مجموعة النقاش في مجال العلاقات العامة:
- 1- يعتبر بعض الباحثين استخدام العينة البورية نوعاً من البحوث غير الرصينة (العرضية)، التي لا يمكن الاعتماد على نتائجها اعتماداً كاملاً.

- 2- حجم العينة فيها محدود، مما يضعف إمكانية تعميم النتائج التي يتم التوصل إليها. ونتائجها ليست حاسمة ونهائية، بل مجرد نتائج استكشافية.
- 3- لا يمكن استخدامها في الحصول على بيانات معتمدة إحصائياً.
- 4- تحد من قدرة الباحث على اكتشاف شخصية وخبرة كل عضو من أعضاء الجماعة الواحدة.
- 5- يسيطر بعض الأعضاء فيها على مناقشة الجماعة، مما يؤدي إلى امتناع أو تردد الآخرين في التعبير عن وجهات نظرهم.
- 6- قد لا يسمح وقت لقاء الجماعة البؤرية في تغطية كافة الموضوعات المطروحة للمناقشة، لا سيما إذا كان هناك إسهاب في الطرح والتعليق من جهة بعض المشاركين فيها.
- 7- يقتصر تواصل الجماعة البؤرية على أسلوب الاتصال الشخصي المباشر.
- 8- إمتناع بعض المشاركين في الجماعة عن التعبير عن آرائهم، عندما تطرح قضايا وموضوعات ذات طابع شخصي.
- 9- عدم قدرة رئيس جلسة الجماعة على دفع كافة المشاركين بالتعبير عن آرائهم، في كافة القضايا والموضوعات المطروحة، مما قد يفقدها بعض الآراء ووجهات النظر الثمينة، ويقلل من أهميتها كأسلوب حديث في البحث.
- 10- رفض بعض الأشخاص من المشاركة بالمناقشات الجماعية، بذريعة ضيق الوقت أو عدم الرغبة أو غير ذلك من الأسباب، على الرغم أن وجودهم في المناقشة يعدّ إضافة نوعية للقضية والموضوع المطروح للنقاش.
- 11- قد تستحوذ على وجه نظر واحدة على موضوع المناقشة.
- 12- قد يصعب تقريب وجهات النظر بين المناقشين من أعضاء الجماعة.
- 13- لا تتيح للفرد التعمق في المناقشة.
- 14- قد تصيب المتابع لها بتشتت أفكاره، لعدم الاتفاق على وجهة نظر واحدة.

الطرق الإسقاطية:

تهدف الطرق الإسقاطية التعرف إلى حقيقة دوافع واتجاهات الأفراد تجاه قضايا أو موضوعات محددة، منها:

- عدم رغبة الأفراد في الإفصاح عن اتجاهاتهم ودوافعهم تجاه هذه القضايا.
- عدم قدرة الأفراد على التعبير عن هذه الدوافع والاتجاهات.
- جهل بعض الأفراد بحقيقة اتجاهاتهم ودوافعهم تجاه هذه القضايا.
- حصول الأفراد على معلومات خاطئة عن هذه القضايا.

وتقوم فكرة هذه الأسلوب على أن الفرد عندما يتعرض لمثير مبهم يقوم بتفسيره بناءً على خبراته السابقة واتجاهاته من دون شعور منه.

مجموعات النقاش المركزة من خلال شبكة الإنترنت:

منذ عقد التسعينيات من القرن العشرين، بدأ بعض الباحثين والمنظمات المحلية والدولية في استخدام شبكة الإنترنت لإجراء ما أطلقوا عليه (مجموع النقاش المركزة)، ولكنها تختلف عن الشكل التقليدي لتلك الأداة؛ حيث لا يوجد المنسق مع المبحوثين في مكان واحد لمناقشة موضوع الدراسة، وإنما تستخدم حجرات الدردشة من خلال الإنترنت، حتى يتمكن المبحوثون من تسجيل إجاباتهم عن أسئلة المنسق أو للرد على غيرهم من المبحوثين⁽⁹²⁾.

رابعاً: بحوث الإعلان والتسويق

لقد أصبح الإعلان عاملاً اقتصادياً مهماً ضمن اقتصاديات وسائل الاتصال، مما أدى إلى دعم البحوث في مجال اختبار تأثير وسائل الاتصال على الجمهور المستهلك، لا سيما بعد انتشار وسائل الاتصال الإلكترونية كوسائل إعلانية. وأصبح المعلنون حريصين على معرفة مدى فاعلية إعلاناتهم تأثيراً في الجمهور وفي معرفة مدى استجابة الجمهور لوسائل الاتصال⁽⁹³⁾.

ويعد الإعلان من أكثر النشاطات التسويقية تكلفة، كما يعد نوعاً من أنواع الاستثمار، ولا بد من التأكد من أنه يحقق عائداً مجزياً، ROI. وعليه

يجب أن يتم التحقق من مدى فعاليته لتحقيق أهدافه، ويتم ذلك من خلال عدة أساليب وأدوات أهمها البحوث، والتي تشمل البحوث قبل البدء في إطلاق الإعلان والبحاث بعد انتشار الإعلان.

وتعتمد بحوث الإعلان على أنواع البحوث الأخرى، فتصميم ونشر إعلان محدد يعتمد على خصائص السوق المستهدف بالإعلان، من هم، مواقع سكنهم، نشاطاتهم، حجم السوق، حيث يمكن الحصول على هذه المعلومات من خلال بحوث التسويق المتصلة بالمستهلكين، تعرف بحوث الإعلان في سياق البحوث التسويقية باعتبارها أحد أنواع البحوث التسويقية⁽⁹⁴⁾.

ومن المهم إن نعرف أنخطط الإعلان لا تهدف فقط إلى زيادة المبيعات بل تشمل إلى تدعيم الثقة بين المنظمة والمستهلك وزيادة ولاء المستهلكين للعلامة التجارية.

إن الهدف من البحث التسويقي هو الحصول على المعلومات التي تساعد في التعرف على فرص السوق والمشاكل التسويقية، حيث تم تعريف بحوث التسويق بأنها، تنظيم وتعريف وتجميع وتحليل ونشر المعلومات لتحسين اتخاذ القرار المرتبط مع تعريف وحل المشكلات والفرص في التسويق. وهي الوظيفة التي تربط العميل، المستهلك والعامه برجل التسويق من خلال المعلومات، حسب رأي الجمعية الأمريكية للتسويق.

العملية المنظمة في استخدام البحوث الرسمية وجمع البيانات الثابت لدعم وظيفة التسويق داخل المنظمة. هذه المعلومات تستخدم لمعرفة الفرص المتاحة، المشاكل، رصد الأداء وربط مدخلات التسويق بالمرجعات المرغوبة مثل الوعي، الإشباع، المبيعات، المشاركة والربحية (Feinberg et al).

أهمية بحوث الإعلان:

تعدّ بحوث الإعلان الوسيلة الرئيسة لتقديم المعلومات، وتقييم مدى فعالية برامج الإعلان المختلفة، حيث تنبع أهمية بحوث الإعلان من خلال الآتي:

1- تجنب الصرف الغير مبرر: النشر في وسائل الاتصال المختلفة يكلف المنظمة

مبالغ ضخمة ومن دون قياس للإعلان ومدي فعاليته (قبل العرض)، لا يتم الصرف على الإعلان بأسلوب علمي، حيث يمكن أن يتم الصرف على إعلان لا يحقق الهدف من عرضه، وبالتالي يكون الصرف عليه زيادة في التكاليف الكلية مع عدم الحصول على عائد.

2- تقييم الخيارات الفنية للإعلان: يتم تقييم الخيارات الفنية للإعلان من خلال تقييم الرسائل، هل يتم إرسال عدة رسائل أو رسالة واحدة؟، هل من المناسب الإعلان في الصحيفة؟ أم في الإذاعة؟ أم في التلفزيون؟، أم من خلال وسائل أخرى، حيث تحدد البحوث نوعية الأساليب المناسبة لبرنامج الإعلان.

3- زيادة فعالية الإعلان بشكل عام: من الأخطاء الشائعة في تصميم المنظمات لإعلاناتها، هو افتراض أن الجمهور المستهدف يعرف منتجها، وبالتالي تركز على الشكل الإبداعي للإعلان من دون الهدف من الإعلان والمحتوى الذي يمثلها، والبحوث الإعلانية تمد المنظمات والدوائر بالمعلومات التي تمكنها من تصميم وعرض إعلاناتها وفق خصائص السوق المستهدف.

4- تحديد مدى تحقيق الأهداف: من خلال بحوث الإعلان، يتم قياس مدى تحقيق الإعلان لأهدافه، فإذا تم تحقيق الأهداف يعنى ذلك نجاح فعالية الإعلان، أما إذا لم يتم تحقيق أهداف الإعلان فيجب البحث عن أساليب إعلان أخرى، وهذا من أهم أهداف البحث.

مجالات بحوث الإعلان:

تشمل بحوث الإعلان مكونات الاتصال المختلفة، والإعلان كأسلوب من أساليب الاتصال، يتكون من معلن يريد أن يرسل رسالة محددة، رسالة، وهو ما يريد المعلن أن يوصله، وسيلة، وهو المضمون الذي سوف يتم من خلالها توصيل الرسالة، ومتلقي، وهو المستقبل للرسالة، حيث تشمل بحوث الإعلان المعلن، الرسالة، الوسيلة والمتلقي.

ويمكن تصنيف البحوث الإعلانية إلى الأقسام الآتية⁽⁹⁵⁾:

1- بحوث الرسالة، ويتم استخدام بحوث الرسالة لاكتشاف ما إذا كانت الحملات الإعلانية قد حققت أغراضها، وللإجابة على تساؤلات أساسية مثل، ماذا ستقول الرسالة؟ وهي تلك البحوث التي تدرس وتحلل مضمون الرسالة الإعلانية ليحدد المعلن أيهما سيكون أكثر فاعلية في الترويج وبيع السلعة أو لغرض تحليل مضمون الرسائل الإعلانية المنافسة لغرض التعرف على نقاط القوة والضعف فيها.

- كيف يجب أن تقال؟ عندما يتم إعداد مضمون الإعلان، وتجري اختبارات للتحقق من أفضل الأساليب فعالية للتأثير في الأفكار، مثل البحوث التي تجرى لغرض التعرف على عناصر الإعلان بشكل منفصل، مثل دراسة الرسوم التوضيحية أو العناوين أو الشكل، وهي القضايا المتصلة بادراك المتلقي للإعلان، وهناك البحوث التي تجرى على المضمون الكامل للإعلان، لاسيما الإعلانات الإذاعية بسبب الصعوبة في فصل عناصر الإعلان فيها.

- ما تأثير أو تأثيرات الرسائل الإعلانية؟ وهي المرحلة الأخيرة في بحوث الرسائل، لأنها من الاختبارات البعيدة، أي بعد ظهور الإعلان بوقت قصير لتحديد فيما إذا كان للحملة الإعلانية التأثيرات المطلوبة، ولغرض تصحيح أية تأثيرات سلبية قد تؤدي إلى تشويه صورة المنظمة أو غير ذلك من أوجه القصور.

2- بحوث الوسيلة: تهدف البحوث التي تتناول الوسيلة الإعلانية إلى التعرف على أكثر الوسائل الإعلانية تأثيراً للإعلان عن سلعة أو خدمة محددة، والتي تصل إلى أكبر عدد من المستهلكين بأقل تكلفة، ويستخدم لذلك المقياس العام لكفاءة الوسائل، ويتم حساب التكلفة لكل ألف من الجمهور في المعادلة الآتية:

- التكلفة لكل ألف يساوي تكاليف الإعلان/ على عدد الجمهور (1000%)، وإذا كلف إعلان ما يساوي (40000) دولار، ووصل إلى جمهور تعداده (400000) شخص، فإن التكلفة سوف تكون (100) دولار.

