المحاضرة الخامسة: مقاربات ومناهج دراسة الجمهور

* الإتجاه الإمبريقي في دراسات الجمهور وأهم المناهج المستخدمة في دراسات الجمهور

مرتكزات الابحاث الإمبريقية في دراسات الجمهور :

أولاً -الأبحاث الأمبريقية التي يشار إليها في الأدبيات الأنجلوسكسونية عادة بأبحاث الجمهور(Audience Research): ترتكز بالأساس على العمل الميداني (fieldwork)، أي جمع المعطيات والبيانات والمعلومات المتعلقة بحجم الجمهور وبنيته الديموغرافية والمهنية والسوسيو-ثقافية وأنماط التفاعل مع الرسائل الإعلامية .
وبتأثير من نفس العوامل السياسية والاقتصادية التي أدت إلى ازدهار دراسات الجمهور النظرية، وتطور الأبحاث الميدانية في اتجاه تبسيطي مضر أحيانا بالنزاهة والجدية والصرامة العلمية. ولكن هذا الاتجاه التبسيطي يبدو مجديا اقتصاديا وسياسيا، حيث ازدهرت اقتصاديات أبحاث الجمهور، خاصة سبر الآراء والدراسات التسويقية حتى أصبحت مجالا واسعا للتنافس بين أطراف عديدة منها الحكام والسياسيين والمعلنين والتجار ومكاتب الدراسات ومصنعي أجهزة القياس الإليكترونية. كما تتسابق صناعات تقنيات سبر الآراء على تطوير الآلات الأوتوماتيكية والإليكترونية (Audiomètre, People Meter) تحولت من القياس الكمي الذي يقتصر على متابعة حالة أجهزة الاستقبال الإذاعي والتلفزيوني ونسخ سحب الجرائد والمجلات ومقاعد دور السينما والمسارح، إلى قفزة نوعية تحصي وتفرز الأشخاص الذين يشاهدون ويستمعون ويقرءون ويتفرجون على عرض درامي أو يبحرون افتراضيا عبر المواقع الإليكترونية.

تتم عمليات الإحصاء والفرز والتصنيف بسرعة فائقة بفضل المعلوماتية التي تطور يوميا أدوات الإحصاء وبرمجيات المعالجة الإليكترونية والتحكم عن بعد والبريد الإليكتروني وأنظمة الرسائل القصيرة للهاتف الرقمي والتيليماتيك وغيرها من التقنيات المتطورة بسرعة مذهلة تصعب متابعتها ورصد انعكاسات بنفس السرعة .

ثانياً -أساليب الأبحاث الأمبريقية الشائعة هي أخذ عينة تمثيلية للجمهور المراد بحثه وقياس حجمه وكيفية تشكيله وأنماط استجاباته للرسائل الإعلامية، إلى جانب قياس فئات العينة: السن، والجنس، والمستوى التعليمي، والوضع الاجتماعي أو مستوى الدخل، والمهنة، والدور الاجتماعي، ومكان الإقامة.[1] تأخذ بعين الاعتبار الخصائص السيكولوجية والسوسيولوجية والسياقات الاجتماعية والسياسية والثقافية التي يجري فيها التفاعل بين الجمهور والرسائل الإعلامية.

ثانيا: المقاربات الكمية والكيفية في دراسة جمهور وسائل الإعلام :

أولا قبل التعرض للمناهج الكيفية والكيفية ، سنتعرض لتحديد مفهوم البحوث الكمية والكيفية:

البحوث الكيفية: هي نوع من البحوث العلمية التي تفترض وجود حقائق وظواهر اجتماعية يتم بنائها من خلال وجهات نظر الأفراد، والجماعات المشاركة في البحث ، كما تهدف في الأساس إلى فهم الظاهرة موضوع الدراسة، وعليه ينصب الإهتمام هنا أكثر على حصر معنى الأقوال التي تم جمعها أو السلوكات التي تمت ملاحظتها .[2]

كما نجد أيضا بأن البحث الكيفي هي تلك التي يتحدث ويشارك فيها المبحوثون مع الباحثين في البحث عن الحقيقة، وهذا ما جعل منهج الملاحظة بالمشاركة، والمقابلة الكيفية، وبحوث سيرة الحياة، وطريقة المحادثة الجماعية، والمنهج الوثائقي، تشهد عملية إحياء، وعليه فالبحث الكيفي هو الذي يرى في المجتمع

---

[1] علي قسايسية: مرجع سبق ذكره.