وتجرى بحوث الوسيلة للعديد من الأسباب، منها⁽⁹⁶⁾:

- 1- لتحديد حجم الجمهور وتركيبته، والوسيلة أو الوسائل الاعلانية.
- 2- لدراسة التكرارات النسبية للتعرض للإعلان الذي يتم توفيره بالمزج بين الوسائل الاعلانية المختلفة.
- 3- للحصول على معلومات حول النشاط الاعلاني للمنافسين.

مستويات بحوث الإعلان:

يمكن تصنيف البحوث الاعلانية من حيث الزمن الذي تجرى فيه البحوث، بحوث قبلية (Pretests)، وتجري قبل بدء إطلاق الإعلان، وبحوث بعدية (Posttests)، وتجري بعد انتشار الإعلان.

1- البحوث القبلية (Pretests)

يتم إجراء عدد من البحوث قبل البدء بإطلاق الإعلان، مثال لذلك اختبار المفهوم، اختبار المحتوى، اختبار التصميم، وغير ذلك من الاختبارات، ويتم إجراء هذه البحوث داخليا (الاختبارات المعملية) وخارجية (الاختبارات الحقلية)، وهي الاختبارات التي تتم في البيئة التي سوف يتم عرض الإعلان فيها، ومثال لهذه الاختبارات، تعريض مجموعة من الأفراد لحملة إعلانية ومن ثم مقارنتها بمجموعة ضابطة لم تتعرض للحملة مثلاً:

إذا كنت ذاهباً للتسوق غداً لشراء رقائق حبوب الإفطار فأني نوع سوف تشتري؟

- هل ستأخذ في اعتبارك شراء نوع آخر؟

- هل هناك أنواع محددة من رقائق حبوب الإفطار لن تشتريها؟

الاختبار المعملية: ويشمل اختبار المفهوم (Concept Testing) ويهدف هذا الاختبار لاكتشاف ردة فعل المستهلك المستهدف لعدة مفاهيم يعبر عنها في شكل كلمات، صور ونماذج. واختبار حكم المستهلك (Consumer Juries) من خلال هذا الاختبار يتم عرض عدد من نماذج الإعلانات على مجموعة من المستهلكين لتقييمها، ويطلب منهم ترتيب هذه النماذج حسب تفضيلهم.

أ - الاختبار الحقلّي: ويعرف بالاختبار القبلي لإعلان جاهز (Pretesting of Finished Ads) وهو من الاختبارات الأكثر شيوعاً، حيث يتم عرض الإعلان في شكله النهائي على مجموع من المستهلكين على أرض الواقع، مثال لذلك، عرض الإعلان في مركز تجاري، شارع عام، إذاعة محلية، وغير ذلك من أساليب وأدوات قياس رأي المستهلكين المستهدفين وإجراء التعديلات اللازمة قبل طرحه على نطاق واسع. وتشمل بحوث الرسالة بالنسبة للإعلانات المطبوعة وبحوث إعلانات الإذاعة والتلفزيون، وتتكون من عدة اختبارات.

2- البحوث البعدية (Posttests)

مهما كانت جودة الإعلان واجتيازه لكافة الاختبارات قبل البدء بإطلاق الإعلان لابد من قياس فعالية هذا الإعلان بعد انتشاره ومدى تحقيقه لأهدافه. ولقياس مدى فعالية الإعلان بعد انتشاره تجرى العديد من الاختبارات، منها:

أ - اختبارات الاستفسار (Inquiry Tests): وتجرى هذه الاختبارات للإعلانات المطبوعة، حيث يتم التحقق عن حجم الاستفسارات عن المنتج الناتجة بعد عرض الإعلان، ويشمل هذا الاختبار الأعمال التجارية (B2B) والمستهلكين.

ب - اختبارات التمييز (Recognition Tests): تجرى هذه الاختبارات لمعرفة تميز الإعلان عن الإعلانات المشابهة في مجال الصناعة أو بين إعلانات الشركة المنتجة مقارنة بإعلاناتها الأخرى.

ت - اختبارات التذكر (Recall Tests): وتجرى لمعرفة تذكر المستهلك للإعلان.

ث - قياسات الإقناع (Persuasive Measures): وتجرى هذه الاختبارات لمعرفة تأثير الرسالة على حث الجمهور على الشراء، والشراء مرة أخرى.

ج - القياسات التشخيصية (diagnostic measures): تجرى من خلال استطلاع المتلقي عن الإعلان بشكل تفصيلي من حيث الفكرة، مدى فهمه للشكل الإبداعي.

- ح - القياسات الشاملة (Comprehensive Measures): ويتم إجراء كافة الاختبارات التي تم ذكرها على الإعلان.
- خ - اختبار التسويق: وهو من الاختبارات التي تقوم بها المنظمات العملاقة متعددة الأسواق، حيث يتم تحديد سوق مستهدف داخل منطقة محددة، ويتم عرض الإعلان ومن ثم يتم إجراء بحث لمعرفة تأثير الإعلان، ويمكن أن يكون أساس لوضع ميزانية للإعلان عند عرضه على نطاق واسع.
- د - الدراسات المتابعة (Tracking studies): وأهم بحوث الإعلان الدراسات المتابعة، ويتم ذلك من خلال تتبع تأثير حملة إعلانية، واخذ مقياس على مدى زمني محدد، وذلك من خلال المقابلات الشخصية، باستخدام جهاز الهاتف، وغير ذلك من تقنيات التواصل الحديثة، حيث يتم اخذ عينات خلال أوقات متباعدة، ويعد من أفضل الأساليب لمعرفة البرامج الحالية والتخطيط للبرامج الإعلانية المستقبلية.

المراحل العملية لبحوث الإعلان:

- تمر بحوث الإعلان بأربع مراحل أساسية:
- المرحلة الأولى: معرفة مشكلة الدراسة.
 - المرحلة الثانية: اختيار تصميم البحث المناسب.
 - المرحلة الثالثة: تنفيذ البحث.
 - المرحلة الرابعة: نتائج البحث.
- وتقسم هذه المراحل إلى الخطوات الأساسية، الآتية:
- 1- تعريف مشكلة البحث.
 - 2- وضع أهداف البحث.
 - 3- تحديد تصميم البحث.
 - 4- تحديد البيانات المطلوبة ومصادرها.
 - 5- تحديد وسائل جمع البيانات.

6- تصميم أدوات جمع البيانات .

7- تحديد خطة العينات وحجمها .

8- جمع البيانات .

9- تحليل البيانات .

10- تجهيز وعرض النتائج النهائية للبحث .

إن أهم أنواع البحوث التي يجب التركيز عليها هي البحوث التي تتصل بمحتوى الرسالة الإعلانية، وتعتمد على الهدف من الإعلان، ونوعية الإعلان هل هو تعريفى؟ أم تحفيزى؟، الوسائل المقترحة وتعتمد هذه البحوث بشكل أساس على الدراسات التي تتم في مجالات علم النفس وعلم الاجتماع، فضلاً عن نوع السوق ودراسات التسويق المستهدفة. والبحاث المتصلة بالوسائل المناسبة لعرض الإعلان، لمعرفة أهم الوسائل التي يتعرض لها المستهلك المستهدف والوقت الذي يتعرض فيه للوسيلة الإعلانية، ومع تنوع الوسائل يكون من الصعب الاختيار بين هذه الوسائل التي تحقق الفعالية المطلوبة من الإعلان من دون بحوث تسويقية مسبقة ومن ضمنها بحوث الإعلان.

إن الإنتاج الواسع والبحث عن مستهلكين جدد قد نبهت المشاريع الصناعية والتجارية إلا أنه من الأفضل البحث عما يرغب به الزبائن ويستطيعون شراءه بدلاً من أن تفرض عليهم المنتجات، وبذلك ظهرت البحوث التي تدرس (سيكولوجيا) الدعاية والإعلان التجاري، وعلاقتها بدراسات السوق التي اتخذت دراسة العادات والآراء والتفضيلات في موضوع الاستهلاك من خلال استطلاعات الرأي العام، وكانت أدواتها البحثية تتوزع بين الأسئلة والمقابلات، وهكذا فإن دراسات السوق وأبحاث الرأي العام متقاربة، وقد تداخلت مع موضوع التسويق السياسي للبرامج الانتخابية والمرشحين، وهكذا بالنسبة للتسويق الاجتماعي والدعاية فجميعها خطط بيع الأتباء التي أدت إلى تطوير واستحداث أساليب وأدوات حديثة في قياسات اتجاهات الرأي العام.

خامساً: بحوث الرأي العام

الرأي العام هو تعبير الجماعة أو المجتمع أو الجمهور العام عن رأيه ومشاعره وأفكاره ومعتقداته واتجاهاته، في وقت محدد بالنسبة لقضية تخصه أو موضوع يهمه أو مشكلة تؤرقه، وهو القوة الحقيقية في المجتمع والحكم الذي تصدره الجماهير على عمل أو حادثة أو نشاط في المجال الداخلي أو الخارجي المحلي أو العالمي، وكذلك التعبير عن وجهة نظر الجماعة وعن اجتماع كلمة الجماهير وصوت الجماهير وإرادة الشعب. والرأي العام هو مجموعة الآراء التي يعبر عنها أفراد الجماعة إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إليهم تعبيراً مؤيداً أو معارضاً لحالة محددة أو شخص محدد أو اقتراح ما يترتب عليه احتمال القيام بسلوك مباشر أو غير مباشر، وكذلك هو محصلة آراء أفراد الجماعة ويمثل صورة من صور السلوك الجماعي تمخضت عن تفاعل واخذ وعطاء بين أفراد الجماعة وبين الجماعة والجماعات الأخرى والرأي العام كنتاج جماعي يمثل الجماعة كلها معبأة للسلوك والعمل فيما يتصل بموضوع الرأي العام.

وهناك حقائق مهمة لا بد من تناولهما في موضوع قياس الرأي العام، وهي⁽⁹⁷⁾:

- أنها ارتبطت بنشئها بأهداف واتجاهات علم الاجتماع في بيئة وإطار رأسمالي، فهي نتاج الأهداف التجارية أو السياسية لمنظمات محددة كانت تهدف من ورائها الترويج لبضائع و سلع محددة أو تسويق ناخبين في الحملات الانتخابية.
- إن الأهداف التطبيقية لقياسات الرأي العام قد فرضت المنهجية الإحصائية في توزيع الاتجاهات وتحديداتها من دون الخوض في تحليل فعلي للبنية الاجتماعية أو السياسية للمجتمع والمتغيرات الفعلية الداخلة فيها.
- لقد ظهرت أبحاث قياس الرأي العام بشكلها المعاصر من خلال عدد من المتغيرات من أهمها، تطور علم الإحصاء وتطور الممارسة السياسية التي

أوجبت قياس الرأي العام، فضلاً عن التطور الصناعي الذي أدى إلى وجوب الدعاية التجارية، ومن هذه المتغيرات:

1- الأسلوب التمثيلي: لم يكن بالإمكان أن تصبح عملية قياس الرأي العام واقعاً محسوساً قبل ظهور الأسلوب التمثيلي على يد علماء الإحصاء، بحيث أصبح بالإمكان الاستغناء عن استطلاع آراء كافة أفراد المجتمع من خلال عينة ممثلة لهم، وقد اعتمد هذا الأسلوب منذ أواخر القرن التاسع عشر، ويعود الفضل في جعلها حقيقة علمية مقبولة هو عالم الإحصاء النرويجي (أ.ن. كيار)، وجاء هذا الأسلوب ليزيح أهم تحدى في معرفة وقياس اتجاهات الرأي العام لأنها تمزج بين أساليب الانتقاء بالمصادفة والانتقاء المدروس، وبذلك تم حل مشكلة تحديد العينة واختيارها، حيث أصبح بالإمكان توفير الصفة التمثيلية للعينة الكلية أي الصفة التمثيلية وحدها التي تتيح التعميم ومن ثم امتداد النتائج الملحوظة على الجزء إلى الكل⁽⁹⁸⁾.

2- قياس المواقف: إن الباحثين الذين عملوا على قياس المواقف كانوا في الغالب من رواد قياسات الرأي العام، ومن أبرزهم (ثيرستون)، الذي أنجز أبحاثاً متقدمة حول أساليب قياس الرأي العام عام 1927، و(هاري كانتيرل) الذي أصبح فيما بعد مديراً لدائرة البحوث حول الرأي العام في أمريكا، فضلاً عن علماء آخرين منهم (لويس غوتمان)، الذي ابتكر أسلوب التحليل التسلسلي و(بول لازار سفيلد) الذي ابتكر أسلوب البنية الكاملة، واتسمت هذه الوسائل باتباع المنهج التجريبي الذي قاد إلى ظهور البحوث الميدانية.

وتعدّ بحوث مسح الرأي العام من أهم البحوث المسحية في مجال الإعلام، لأن مسح الرأي العام يمثل رأي الأغلبية تجاه قضية أو موضوع محدد، وأنها من أصلح المنهجيات البحثية لمواجهة المشكلات الإعلامية والسياسية، وطبقت بنجاح في استطلاعات الرأي العام، وتمثل نتائجها

شهادات قانونية للعديد من المنظمات والجهات السياسية والإعلامية من منطق أنها تمنح الشرعية لتأييد الشخصيات والمواقف والقرارات⁽⁹⁹⁾.

تقسيم بحوث قياس الرأي العام وأهميتها:

تباينت وجهات النظر بين الباحثين في تحديد الأساليب أو الوسائل التي تقيس الرأي العام، فمنهم من يرى أنها ستة أساليب، وهي الاستبيان والملاحظة وتحليل المضمون والمقابلة والمناقشة الجماعية ثم الأساليب الاسقاطية، ويرى آخرون أنها أربعة أساليب، وهي الاستبيان والمقابلة والملاحظة وتحليل المضمون، وقد سبق أن تم التعرض لهذه الأساليب بالتفصيل في الفصول السابقة من الكتاب.

ويمكن تقسيم بحوث الرأي العام إلى الأقسام الرئيسة، الآتية:

1- استطلاع الرأي العام:

يستهدف استطلاع الرأي العام التعريف السريع والفوري، حول قضية محددة في مجال أو عدة مجالات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، لمعرفة مدى الموافقة أو القبول أو الرفض لهذه القضية، لدى القطاعات المختلفة الممثلة للرأي العام طبقاً لنوعية القضية أو الموضوع وتوعية الجمهور أو الفئات المطلوب التركيز عليها لمعرفة رأيها. ويعطى هذا النوع من الاستطلاعات نتيجة سريعة، توضح النسبة المئوية للموافقة أو الرفض لدى هذه الفئات. ويتسم هذا النوع من الاستطلاعات، بالسرعة والحدثة (الآنية) الموجهة بمتطلبات فورية، ولكنه لا يعطي نتائج متعمقة عن اتجاهات الرأي العام.

2- قياس اتجاهات الرأي العام:

يستهدف قياس اتجاهات الرأي العام التعرف على الآراء والدوافع الكامنة وراءها، ويتميز بالبطء النسبي في انجازه ويستخدم أساليب متقدمة في التحليل الإحصائي. كما أن نتائج هذا النوع من البحوث تعطي أبعاداً أكثر عمقاً وتحليلاً شاملاً ومتعمقاً لاتجاهات الرأي العام، من حيث قوتها وشدتها وكثافتها لدى أي نوعية وأي فئة من نوعيات وفئات الجمهور.

3- بحوث الرأي العام:

تفيد بحوث الرأي العام، في توفير نوع المعلومات والبيانات اللازمة لتحليل نتائج استطلاعات الرأي العام وقياس اتجاهاته، على أسس موضوعية ومعرفية سليمة وواضحة للاستفادة منها في التخطيط الإعلامي. كما يتضمن هذا النوع من البحوث إجراء دراسات لتحليل مضمون ما ينشر أو يعرض من خلال وسائل الإعلام المختلفة في الخارج، لمعرفة الآراء والاتجاهات السائدة بالنسبة لكافة القضايا المثارة بالنسبة للرأي العام، كما تستخدم للتعرف على مقومات الرأي العام في دولة ما وعلى عادات وأنماط التعرض لوسائل الإعلام أو للكشف عن قادة الرأي العام في المجتمع وخصائصهم.

أساليب استقصاء الرأي العام ومراحلها:

يوجد أسلوبين لاستقصاء الرأي العام، هما⁽¹⁰⁰⁾:

- 1- الأسلوب الكمي: يقدم الأسلوب الكمي، نتائج الاستقصاء في صور أرقام أو إحصاءات رياضية أو رسوم بيانية، ويتضمن أسلوب الاستقصاء والمسح العام وتحليل المضمون والمقابلة المقننة وقياس الاتجاهات.
- 2- الأسلوب الكيفي: يستخدم الأسلوب الكيفي للكشف عن مدى قوة اتجاهات الرأي العام، ويتضمن المقابلة الفردية، الملاحظة المباشرة والمناقشة الجماعية.

وتتلخص مراحل استقصاء الرأي العام في النقاط الآتية:

مرحلة تحديد الهدف من البحث: يجب تحديد المشكلة المطلوب الإجابة عليها، حيث يبدأ الباحث في الإحساس بالمشكلة والاطلاع على البحوث المماثلة التي أجريت على نفس مشكلات مشابهة لها. ويتضمن تحديد المشكلة، ما يأتي:

- 1- تحديد مجتمع البحث.
- 2- تحديد الإطار الزمني والبشري والجغرافي لمجتمع الدراسة.

- 3- تقسيم المشكلة إلى عناصر يسهل دراستها.
 - 4- تحديد التساؤلات التي تسعى الدراسة للإجابة عنها.
 - 5- تحديد فروض الدراسة.
- مرحلة تصميم خطة الدراسة: ويعني تصميم خطة الدراسة، التحديد الدقيق لكافة الخطوات التي يشتمل عليها البحث، وفيه صياغة المشكلة، وتحديد نوع الدراسة، والمنهج المستخدم، وأدوات جمع البيانات.
- مرحلة جمع الأدوات والبيانات: الأدوات التي تستخدم في جمع البيانات عديدة، من أهمها: الملاحظة. المقابلة. الاستقصاء. تحليل المضمون. الاختبارات. مقاييس التقدير. مقاييس الاتجاهات.
- مرحلة اختيار العينة وتحديد حجمها: تختار العينة عادة من مجتمع البحث، ويقصد بها كافة المفردات أو الأشياء التي نريد معرفة حقائق عنها. ويقوم الباحث بنفسه بتحديد حجم العينة، وهي مجموعة جزئية من مفردات المجتمع، وهناك العديد من العوامل التي يتحدد على ضوءها حجم العينة، ومن أهمها:
- 1- طبيعة المجتمع قيد الدراسة.
 - 2- أسلوب الدراسة.
 - 3- موضوع البحث.
 - 4- مدى وفرة المال والوقت اللازم والبشر.
- مرحلة إجراءات الثبات والصدق:
- إجراءات الثبات والصدق، هي الإجراءات التي يضمنها الباحث في خطته لضمان الثبات والصدق لدراسته.
 - مفهوم الثبات، يعني اتساق أداة القياس أو امكانية الاعتماد عليها وتكرار استخدامها للحصول على نفس النتائج.
 - أما الصدق، يعني هل يقيس الباحث أو يصنف بالفعل ما يود قياسه؟ وهل الأسلوب المستخدم في القياس يوفر له المعلومات المطلوبة؟

مرحلة اختبار أداة البحث:

من الأهمية بمكان اختبار أداة البحث قبل استخدامها على نطاق واسع، فكثيراً ما نجد أن بعض أسئلة الاستمارة صعبة الفهم أو غير واضحة، وقد تؤدي بالمبحوثين إلى اتخاذ أفكار وآراء غير متصلة بموضوع البحث أو السؤال، فمراجعة المحكمين للاستمارة يساعد على تلافي العيوب وتحديد الاستمارة قبل إجراء التطبيق النهائي.

مرحلة إدارة البحث: يجب على الباحث قبل أن يبدأ بجمع البيانات من الميدان، ما يأتي:

- تهيئة مجتمع البحث: وتعني تهيئة مجتمع البحث شرح أهداف البحث للمجتمع، من خلال وسائل الإعلام، لضمان تعاونه وكسب ثقته لتقديم بيانات سليمة.

- تدريب المساعدين: يجب أن يتأكد المشرف على البحث بأن معاونيه في عملية جمع البيانات مدربون جيداً، كما يجب تعريفهم بالهدف من البحث وخطته، وكيفية تطبيق أدواته، وكيفية التصرف في المواقف الغير المتوقعة.

- تجهيز البيانات: بعد جمع البيانات يقوم الباحث بالعمليات الآتية:

- المراجعة: ومن خلال المراجعة يتم التأكد من أن كافة الأسئلة قد أجيب عنها إجابات واضحة.

- الترميم: يقوم الباحث بترقيم الصحائف بأرقام متسلسلة، حيث يصبح الرقم هو المميز لكل حالة من حالات البحث.

- الترميم: يقوم الباحث بإعداد دليل الترميم للبحث بأكمله، مثلاً رقم (1)، العمود الذي سيخصصه لإجابات كل سؤال في كشوف التفرغ، ورقم (2)، الرمز أو الرقم الذي سيخصصه لكل إجابة من إجابات كل سؤال.

عرض البيانات: الهدف من عرض البيانات، هو إبراز ملامحها الأساسية بوضوح، حتى يمكن استخدامها في اتخاذ قرارات سليمة، وعرض البيانات بأسلوب منظم يساعد على توضيح أهميتها ويسهل مهمة تحليلها.

التحليل والتفسير: التحليل، هو ما يقوم به الباحث بعد جمع الأفكار والبيانات والحقائق والأرقام.

- أما التفسير، هو ضرب من التعميم، الذي يقوم الباحث من خلاله بالكشف عن العوامل المؤثرة في الظاهرة المدروسة والعلاقات التي تربط بينها وبين غيرها من الظواهر.

كتابة تقرير البحث: كتابة التقرير النهائي من أهم خطوات البحث العلمي، فهو الذي يحكم على كفاءة الإجراءات المنهجية، ويحدد في ضوء ذلك مدى جدية النتائج.

التحليل النوعي لقياس الرأي العام:

- يعدّ التحليل النوعي لقياس الرأي العام، أحد أنواع القياس التي تجرى لاستطلاع الرأي العام، وتستخدم لتوليد الأفكار، وللمساعدة في تطوير دراسة كمية (استطلاع رأي عام كمي)، ولفهم نتائج دراسة كمية. وفي بعض الأحيان يسأستخدم البحث النوعي، حين يستخدم كبديل للبحث الكمي.

- والبحث الكيفي يدرس الدوافع، ويتيح فهم السلوك والاتجاهات وهو استطلاع تفسيري.

أنواع الاستطلاعات النوعية:

مجموعات النقاش المستهدفة: تتضمن مجموعات النقاش المستهدفة، نقاشاً غير رسمي يقوده مدير جلسة (Moderator)، حيث يقوم المشاركون بالتحدث عن وجهات نظرهم حول موضوع محدد يختاره الباحث، وفي الغالب تكون جلسة مجموعات النقاش المستهدفة، مكونة من ثمانية أو عشرة أشخاص، يتم اختيارهم بأسلوب عشوائي، وتكون في الغالب مدة الجلسة ساعتين أو أكثر.

المقابلة المتعمقة: ويتم في هذا الحالة، إجراء مقابلة متعمقة، مع كل شخص على حدة، ويطرح فيها مجموعة من الأسئلة المفتوحة في الموضوع محل النقاش.

نقاط القوة للتحليل النوعي للاستطلاعات تتمثل بالآتي:

1- الاستكشاف.

2- العمق.

3- فهم البيانات.

أهداف التحليل النوعي للاستطلاعات:

- 1- معرفة الآراء: لا يمكن إحصاء عدد الأشخاص الذين يتبنون وجهة نظر محددة، لأن ذلك يحتاج إلى بحث كمي، ولكن بحوث مجموعات النقاش المستهدفة على سبيل المثال تستطيع أن تعرفنا بالآراء الشخصية، التي يمكن تصنيفها وتنظيمها حول قضية أو موضوع محدد.
- 2- معرفة اللغة المشتركة: إن جلسات مجموعات النقاش المستهدفة تكشف عن الأشخاص الذين يمتلكون آراء مشتركة يستخدمون لغة مشتركة.
- 3- الاستفادة من استطلاعات الرأي بصورة كبيرة: يستطيع الباحث أن يستخدم نتائج بحوث النقاش المستهدفة، لتصميم استطلاع رأي عام، لأنه بعد إجراء عدة جلسات، سيكون الباحث على معرفة أوسع وأفضل على القضايا التي سيتم دراستها.
- 4- تحديد اتجاه الحملات الإعلامية: من خلال إجراء جلسات نقاش مستهدفة، يمكن اختيار وتحديد مواد الحملة الإعلامية قبل إعدادها وتنفيذها على الجمهور.

معايير وطرائق اختيار مجموعات النقاش المستهدفة:

- 1- تحديد الفكرة: بعد تحديد القضية المراد مناقشتها، يتم وضع الأسئلة التي ستكون دليل الجلسة.
- 2- إدارة الحوار: يجب شرح أهداف جلسات النقاش المستهدفة للمبحوثين، وتشجيع الجميع على المشاركة في النقاش.
- 3- التحليل: تعتمد عملية التحليل في مجموعات النقاش المستهدفة على مجموعة من الخطوات والصفات الأساسية، منها:

- أ- تقسيم الاجابات إلى فئات، بحيث يمكن تحديد فئة محددة لأكثر من مشترك، وجعل هذه الفئات أهم النقاط الرئيسة في التقرير.
- ب- وضع مقتبسات ومقولات المشتركين، خلال الجلسة في التقرير المكتوب.
- ج- في التحليل يجب الأخذ بنظر الاعتبار نبرة وصوت المشتركين، ويجب الاعتماد في كتابة التقرير على الملاحظات المكتوبة خلال الجلسة أو على شريط التسجيل.

تحديات (صعوبات) الاستطلاعات النوعية:

- 1- التحديات (المعوقات) الأمنية: من الصعب القيام باستطلاعات رأي عام نوعية في ظل مخاطر أمنية قد يتعرض لها المبحوثين.
- 2- التحديات (المعوقات) الثقافية: قد لا يقوم المشاركون في مجموعات النقاش المستهدفة بالتعبير عن آرائهم بحرية، وذلك نتيجة للاختلافات الثقافية المتباينة للمشاركين في تلك الجلسات.

معايير وضع واختيار الأسئلة في مجموعات النقاش المستهدفة:

- 1- أن تكون الأسئلة واضحة الصياغة وسهلة الفهم.
- 2- تجنب الأسئلة المركبة.
- 3- تجنب الأسئلة المغلقة.
- 4- تجنب الأسئلة الإيحائية، التي توحى بتأييد أو تعارض رأي من يدير الجلسة أو الإجابة التي يأمل في الحصول عليها.
- 5- أن تكون الأسئلة مرتبة، بحيث تسبق الأسئلة العامة الأسئلة الخاصة.
- 6- أن تكون الأسئلة منتظمة، بحيث تسبق الموضوعات الأقل خصوصية الأسئلة الأكثر خصوصية.

الملاحق

ملحق رقم (1): نماذج من أسئلة الاختبارات

ملحق رقم (2): أنموذج لاستمارات استبيان

ملحق رقم (3): أنموذج لإطار منهجي لبحث إعلامي



ملحق (1)

نماذج من أسئلة الاختبارات

أولاً: الأسئلة المقالية

أجب عن الأسئلة الآتية:

- أذكر المجالات التي يعالجها المنهج المسحي؟
- تحدث بأسلوب علمي عن أهمية تنفيذ الدراسات الميدانية حول وسائل الإعلام المختلفة ومضامينها؟
- أذكر مميزات منهج دراسة الحالة في بحوث الإعلام؟
- قارن بين العينات المستخدمة في بحوث الرأي العام، مع توضيح العيوب والمميزات؟
- تحدث عن تسلسل الخطوات الرئيسة التي ينبغي أن يتبعها الباحث العلمي عند كتابته للإطار المنهجي للبحث؟
- بحوث الإعلام هي الإطار الموضوعي الذي يضم كافة الأنشطة والعمليات الإعلامية والاتصالية، وضح ذلك؟
- ناقش الإشكاليات المتصلة بالجوانب المنهجية المستخدمة في بحوث الإعلام؟
- وضح في نقاط أبرز التحديات والمشكلات التي تواجه بحوث الإعلام في الدول النامية، وشرح واحدة منها؟

ثانياً: أسئلة الصح والخطأ

- أكتب كلمة صح (√) أمام العبارة الصحيحة، و صحح الخطأ إن وجد:
- () المصادر الثانوية هي التي تصل إلينا من دون المرور بمراحل التفسير والتغيير والحذف والإضافة.
 - () يستخدم المنهج التاريخي في كافة القضايا الإنسانية والطبيعية.
 - () إدخال عنصر الذاتية أو الحكم الشخصي في اختيار حالة الدراسة يقود إلى نتائج صحيحة.
 - () يعتمد الباحث على المنهج التجريبي عند دراسة المتغيرات المتصلة بالظاهرة محل البحث.
 - () خطوات البحث بمثابة مجموعة من المراحل التي تتميز بالتسلسل والتتابع.
 - () يلجأ بعض الباحثين إلى إعادة تكرار البحث للتأكد من دقة النتائج التي تم التوصل إليها.
 - () تشمل عملية تكوين المشكلات العلمية ودراستها على مجموعة من المراحل المتناظرة.
 - () صياغة المشكلة أهم من حلها، لأن الصياغة تحدد المجال الذي ينبثق في نطاقه حل المشكلة.

- () معظم مجالات بحوث الإعلام لا تزال في مراحلها الاستطلاعية والاستكشافية والوصفية الأولى.
.....
- () بحوث العينات، هي البحوث التي لا تتناول بالدراسة بعضاً يمثل الكل.
.....
- () خطوات البحث تتميز بالتسلسل والتتابع من جهة وبالتداخل والترابط من جهة أخرى.
.....
- () من أهم الأساليب المستخدمة في جمع بيانات الدراسة المسحية الاستبيان.
.....
- () تتجسد المشكلة البحثية حين يلاحظ الباحث أن بعض الظواهر يستطيع تفسيرها.
.....
- () الاستخدام الواعي المنتظم للبحوث الإعلامية يؤدي إلى تحقيق هدف واحد لدعم المعرفة الإعلامية.
.....
- () تسعى بحوث الإعلام إلى الكشف عن التأثيرات المختلفة التي قد تحدثها على سلوك الأفراد.
.....
- () هناك اهتمام متوازن بنوعيات البحوث الإعلامية في الدول النامية.
.....

- () معظم المفاهيم التي تتعامل معها بحوث الإعلام لم تدخل بعد عصر القياس .

- () تفتقر الدراسات العلمية في بحوث الإعلام إلى الكشف عن دور الإعلام في التغيير الاجتماعي .

- () تحليل المضمون يقتصر استخدامه على دراسة محتوى وسائل الإعلام المسموعة والمرئية .

- () من مميزات العينة العشوائية أنها لا تصلح في الاختيار إذا كان أفراد المجتمع مرتبين في قوائم .

ثالثاً: أسئلة الخيارات متعددة البدائل

أختر الإجابة الصحيحة، لكي تكتمل العبارة في سياقها السليم:

1- التطور الملحوظ للإعلام لم يوكبه تقدم ملموس في بحوث الإعلام من حيث:

أ- الشكل () . ب- الحجم () . ج- النوعية () .

2- الدراسات المسحية تعالج العديد من المجالات، من أهمها:

أ- الظواهر الطبيعية () .

ب- الأوضاع الاقتصادية والجغرافية () .

ج- المصادر الأولية () .

- 3- من أدوات جمع المعلومات في منهج دراسة الحالة :
- أ- الملاحظة العرضية () .
- ب- الملاحظة المتعمقة () .
- ج- التوثيق () .
- 4- كتابة تقارير البحوث بلغة سهلة ومبسطة، يحقق فهمها واستيعابها بسهولة، من جهة :
- أ- الباحثين () . ب- الممارسين () . ج- المجتمع () .

رابعاً: أسئلة أكمل الفراغات والتعريفات العلمية

- أكمل الفراغات بالكلمة أو العبارة المناسبة، لكي تكتمل العبارة في سياقها السليم :
- 1- المناهج الإعلامية التي أتفق عليها معظم الباحثين، هي : المنهج التاريخي والمنهج الوصفي والمنهج والمنهج والمنهج
- 2- من خلال المنهج أو الدراسة يستطيع الباحث جمع عن هيكل محدد.
- 3- أثبت البحثي فعاليته في دراسة العديد من المجالات، مثل المسح و والاقتصادي.
- 4- الهدف الرئيس العلمي هو الوصول إلى أو محددة وصادقة وغير متحيزة.
- 5- نقطة البدء في البحث العلمي هي الباحث بوجود محددة، ينتقيها من بين مشكلات.
- 6- اختيار مشكلة البحث يأتي كنتيجة بعضها وبعضها

- 7- لابد أن يضع الباحث في حسبانته أن غاية البحث العلمي إلى و قابلة للتنفيذ.
- 8- إذا اختيرت ممثلة الذي تؤخذ منه، تؤدي إلى كثير من الجهد.
- 9- تنقسم العينات التي تستخدم في الرأي العام إلى نوعين، هما: العينات والعينات
- 10- استمارة الاستبيان تتضمن مجموعة من المكتوبة، وهي نوعين أما أو
- 11- الهدف الرئيس للبحث العلمي هو إلى أو محددة وصادقة وغير متحيزة.
- 12- نقطة في البحث العلمي هي الباحث بوجود مشكلة محددة، من بين عدة مشكلات.
- 13- اختيار البحث يأتي كنتيجة لدوافع بعضها وبعضها
- 14- مجال ليس الوحيد الذي يعاني من العلمي، وعدم تقدير أهمية والإفادة منها.
- 15- الثغرة بين الإعلاميين و في مجال الإعلام موجودة ومتسعة.
- 16- تعتمد بحوث الإعلام اعتماداً يكاد أن يكون على أسلوب

ملحق (2)

أنموذج لاستبيان يتضمن أسئلة مغلقة ومفتوحة

حرية التعبير عن الرأي في الصحافة اليمنية

(دراسة ميدانية في ظل التعددية الحزبية)

الأستاذ الفاضل/

الأستاذة الفاضلة/

تحية طيبة وبعد:

يهدف هذا الاستبيان إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين والكتاب اليمنيين تجاه العديد من القضايا، للتوصل إلى نتائج علمية عن واقع حرية التعبير عن الرأي في الصحافة اليمنية، ومواكبتها لمتغيرات التعددية الصحفية، التي يشهدها الإعلام اليمني منذ قيام الوحدة عام 1990، فضلاً عن التعرف إلى ما حققته التعددية الصحفية في مضمون الخطاب الإعلامي اليمني، ومساهمة التنوع الصحفي في زيادة مساحة حرية الصحافة.

ونظراً لما تتمتعون به من خبرة ودراية في هذا المجال، فإن الباحث يأمل تعاونكم في الإجابة عن التساؤلات الواردة في هذا الاستبيان، وتثبيت ملاحظاتكم بصدق وموضوعية حتى يحقق البحث أهدافه العلمية المرجوة.

علماً بأن البيانات المدونة في متن هذه الاستبيان سوف تستخدم لغرض إنجاز بحث علمي.

وتقبلوا خالص التحية والتقدير.

الباحث/د.عبد الملك الدنانى

ملاحظات:

- 1- تشمل هذه الاستمارة عينة عشوائية من الصحفيين العاملين في الصحف اليمنية.
- 2- يرجى وضع علامات صح (√) داخل المربعات في حالة الاختيار، وكتابة الإجابات المطلوبة على الأسئلة المفتوحة.

أولاً: واقع حرية التعبير عن الرأي في الصحافة

- 1- أين تعمل ، في صحيفة :
 - أ- حكومية () .
 - ب- أهلية () .
 - ج- حزبية () .
- 2- ما طبيعة عملك في الصحيفة :
- 3- ما نوع الصحف اليمنية التي تحرص على قراءتها ومتابعتها بشكل مستمر؟
 - أ- الصحف الحكومية : () .
 - ب- الصحف الأهلية : () .
 - ج- الصحف الحزبية : () .
 - د- لا أقرأ الصحف اليمنية : () .
- 4- اذكر أسماء (أربع) صحف يمنية تفضل قراءتها، حسب أهميتها بالنسبة لك :
 - أ- ب- ج- د-
- 5- من وجهة نظرك، هل استطاعت الصحافة اليمنية أن تؤدي دورها (كسلطة رابعة)؟
 - أ- دائماً () .
 - ب- أحياناً () .
 - ج- لا () .
- 6- في حالة الإجابة (بنعم أو أحياناً)، هل تحقق هذا الدور من خلال :
 - أ- الصحف الحكومية :
 - أ- دائماً () .
 - ب- أحياناً () .
 - ج- لا () .
 - ب- الصحف الأهلية :
 - أ- دائماً () .
 - ب- أحياناً () .
 - ج- لا () .
 - ج- الصحف الحزبية :
 - أ- دائماً () .
 - ب- أحياناً () .
 - ج- لا () .

7- في حالة الإجابة (بلا)، هل ترى أن عدم تأديتها لدورها (كسلطة رابعة)، ناتج عن :

- أ- القيود التي يفرضها قانون الصحافة والمطبوعات الحالي ()
- ب- محدودية مساحة حرية التعبير عن الرأي في الصحافة ()
- ج- الرقابة المشددة من جهة رئيس التحرير (حارس البوابة) ()
- د- ضعف مستوى الكوادر الصحفية العاملة في الصحف ()
- هـ- سيطرة أساليب الدعاية السياسية والإثارة في مضمونها ()
- ز- ابتعاد الصحفيين عن الالتزام بأخلاقيات مهنة الصحافة ()
- ح- تدني الأوضاع الاقتصادية (المادية) للصحف والصحفيين ()
- ر- أخرى يرجى ذكرها:

8- قانون الصحافة الحالي، رقم (25) لعام 1990، واكب تحولات التعددية الحزبية :

- أ- نعم () .
- ب- إلى حد ما () .
- ج- لا () .

9- هل ترى أن التعددية الصحفية واكبت اتجاهات المتغيرات السياسية للتعددية الحزبية؟

- أ- نعم () .
- ب- إلى حد ما () .
- ج- لا () .

10- ما تقييمك لحرية التعبير عن الرأي في ظل نظام التعددية الصحفية؟

- أ- حرية مسؤولة ()
- ب- حرية مسؤولة إلى حد ما ()
- ج- حرية غير مسؤولة ()

- 11- الخطاب الإعلامي الموجه من خلال التنوع الصحفي ، ساهم في :
 أ- تعزيز مفهوم الوحدة الوطنية والاستقرار السياسي ()
 ب- تصحيح الاختلالات من خلال نقد الظواهر السلبية ()
 ج- بناء رصيد معرفي يدعم عملية البناء والتنمية ()
 د- تحصين القارئ اليمني من مخاطر الغزو الثقافي ()
 هـ- تعميق الأفكار المشتركة بين الصحيفة وقراءها ()
 ز- تأثير سياسة الصحيفة في مضمون الخطاب الإعلامي ()
 د- أخرى يرجى ذكرها:
- 12- حرية التعبير عن الرأي تبرز بشكل واسع من خلال الكتابات الصحفية المنشورة في :
 أ- الصحف الحكومية :
 أ- دائماً () .
 ب- أحياناً () .
 ج- لا () .
 ب- الصحف الأهلية :
 أ- دائماً () .
 ب- أحياناً () .
 ج- لا () .
 ج- الصحف الحزبية :
 أ- دائماً () .
 ب- أحياناً () .
 ج- لا () .
- 13- يتعرض الصحفي إلى ضغوط عند نشر أي مادة صحفية تتصل بحرية التعبير عن الرأي :
 أ- نعم () .
 ب- أحياناً () .
 ج- لا () .
- 14- في حالة الإجابة (بنعم أو أحياناً)، ما طبيعة هذه الضغوط؟
 أ- ضوابط قانون الصحافة والمطبوعات ()
 ب- التزامات ذاتية في أخلاقيات المهنة ()
 ج- رقابة دائمة من جهة رؤساء التحرير ()

- د- أخرى يرجى ذكرها:
- 15- كيف ترى طبيعة الرقابة القائمة على الصحافة، في ظل نظام التعددية الحزبية والصحفية؟
- أ- رقابة متشددة () .
- ب- رقابة منحازة إلى جهة الصحف الموالية للحكومة () .
- ج- لا توجد رقابة () .
- د- أخرى يرجى ذكرها:
- 16- تتعامل الحكومة مع حرية التعبير عن الرأي في الصحافة وفق معايير مزدوجة:
- أ- موافق () . ب- محايد () . ج- رافض () .
- 17- تم استغلال حرية التعبير عن الرأي من جهة بعض الصحف والصحفيين بشكل سلبي:
- أ- موافق () . ب- محايد () . ج- رافض () .
- 18- تتعرض بعض الصحف والصحفيين إلى انتهاكات واعتداءات، بسبب ممارسة حرية التعبير عن الرأي:
- أ- موافق () . ب- محايد () . ج- رافض () .
- 19- يرجى ترتيب القضايا الأكثر حضوراً أمام محاكمة الصحافة والمطبوعات:
- أ- قضايا تتصل بمصالح الأفراد وخصوصيتهم ()
- ب- قضايا تتصل بنشر معلومات سرية ()
- ج- قضايا تتصل بمس السيادة الوطنية لليمن ()
- د- قضايا الإساءة إلى رموز النظام السياسي في البلد ()
- هـ- قضايا الإساءة للمعتقد والرموز الدينية والذات الإلهية ()
- د- أخرى يرجى ذكرها:

20- قرار الحكومة كان صائباً، لإنشاء محكمة متخصصة بقضايا النشر الصحفي :

أ- موافق () . ب- محايد () . ج- رافض () .

21- مشروع القانون (البديل)، لقانون الصحافة الحالي رقم (25)، يلي طموحات الصحفيين اليمنيين :

أ- موافق () . ب- محايد () . ج- رافض () .

22- وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات الحديثة قلصت من دور الرقيب الحكومي على الصحف والمجلات الورقية :

أ- موافق () . ب- محايد () . ج- رافض () .

23- أذكر مقترحات العلمية والمهنية التي يمكن إدخالها في قانون الصحافة والمطبوعات الجديد :

..... -
..... -

ثانياً: البيانات الشخصية

1- الجنس: ذكر () . أنثى () .

2- العمر: عاماً. الاسم: (لمن يرغب)

3- المؤهل الدراسي :

أ- دبلوم (بعد الثانوية) ()

ب- بكالوريوس ()

ج- دبلوم عالي ()

د- ماجستير ()

ملحق (3)

أنموذج لإطار منهجي لبحث إعلامي

عنوان البحث: مجالات البحوث الإعلامية الجامعية

(جامعة بغداد أنموذجاً)

الإطار المنهجي للبحث

مقدمة:

إن التطورات العلمية المستمرة التي برزت في مجال وسائل الاتصال الجماهيري خلال العقود الأخيرة من القرن العشرين أتاح المجال للمعلومات بالتدفق بشكل سريع، فتضاعفت أهميتها في مجالات الحياة لكافة الدول والمؤسسات وبشكل غير مسبوق في تاريخ الاتصال الإنساني، لذا ازداد الاهتمام بدراسة وسائل الاتصال لتشكل أحد أهم التخصصات العلمية التي تستحق البحث الدقيق من جهة الباحثين.

ولأهمية الإعلام في المجتمعات المعاصرة خصصت له الجامعات البرامج الدراسية المتخصصة التي تؤهل دارسيها للعمل في مجال الاتصال الإنساني المتعدد الأغراض، فأنشأت كليات ومعاهد تهتم بدراسة وسائل الإعلام وتزود طلابها بمهارات علمية تجعلهم قادرين على فهم العملية الاتصالية ومتابعة دراسة علم الاتصال ووسائل الإعلام وتقنيات المعلومات المختلفة.

وعرف الوطن العربي التعليم الإعلامي لأول مرة عام 1935، عندما بدأت الجامعة الأمريكية في القاهرة دروساً في مجال الصحافة، أما في الجامعة المصرية فقد بدأ تعليم الإعلام بها عندما صدر المرسوم الملكي بإنشاء معهد

للتحرير والترجمة والصحافة في شهر نوفمبر عام 1939، وكانت الدراسة في هذا المعهد لمدة عامان بعد مرحلة البكالوريوس أو الليسانس. وفي عام 1948، تم اعتماد مدة الدراسة لثلاثة أعوام. وفي عام 1954، حل مكان المعهد قسم للتحرير والترجمة والصحافة في كلية الآداب بجامعة القاهرة⁽¹⁰¹⁾.

وفي جامعة بغداد تم تأسيس قسم للإعلام في إطار كلية الآداب عام 1964، سمي عند تأسيسه قسم (الصحافة)، وبدأ القبول ببرنامج الدراسات العليا (الماجستير) في هذا القسم عام 1986، وتم مناقشة أول بحث لنيل درجة الماجستير عام 1988، وبدأ العمل ببرنامج دراسة الدكتوراه في عام 1992، عقب فرض الحصار الاقتصادي والثقافي والعلمي على العراق، وفي عام 1995، تم مناقشة أول بحث علمي لنيل درجة الدكتوراه، وفي عام 2002 صدر قرار تحويل قسم الإعلام إلى كلية متخصصة لدراسة الإعلام في إطار جامعة بغداد، وضمت هذه الكلية ثلاثة أقسام هي قسم الصحافة، قسم الإذاعة والتلفزيون وقسم العلاقات العامة.

ومنذ اعتماد برنامج الدراسات العليا في قسم الإعلام عام 1986، وحتى تحويل القسم إلى كلية عام 2002، تم إنجاز ومناقشة (201) بحثاً إعلامياً في الماجستير والدكتوراه^x، قام بإعدادها باحثون عراقيون وعرب، وتناولت البحوث قضايا علمية متعددة في وسائل الإعلام (المقروءة والمسموعة والمرئية)، وفي تخصصات العلاقات العامة والإعلان والرأي العام والحرب النفسية والدعاية، واهتمت بقضايا إعلامية في مجال الإعلام العراقي والعربي والعالمي، بهدف مواكبة التطورات العلمية الحاصلة في وسائل الإعلام، واعتمدت هذه البحوث مناهج مختلفة من مناهج البحث العلمي المتعارف عليها عالمياً.

وسوف يوضح هذا البحث التوجه العام لمجالات البحوث الإعلامية الجامعية، والتعرف على الأساليب البحثية والفنية التي أتبعها الباحثون في معالجة القضايا الإعلامية، بهدف مساعدة دارسي الإعلام، لاسيما طلاب الدراسات العليا عند قيامهم بإعداد بحوث علمية للحصول على درجة

الماجستير أو الدكتوراه، وكذلك التعرف على مناهج البحث التي تم استخدامها في البحوث الإعلامية الجامعية التي تمت مناقشتها في وقت سابق. وكذلك توثيق وعرض بحوث الماجستير والدكتوراه التي نوقشت في قسم الإعلام الذي كان يتبع كلية الآداب منذ افتتاح برنامج الدراسات العليا عام 1986، إلى أن تم تحويل القسم إلى كلية عام 2002، ورصد مواضيع البحوث الإعلامية في قسم الإعلام بعد التوسع في برنامج الدراسات العليا عام 1990.

وتم جمع ودراسة البحوث الإعلامية الجامعية بالعودة إلى أصول (رسائل الماجستير وأطاريح الدكتوراه)، المودعة في مكتبات جامعة بغداد بعد أن تمت مناقشتها وإجازتها من جهة اللجان العلمية المتخصصة، والاعتماد عليها في استخراج المعلومات الواردة في محتوى البحث.

والتزم الباحث في تدوين عناوين البحوث الإعلامية في هذا البحث كما أوردها الباحثون في بحوثهم، وترتيب تسلسلها حسب أعوام المناقشة، يتباعاً لأسلوب المتعارف عليه في ترتيب أسماء الخريجين حسب الحروف الأبجدية، فضلاً عن توثيق مواضيع البحوث الإعلامية الجامعية لكي يتم تعميم الفائدة على أكبر قدر ممكن من الباحثين والمتخصصين.

وسوف يقدم البحث صورة واضحة للتوجه العلمي في مجالات البحوث الإعلامية الجامعية في مرحلتي الماجستير والدكتوراه، للمساهمة في دعم المعرفة الإعلامية وإثرائها، من خلال توثيق البحوث التي نوقشت في قسم الإعلام بجامعة بغداد خلال عقد التسعينيات من القرن العشرين، خدمة الأبعاد العلمية لمجالات البحث الإعلامي الجامعي، حتى يكون الباحثون على صلة بما أنجز ونوقش ومعرفة ما طرح فيها، والوقوف على نتائج البحوث الإعلامية للاستفادة منها من جهة الباحثين ورأسمي السياسات الإعلامية والقائمين على وسائل الإعلام.

وقد بذل الباحث جهوداً مضيئة في سبيل انجاز هذا البحث، إذ واجهته العديد من الصعوبات والتحديات خلال جمع مادته العلمية، منها أن بعض بحوث الماجستير والدكتوراه فقدت من مكتبة كلية الإعلام ومكتبة كلية الآداب جامعة بغداد بسبب الإهمال والتقصير في عملية الأرشفة والتوثيق العلمي السليم، وبعضها احترقت وتمزقت خلال دخول القوات الأمريكية والبريطانية إلى الأراضي العراقية عام 2003.

الإطار المنهجي للبحث

أولاً: أهمية البحث

قام الباحث بهذا الجهد العلمي لكي يكون خطوة جادة في سبيل التنظيم والتقصي، لتقديم صفحة متطورة من صفحات التوجه الحديث في عملية توثيق البحوث الإعلامية الجامعية، بشكليرقى إلى خدمة الباحثين في توثيق بحوثهم والتعريف بها، وكذلك المساهمة في تقديمها للباحثين الجدد بأسلوب حديث وميسر حتى يتسنى لهم الإطلاع على المواضيع التي تناولها زملاؤهم الذين سبقوهم في الدراسات العليا للاستفادة منها بالرجوع إلى أصول البحوث في المكتبات، وكي يتسنى للباحثين الجدد التعرف على نتائج الدراسات السابقة المشابهة لدراساتهم والرجوع إليها، ومن جهة أخرى لئلا تتكرر الأبحاث فتضيع جهود الباحثين سدى، لاسيما وأن الباحث لاحظ أن بعض الباحثين في الدراسات العليا يقومون بتسجيل موضوعات دراساتهم وهم يجهلون الموضوعات التي سبق وأن درست من جهة باحثين سبقوهم في الدراسة.

وتكمن أهمية البحث في كونه من البحوث العلمية التي تهتم بحصر واستعراض مجالات البحوث الإعلامية الجامعية التي تم إنجازها في قسم الإعلام بجامعة بغداد، ويكشف عن الأساليب المستخدمة في معالجة موضوعات البحوث الإعلامية، والأدوات البحثية التي تم الاستعانة بها في إنجاز البحوث.

ثانياً: مشكلة البحث

تتمحور مشكلة البحث حول المجالات البحثية التي تناولتها رسائل الماجستير وأطاريح الدكتوراه، وترتيب أولويات البحث العلمي للمجالات البحثية، من خلال المجالات العلمية التي تركز عليها البحوث الإعلامية الجامعية، ووجود صعوبة في تحديد رؤية منهجية واضحة لقضايا البحوث الإعلامية الجامعية، فضلاً عن تشخيص مجالات البحوث الإعلامية الجامعية بجميع مكوناتها وعناصرها.

ثالثاً: تساؤلات البحث

- وتتلخص مشكلة البحث في التساؤلات الرئيسة الآتية:
- 1- ما المجالات العلمية التي تم دراستها في البحوث الإعلامية الجامعية بقسم الإعلام؟
 - 2- ما المنهجية المستخدمة في البحوث الإعلامية الجامعية؟
 - 3- ما الأساليب المتبعة في جمع معلومات البحوث الإعلامية؟
 - 4- هل يوجد توازن في عملية تحديد موضوعات البحوث الإعلامية، من حيث التخصصات الإعلامية الثلاثة، الصحافة، الإذاعة والتلفزيون والعلاقات العامة والإعلان؟
 - 5- هل يتم تحديد عناوين البحوث الإعلامية وفق خطط علمية مسبقة ومدروسة، تلبي متطلبات الاحتياجات الشاغرة في المؤسسات الإعلامية والأكاديمية؟

رابعاً: أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى الكشف عن الأسس العلمية في تحليل ودراسة مجالات البحوث الإعلامية الجامعية، بهدف التعرف على القضايا التي تناولتها البحوث الإعلامية، والمتغيرات التي وضعها الباحثون في منهجية البحوث الإعلامية موضوع البحث، والتركيز عليها في كونها قضايا محلية أو عربية أو عالمية وكذلك أساليب البحث العلمي المتبعة (المنهجية والعينات والأدوات)، ومن ثم توضيح القضايا المهمة التي تمت دراستها، كما يهدف إلى توثيق مواضيع البحوث الإعلامية الجامعية التي نوقشت في قسم الإعلام، والتعرف على التوجه العام لمجالات البحوث الإعلامية في تخصصات الصحافة والإذاعة والتلفزيون والعلاقات العامة والإعلان. وكذلك الكشف عن الأنماط المتعارف عليها في طبيعة البحوث العلمية الجامعية سواء أكانت على مستوى الجوانب المنهجية أم الشكلية، وإمكانية الاستفادة من التخطيط المسبق للقضايا التي تناولتها تلك البحوث.

خامساً: مجال البحث

يقتصر مجال هذا البحث على حصر وتوثيق البحوث الإعلامية الجامعية التي تمت مناقشتها في جامعة بغداد، والتركيز بشكل رئيس على البحوث التي تم إنجازها في قسم الإعلام، بحكم توسع مجال الدراسات العليا في قسم الإعلام خلال مدة الحصار الذي فرض على العراق، أي منذ عام 1990-2002، والسبب الآخر والأهم في تحديد هذه المدة الزمنية هو تحويل القسم إلى كلية لدراسة تخصص الإعلام في عام 2002، وعليه تم تحليل مضمون (201) بحثاً إعلامياً جامعياً من خلال المتغيرات الآتية:

- 1- سنوات مناقشة البحوث الإعلامية الجامعية.
 - 2- توزيع الباحثين الإعلاميين حسب الجنس.
 - 3- مجالات البحوث الإعلامية الجامعية حسب المكان.
 - 4- موضوعات البحوث الإعلامية حسب الاختصاص.
 - 5- منهجية البحوث الإعلامية الجامعية وأدواتها.
 - 6- العينات المستخدمة في البحوث الإعلامية الجامعية.
 - 7- القضايا الإعلامية في بحوث الباحثين اليمنيين.
- وتم عرض الاتجاهات العامة في البحث على النحو الآتي:

- أ- الحدود الزمانية: تمثلت الحدود الزمانية، بالبحوث الإعلامية الجامعية منذ مناقشة أول بحث في مرحلة الماجستير عام 1988، وبحوث الدكتوراه منذ مناقشة أول بحث في عام 1995.
- ب- الحدود المكانية: يحد هذا البحث دراسة مسحية للبحوث الإعلامية، الماجستير والدكتوراه، التي نوقشت في قسم الإعلام بجامعة بغداد، والمتوفرة في المكتبات العراقية.

سادساً: منهج البحث

يعتمد هذا البحث على المنهج التاريخي الذي يستخدم أسلوب التوثيق والعرض والتحليل، إذ يندر إنجاز بحث علمي في مجال من مجالات الإعلام إلا ويكون مستنداً إلى حقائق أو خلفية تاريخية، سواء أكان ذلك في تتبع النشأة الأولى للظاهرة الإعلامية قيد البحث أم في استعراض ومراجعة البحوث السابقة، فضلاً عن تزويد الباحثين بالجذور التاريخية للبحوث الإعلامية الجامعية⁽¹⁰²⁾.

سابعاً: تعريفات متصلة بالبحث

- يقصد بالبحوث التي تناولت الإعلام بشكل عام، التي تناولت مواضيع عامة في مجال الإعلام مثل بحوث (الإعلام العربي المشترك) و(المواجهة الإعلامية العربية لمفهوم الشرق أوسطية) و(الإعلام الدولي وعلاقته بالنظم الإعلامية الإقليمية) وغير ذلك من البحوث.
- كلمة "الإعلام" تشمل جانباً من كلمة إتصال (Communication) وآخر من كلمة "معلومات" عند ترجمتها من اللغة العربية إلى اللغتين الإنجليزية والفرنسية هي: (Information)، وهو بوجه خاص يعني الاتصال الجماهيري من خلال الوسائط (Mass media) لأن كلمة إتصال أوسع مضموناً.
- بعض الكتابات في مؤلفات مناهج البحث العلمي تطلق على بحث الماجستير تسمية (رسالة ماجستير)، وبحث الدكتوراه (أطروحة دكتوراه).

ثامناً: الدراسات السابقة

أتيح للباحث الاطلاع على العديد من الدراسات والكتب العلمية التي تناولت مناهج البحوث الإعلامية، وقام بتأليفها باحثون أكاديميون متخصصون في مجال الإعلام، وبعضها بالأساس بحوث علمية، سبق وأن نشرت في مجلات علمية محكمة. ولوحظ أن بعض الدراسات السابقة تناولت أفكاراً بحثية قريبة من هذه الدراسة أو أنها تناولت أجزاء منها، وتم تقسيم الدراسات السابقة على النحو الآتي:

أ- الدراسات العلمية:

1- دراسة د. عدلي رضا بعنوان، (واقع ومستقبل الدراسات العليا في مؤسسات التعليم الإعلامي: تجربة كلية الإعلام بجامعة القاهرة)⁽¹⁰³⁾:

- تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة مباحث أساسية، تناول المبحث الأول واقع التعليم الجامعي في مصر، من حيث عدد الجامعات والطلاب وهيئات التدريس وموازنات التعليم العالي. وركز المبحث الثاني على واقع الدراسات العليا في مجال الإعلام، واشتمل على عرضاً لتطور نظم الدراسات العليا في الإعلام وتخصصات أعضاء هيئة التدريس والتوجهات البحثية في رسائل الماجستير وأطاريح الدكتوراه والموضوعات البحثية التي يقدمها الطلاب للكلية. وتطرق المبحث الثالث إلى مستقبل الدراسات العليا في مجال الإعلام، من خلال الخطة المستقبلية للدراسات العليا في أقسام الكلية الثلاثة.

2- دراسة د. ليلي محمد عبد المجيد بعنوان، (بحوث الإعلام العربية 1990- 2005 بين تحليل الواقع وتطلعات المستقبل)⁽¹⁰⁴⁾:

- سعت الدراسة إلى الإجابة على سؤال مهم مفاده، هل استطاع الباحثين العرب تأسيس مدرسة علمية في مجال البحوث الإعلامية تراعي خصوصيات المجتمع العربي وأولويات مشاكله البحثية؟ وذلك من خلال دراسة تحليلية لعينة من البحوث والدراسات العلمية التي أجريت في مجال الإعلام خلال المدة من 1990- 2005، والتي بلغت (862) بحث ودراسة علمية. وكشفت نتائج هذه الدراسة عن بعض المؤشرات العامة، من أهمها:

أ- تبعية الدراسات الإعلامية سواء من حيث أجندة المشاكل أو الأطر النظرية أو المداخل المنهجية للمدارس الغربية، مع افتقار الباحثين العرب إلى أطر نظرية خاصة بهم.

ب- يغلب على البحوث الإعلامية الجامعية الطابع الإجرائي على حساب الجوانب النظرية.

ج- تهتم البحوث الإعلامية بالجزئيات والتفتيت للظواهر الإعلامية التي دراستها، في ظل غياب سياسة بحثية واضحة.

3- دراسة محمد بن سليمان الصبيحي، بعنوان (اتجاهات أقسام الإعلام نحو آليات تسجيل الموضوعات البحثية وأولوياتها: دراسة حالة على قسم الإعلام في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية)⁽¹⁰²⁾:

- رصدت الدراسة مجاًلاً من مجالات الكفاءة النوعية للدراسات العليا في أقسام الإعلام في الوطن العربي من خلال دراسة حالة قسم الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، استناداً إلى ما أظهرته الدراسات السابقة في تحديد الأفكار البحثية للتسجيل لدرجتي الماجستير والدكتوراه وعند صياغتها. وذلك حول المجالات البحثية الأولى بالاهتمام من خلال المحاور الآتية:

أ- ترتيب أولويات البحث العلمي للمجالات البحثية الأولى بالاهتمام في قسم الإعلام، كما يراها أعضاء هيئة التدريس وطلاب الدراسات العليا في القسم.

ب- قدرة طلاب الدراسات العليا في قسم الإعلام على تقديم أفكار علمية متميزة.

ج- الأسباب التي ترد لأجلها الموضوعات البحثية التي يتقدم بها طلاب الدراسات العليا.

ب- الكتب العلمية:

1- دراسة د. سمير محمد حسين عام 1998، بعنوان، (دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام):

- تناولت الدراسة مناهج البحث العلمي من خلال التطبيق على المجالات الإعلامية المختلفة، فضلاً عن مجموعة من القضايا الرئيسة في البحوث الإعلامية، من حيث أهميتها ومفهومها وخصائصها وإشكالاتها وإمكانيات تطويرها وتكوين المشكلات العلمية ودراساتها وأساليب تصميم البحوث العلمية والمناهج المستخدمة في بحوث الإعلام⁽¹⁰⁶⁾.

2- دراسة د. السيد أحمد مصطفى عمر 2002، بعنوان: (البحث الإعلامي: مفهومه وإجراءاته ومناهجه): هدفت هذه الدراسة إلى التعريف بالأساليب المستخدمة في حل المشكلات العلمية، وكيفية تحديد المشكلات وتكوين رؤية فرضية عنها، والأساليب والإجراءات والأدوات اللازمة لدراساتها⁽¹⁰⁷⁾.

هوامش الكتاب

المصادر والمراجع

- 1- د. سمير محمد حسين، دراسة في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، القاهرة: عالم الكتب، طبعة سبتمبر 2006، ص 8.
- 2- د. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 6.
- 3- د. لحسن عبد الله باشيوة وآخرون، البحث العلمي: مفاهيم، أساليب، تطبيقات، عمان: الوراق للنشر والتوزيع، 2010، ص 107.
- 4- د. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص 6.
- 5- د. لحسن عبد الله باشيوة وآخرون، البحث العلمي: مفاهيم، أساليب، تطبيقات، مصدر سابق، ص 108.
- 6- د. السيد احمد مصطفى، البحث الإعلامي: مفهومه إجراءاته ومناهجه، ط 2، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر، 2002، ص 15.
- 7- د. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص 7.
- 8- روجر ويمر وجوزيف دومينيك، مقدمة في أسس البحث العلمي: مناهج البحث العلمي، ترجمة: د. صالح أبو أصبع، ط 2، الأردن: عما: دار آرام للطباعة والنشر، 1998، ص 28- 29.
- 9- د. صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط 5، عمان: دار مجدلاوي للنشر، 2006، ص 146.

- 10- د. محمد محمد عمر الطنوبي، نظريات الاتصال، مصر: مكتبة الإشعاع الفنية، 2001، ص 35-36.
- 11- د. عاطف عدلي العبد، مدخل إلى الاتصال والرأي العام: الأسس والنظرية الإسهامات العربية، القاهرة: دار الفكر العربي، 1997، ص 71.
- 12- د. لحسن عبد الله باشيوة وآخرون، البحث العلمي: مفاهيم، أساليب، تطبيقات، مصدر سابق، ص 32.
- 13- د. لوسن، ك، لوفيل، حتى نفهم البحث التربوي، ترجمة: إبراهيم بسيوني عميرة، القاهرة: دار المعارف، (من دون تاريخ)، ص 16.
- 14- د. محمد ناجي الجوهر، العلاقات العامة المبادئ والتطبيقات: رؤية معاصرة، دبي: دار القلم، 2004، ص 269.
- 15- د. عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، ط3، الكويت: وكالة المطبوعات، ص 5.
- 16- د. خالد زعموم، البحث العلمي للإعلاميين: القواعد المنهجية والتطبيقات الميدانية، الإمارات: الشارقة، مركز الخليج للدراسات: دار الخليج للصحافة والطباعة والنشر، 2009، ص 25.
- 17- The Ronald press company, 1948.p4، نقلا عن: السيد احمد مصطفى عمر، مصدر سابق، ص 18.
- 18- د. فاروق السامرائي، المنهج الحديث للبحث في العلوم الإنسانية، الأردن: دار الفرقان للنشر والتوزيع، 1996، ص 21.
- 19- د. الحسن عبد الله باشيوة وآخرون، البحث العلمي: مفاهيم، أساليب، تطبيقات، مصدر سابق، ص 122.
- 20- د. لحسن عبد الله باشيوة وآخرين، البحث العلمي: مفاهيم، أساليب، تطبيقات، مصدر سابق، ص 45.
- 21- د. سمير محمد حسين، دراسة في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، مصدر سابق، ص 119-123.
- 22- احمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، ط3، الكويت، وكالة المطبوعات، 1977، ص 193.

- 23- معن خليل عمر، الموضوعية والتحليل في البحث الاجتماعي، بيروت: دار الآفاق الجديدة، 1983، ص 46.
- 24- السيد احمد مصطفى عمر، البحث الإعلامي: مفهومه إجراءاته ومناهجه، مصدر سابق، ص 192.
- 25- Ch.m, backstrom&Gerald H, Survey Research 2ed edition, New York:John Wiley and Sons:1981:P.6.
- 26- أبو سليمان عبد الوهاب إبراهيم، البحث العلمي ومصادر الدراسات الإسلامية، جدة: دار الشروق، 1400هـ، ص 33.
- 27- د. مروان عبد المجيد إبراهيم، الإحصاء الوصفي والاستدلالي، عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 2000، ص 71.
- 28- د. السيد احمد مصطفى عمر، البحث الإعلامي، البحث الإعلامي: مفهومه إجراءاته ومناهجه، مصدر سابق، ص 394 - 395.
- 29- د. سمير محمد حسين، دراسة في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، مصدر سابق، ص 151.
- 30- د. وهيب الكبيسي ويونس صالح الجنابي، طرائق البحث العلمي في العلوم السلوكية، بغداد: 1987، ص 42.
- 31- Berelson, B. content Analysis in Communication Research, alenco, 11, Free Press, 1952, P18
- 32- د. مصطفى عبد الله أبو القاسم، مناهج وأساليب البحث السياسي، الهيئة القومية للبحث العلمي، طرابلس: 1996، ص 370.
- 33- د. سمير محمد حسين، دراسة في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، مصدر سابق، ص 153.
- 34- ينظر: د. محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، 1993، ص 159.
- 35- د. مصطفى حميد الطائي، مناهج البحث في الإعلام وعلوم الاتصال، عمان: أثراء للنشر والتوزيع، ص 120.
- 36- د. سمير محمد حسين، دراسة في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، مصدر سابق، ص 151.

- 37- د. صالح بن حمد العساف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، الرياض: 1989، ص 253.
- 38- غريب محمد السيد احمد، تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، ط11، سلسلة علم الاجتماع وقضايا الإنسان، الكتاب 8، دار المعرفة الجامعية، مصر: الإسكندرية، 2000، ص 116.
- 39- عبد الله الكندري، محمد الدايم، مدخل إلى مناهج البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، ط2 الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع 1999، ص 56، ود. محمد عبد الحميد البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص 72- 73.
- 40- د. أحمد يوسف وآخرون، تصميم البحوث في العلوم الاجتماعية، القاهرة، جامعة القاهرة: 1992، ص 13.
- 41- د. محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، مصدر سابق، ص 74- 75.
- 42- ينظر: د. سمير محمد حسين، دراسة في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، مصدر سابق، ص 69.
- 43- عبد الوهاب أبو سليمان، كتابة البحث العلمي صياغة جديدة، ط5، جدة: دار الشروق للنشر والتوزيع، 1994، ص 52.
- 44- د. لحسن عبد الله وآخرون، البحث العلمي: مفاهيم، أساليب، تطبيقات، مصدر سابق، ص 115.
- 45- د. محمد التونجي، المنهاج في تأليف البحوث والمخططات، ط2، بيروت: عالم الكتب للطباعة والنشر، 1995، ص 90- 91.
- 46- د. احمد عودة ود. فتحي ملكاوي، أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، الأردن: مكتبة المنار للنشر، 1987، ص 53.
- 47- د. علي عسكر وآخرون، مقدمة البحث العلمي، ط2، الكويت: مكتبة الفلاح، 1998، ص 88- 89.
- 48- د. سمير محمد حسين، دراسة في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، مصدر سابق، ص 78- 79.
- 49- فيصل السالم وتوثيق فرح، قاموس التحليل الاجتماعي، مجموعة أبحاث الشرق الأوسط، لبنان: دار المثلث للطباعة، 1980، ص 4.

- 50- د. عبد الله الكندري ود. محمد عبد الله الدايم، مدخل إلى مناهج البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، ط1، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع: 1999، ص78.
- 51- د. السيد أحمد مصطفى عمر، البحث الإعلامي: مفهومه، إجراءاته ومناهجه، مصدر سابق، ص328.
- 52- د. عاطف العبد ونهى عاطف العبد، استطلاعات وبحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وتنفيذها، القاهرة: دار الفكر العربي، ط7، 2010، ص8-10.
- 53- د. راسم محمد الجمال، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم، 1999، ص118.
- 54- د. محمد الوفاي، مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية، ط2، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1995، ص97.
- 55- سعد ليب، مجلة البحوث، المركز العربي للبحوث والدراسات، بغداد: العدد23، ديسمبر 1988، ص46.
- 56- د. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط2، القاهرة: دار الشعب، 1995، ص123.
- 57- د. معن خليل عمر، الموضوعية والتحليل في البحث الاجتماعي، بيروت: دار الآفاق الجديدة، 1983، ص220.
- 58- د. شيما ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009، ص122.
- 59- د. محمد الغريب عبد الكريم، البحث العلمي: التصميم والمنهج والإجراءات، ط4، الإسكندرية: المكتب الجامعي، 1998، ص124.
- 60- د. محمد عماد إسماعيل، المنهج العلمي وتفسير السلوك، سلسلة علم سلوك الإنسان، ط5، القاهرة: النهضة المصرية، 1998، ص62.
- 61- د. معن خليل عمر، الموضوعية والتحليل في البحث الاجتماعي، بيروت: منشورات دار الآفاق الجديدة، 1983، ص36.
- 62- د. السيد أحمد مصطفى عمر، البحث الإعلامي: مفهومه، إجراءاته، ومناهجه، مصدر سابق، ص333.
- 63- عامر إبراهيم قديلي، البحث العلمي في الصحافة والإعلام، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2015، ص285.

- 64- د. السيد أحمد مصطفى، البحث الإعلامي: مفهومه، إجراءاته، ومناهجه، مصدر سابق، ص 333.
- 65- د. بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق، القاهرة: دار الكتاني الحديث، 2012، ص 551.
- 66- ينظر: د. محمد إبراهيم عايش، الكتابة للعلاقات العامة، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2013، ص 71.
- 67- ينظر: د. صالح أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان: دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، 1995، ص 103.
- 68- ينظر: د. محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 2، 2003، ص 15.
- 69- د. عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، عالم المعرفة، العدد 78، حزيران/يونيو 1984، ص 77.
- 70- د. سعد كتابي، واقع وآفاق التعليم العالي والبحث العلمي في الوطن العربي: أعمال المائدة المستديرة للأساتذة العرب بالجامعات داخل الوطن العربي وخارجه، الدورة السادسة من 23- 28، ليبيا: جامعة ناصر الألفية، 1996، ص 247.
- 71- د. محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، مصدر سابق، ص 23.
- 72- وسائل الإعلام وآثارها في المجتمع العربي المعاصر، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس: 1992، ص 141- 142.
- 73- د. عبد الملك الدناني، مجالات البحوث الإعلامية الجامعية، القاهرة: الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2009.
- 74- روجر ويمر وجوزيف دومينيك، مناهج البحث الإعلامي، ترجمة: صالح أبو إصبع وفاروق منصور، بيروت: المنظمة العربية للترجمة، 2003، ص 574.
- 75- نقلا عن: روجر ويمر وجوزيف دومينيك، مناهج البحث الإعلامي، مصدر سابق، ص 242.

76- Weaver، d.wilhoit and reide، personal needs and media use ، anpa news re-search report:1979p21

- 77- د. مصطفى حميد الطائي، مناهج البحث في الإعلام وعلوم الاتصال، مصدر سابق، ص 117.
- 78- نقلاً عن: روجر ويمر وجوزيف دومينيك، مناهج البحث الإعلامي، مصدر سابق، 577.
- 79- د. عبد الملك الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، بيروت: دار الراتب الجامعية، 2001،
- 80- ينظر: روجر ويمر وجوزيف دومينيك، مناهج البحث الإعلامي، مصدر سابق، ص 583.
- 81- روجر ويمر وجوزيف دومينيك، مقدمة في أسس البحث العلمي: مناهج البحث العلمي، ط2، مصدر سابق، ص 272.
- 82- د. مصطفى حميد الطائي، مناهج البحث في الإعلام وعلوم الاتصال، مصدر سابق، ص 119.
- 83- روجر ويمر وجوزيف دومينيك، مناهج البحث الإعلامي، مصدر سابق، ص 22.
- 84- د. محمد ناجي الجوهر، العلاقات العامة المبادئ والتطبيقات: رؤية معاصرة، مصدر سابق، ص 297.
- 85- د. محمود يوسف، مقدمة في العلاقات العامة، القاهرة: جامعة القاهرة، طبعة 2008، ص 102- 107.
- 86- د. علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط5، القاهرة: عالم الكتب، 2008، ص 76- 77.
- 87- د. محمود يوسف، مقدمة في العلاقات العامة، مصدر سابق، ص 107- 109.
- 88- د. محمود يوسف، العلاقات العامة في الشركات المحولة إلى نظام الخصخصة، القاهرة: مكتبة فيروز المعادي، 1999، ص 109.
- 89- د. شيما ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص 192.
- 90- محمد ناجي الجوهر، العلاقات العامة المبادئ والتطبيقات: رؤية معاصرة، مصدر سابق، ص 311.

91- Downs, C.W. Smeyak, G.P. Martein E, 1980, p.394.

- 92- ينظر: د. شيما ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، 204.
- 93- روجر ويمر وجوزيف دومينيك، مناهج البحث الإعلامي، ترجمة: صالح أبو أصبع وفاروق منصور، مصدر سابق، ص7.
- 94- نقلا عن: د. شيماء السيد سالم، الاتجاهات الحديثة في التسويق، عمان: الآفاق المشرقة للنشر والتوزيع، 2011، ص116.
- 95- ينظر: روجر ويمر وجوزيف دومينيك، مناهج البحث الإعلامي، مصدر سابق، ص304.
- 96- روجر ويمر وجوزيف دومينيك، مناهج البحث الإعلامي، مصدر سابق، ص316.
- 97- د. حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، بغداد: دار الشؤون الثقافية، 1992، ص292-293.
- 98- جان ستوتزل والان جيرار، استطلاعات الرأي العام، ترجمة: عيسى عصفور، بيروت: منشورات عويدات، 1982، ص41-42.
- 99- د. مصطفى حميد الطائي، مناهج البحث في الإعلام وعلوم الاتصال، مصدر سابق، ص116.
- 100- ينظر: د. هيثم هادي الهيتي، الرأي العام بين التحليل والتأثير، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012، ص99-112.
- 101- د. أمين سعيد عبد الغني، استخدام التعليم الإلكتروني في التعليم الإعلامي في الوطن العربي، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الرياض: الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد الثاني، مايو 2007، ص245.
- (*) تصل المدة الزمنية لإنجاز بحوث الماجستير والدكتوراه إلى ما بين ثلاث إلى أربع سنوات، ويتم مناقشتها من جهة لجان علمية متخصصة.
- (**) أول أطروحة دكتوراه نوقشت كانت في إطار كلية الآداب عام 1988، حول الثقافة الأدبية في الإعلام العراقي للباحث حسين النداوي.
- (***) مثلاً رسالة ماجستير للباحث التونسي عبد الرؤوف الخنسي، بعنوان العمل الإعلامي العربي المشترك، تم مناقشتها في عام 1989، غير موجودة في مكتبة كلية الإعلام، ولكنها موجودة في المكتبة الوطنية.

- 102- د. محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط2، 2003، ص72.
- 103- د. عدلي رضا، واقع ومستقبل الدراسات العليا في مؤسسات التعليم الإعلامي: تجربة كلية الإعلام بجامعة القاهرة، دليل المنتدى الإعلام السنوي الثالث، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ديسمبر 2005، ص55.
- 104- د. ليلي عبد المجيد، بحوث الإعلام العربية 1990-2005 بين تحليل الواقع وتطلعات المستقبل، دليل المنتدى الإعلام السنوي الثالث، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ديسمبر 2005، ص67.
- 105- محمد بن سلمان الصبيحي، اتجاهات أقسام الإعلام نحو آليات تسجيل الموضوعات البحثية وأولوياتها: دراسة حالة على قسم الإعلام في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، دليل المنتدى الإعلام السنوي الثالث، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ديسمبر 2005، ص73.
- 106- ينظر: د. سمير محمد حسين، دراسة في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، مصدر سابق.
- 107- ينظر: د. السيد أحمد مصطفى عمر، البحث الإعلامي: مفهومه وإجراءاته ومناهجه، مصدر سابق.



المؤلف في سطور

- د. عبد الملك ردمان الدناني. - أستاذ الاتصال المشارك.
- عضو هيئة التدريس ورئيساً لقسم الصحافة في كلية الإعلام بجامعة صنعاء منذ عام 2004.
- أستاذ زائر في كلية الإعلام بجامعة عجمان خلال العام الجامعي 2010-2011.
- عضو هيئة التدريس ورئيساً لقسم العلاقات العامة والإعلان - كلية الإعلام بجامعة الجزيرة - دبي، لمدة عامين.
- عضو هيئة التدريس في كلية الإمارات للتكنولوجيا - قسم الإعلام، أبو ظبي منذ عام 2013.
- حصل على جائز أفضل البحوث المشاركة بالمؤتمر الدولي السنوي العشرون لأساتذة الاتصال (AUSACE)، الذي عقد في قسم الإعلام بجامعة قطر، خلال المدة من 24-26/10/2015م

المؤلفات (الكتب) المنشورة:

- نشر العديد من الكتب العلمية، منها:
- 1- (الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت)، بيروت: دار الراتب الجامعية، 2001.
- 2- (البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية)، مصر: المكتب الجامعي الحديث، 2006.
- 3- (تطور تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات)، مصر: المكتب الجامعي الحديث، 2005.
- 4- (قضايا صحفية معاصرة)، صنعاء: دار الكتاب الجامعي، صنعاء، 2008.
- 5- (مناهج بحوث الاتصال الحديثة)، الإمارات: دبي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2015.

الأبحاث المنشورة في مجلات علمية محكمة:

- نشر العديد من البحوث العلمية، منها:
- 1- (حرية التعبير عن الرأي في الصحافة اليمنية: دراسة للحرية الصحفية في ظل التعددية الحزبية).
- 2- (مجالات البحوث الإعلامية الجامعية: جامعة بغداد أنموذجاً).
- 3- (تأثير وسائل الاتصال الحديثة على اللغة العربية).
- 4- (مقروئية الصحف الورقية في ظل منافسة الصحافة الإلكترونية).

الإشراف على رسائل الماجستير، وتحكيم البحوث العلمية:

- أشرف وناقش وحكم العديد من الدراسات والبحوث العلمية، منها:

- 1- (دور الصحف اليمنية في ترتيب أولويات الجمهور تجاه القضايا السياسية - دراسة تحليلية وميدانية).
- 2- (معالجة الرسم الكاريكاتيري للقضايا المجتمعية في الصحافة اليمنية: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال).

المشاركات في البرامج العلمية والدورات التدريبية:

- شارك في تنفيذ العديد من البرامج العلمية والدورات التدريبية، منها:
- برامج تدريبية، أقامتها دائرة الموارد في إمارة الشارقة، تحت عناوين إعلامية متنوعة، منها: (مهارات في الإعلام والصحافة)، و(فن إعداد الخبر الصحفي)، و(إدارة العلاقات العامة من خلال متغيرات العولمة وتكنولوجيا المعلومات)، و(فن ومهارات العمل الصحفي).
- البرنامج العلمي لمنظمة أيركس (IREX) الأمريكية خلال عام 2006، في جامعة (اليرموك) بالأردن، وجامعة (تنسي) بالولايات المتحدة الأمريكية، حول (شفافية التعليم باستخدام وسائط الاتصال وتقنيات المعلومات).
- اللجنة المكلفة بإعداد (إستراتيجية التواصل الإعلامي للتخفيف من الفقر)، والتي أعدتها وحدة مكافحة الفقر في وزارة التخطيط والتعاون الدولي عام 2007.
- (إعداد وتوصيف برنامج الدراسات العليا، دبلوم عالي وماجستير)، كلية الإعلام بجامعة صنعاء، عام 2007.
- (اللجان العلمية لتقييم البنية التحتية للجامعات اليمنية).
- لجنة (إعداد وتطوير الخطة الدراسية لبرنامج قسم الإعلام) بجامعة العلوم والتكنولوجيا في اليمن.

المشاركة بأوراق العمل:

- شارك في العديد من أوراق العمل العلمية والمؤتمرات والندوات، في الداخل والخارج، منها:
- (أخلاقيات العمل الإعلامي في ظل التحولات الكونية)، خلال عام 2005.
- قضايا ذات صلة (بالإعلام والنوع الاجتماعي)، عام 2007.
- (برامج العنف التلفزيونية وتأثيرها على سلوك الأطفال).
- (دور الصحافة المحلية في تشكيل الرأي العام: دراسة لواقع الصحافة اليمنية)، 2009.
- (طريقة تحديد إطار وبنية للمشروع المعلوماتي)، عام 2009.
- (دور الإعلام في نشر الوعي البيئي)، و(الصحفي العلمي بين الواقع والطموح)، 2010.
- (وسائل الإعلام والنشر العلمي)، الكويت: 2010.
- (الثورة الاتصالية وتأثيرها على مصطلحات اللغة العربية)، الإمارات، 2011.
- (أساليب تقييم الاختبارات الجامعية الحديثة) - (TEST) دراسة لأنموذج لكلية الإعلام).
- شغل العديد من المهام خلال عمله في صحيفة الجمهورية اليمنية، منذ عام 1982.
- عضو في نقابة الصحفيين اليمنيين، واتحاد الصحفيين العرب، منذ عام 1986.
- البريد الإلكتروني: Email: d_aldanani@yahoo.com