[2] العايب سليم: تنظير معرفي للمقاربة الكمية والكيفية: في العلوم الإجتماعية، مجلة أفاق لعلم الإجتماع ، ص ص 37،38

وإنسانه وتاريخه كتابا مفتوحا، يتعلم منه، لا يعلمه، ويستخلص المعرفة مباشرة من الإنسان وعالم حياته، ويفسر التغيرات النوعية في المجتمع المعقد، فهو مفهوم مركب لمداخل نظرية ومنهجية مختلفة جدا إلى الواقع الإجتماعي[1]

أما البحوث الكمية فهي تلك التي تعتمد على استخدام المؤشرات العددية الاحصائية لدراسة الظواهر الاجتماعية وهي ترجمة المحتوى الى ارقام ونسب واعداد واحصائيات ومعدلات ثم حساب التكرار لتحديد مواقع التركيز والاهتمام والتهميش وهي استخدام الإحصائيات لوصف السلوك الإنساني في موقف إجتماعي أو نسق إجتماعي[2]

تعددت وتنوعت الأساليب المنهجية الكمية والكيفية لدراسة جمهور وسائل الإعلام من حيث المناهج وتقنيات جمع البيانات وفيما يلي أهم المناهج الكمية والكيفية التي تستهدم في دراسة جمهور وسائل الإعلام والمستخدمين.

المناهج الكمية المستخدمة في دراسات جمهور وسائل الإعلام:

***المناهج الكمية:** هي التي يقترح تطبيقها في الحقول والموضوعات الثلاث التالية: قابلية الملاحظة، سببية القياس، موضوعية عالية – ولا نقول تامة- ، وهي نوع من المناهج التي تفترض وجود حقائق اجتماعية موضوعية منفردة ومعزولة عن المشاعر ومعتقدات الأفراد يعتمد غالبا على الأساليب الإحصائية (العد والقياس)، والبحث عن الارتباطات بين الظواهر، كما تلتزم بمعايير البحث الصارم التي يتم وضعها قبل الشروع في البحث، يستخدم فيها أسلوب العد والقياس للتنبؤ باختبار الفروض المحددة مسبقا.

فالمناهج الكمية تبحث عن الأسباب وعن نوع العلاقات الموجودة بين المتغيرات حتى يمكن تفسير علاقات السبب والنتيجة ويصبح من الممكن التوصل إلى تنبؤات دقيقة بخصوص الظاهرة محل الدراسة.[3]

من أهم المناهج الكمية التي تستخدم في دراسة جمهور وسائل الإعلام ما يلي:

1- المنهج الوصفي: وهو المنهج الذي يقوم على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها ، واستخلاص النتائج والتعميمات، وذلك من أجل تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها، ويساعد هذا المنهج على دراسة الحقائق المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع، فهناك العديد من الدراسات الإعلامية التي تقف بأهدافها عند حدود الوصف المجرد للظاهرة للإجابة عن التساؤل ماذا....؟ وكيف؟ أي التعريف بالظاهرة والتغير فيها، أو كيف تتحرك هذه الظاهرة؟ أو كيف يتم التغير فيها؟[4]

ويستخدم المنهج الوصفي في دراسات جمهور وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

أ- جمع المعلومات الوفية والدقيقة عن أي ظاهرة أو مجتمع أو نشاط.

---

[1] المرجع نفسه، ص38 -

[2] سميرة كتفي: البحوث الكمية والكيفية في علوم الاعلام والاتصال ، بحث غير منشور، 2020، ص1 -

[3] محمد شيا: المنهجيات الكمية والكيفية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، محاضرات القيت في المعهد العالي للدكتوراه، الجامعة اللبنانية، 2018، ص13.

[4] سعد سلماني المشهداني : مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص162.

ب – صياغة عدد من النتائج يمكن أن تقوم على أساسها إصلاحات إجتماعية وما يرتبط بها من أنشطة أخرى.

ج – الوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره.[1]

2- المنهج المسحي: وهو من أبرز المناهج المستخدمة في البحوث الإعلامية وفي دراسات جمهور وسائل الإعلام ، ويعتبر من أنسب المناهج الأكثر ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة ، وتلك التي تستهدف وصف تركيب وبناء جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه بصفة خاصة.

ويناسب منهج المسح دراسات الجمهور في بحوث الإعلام ، لأنه يستخدم عندما تكون مفردات المجتمع – الجمهور – التي ترغب الحصول على معلومات عنها، من ...؟ وكيف... ؟ كبيرة جدا ومشتتة ، ويصعب بالتالي الاتصال بهم لتطبيق مناهج أخرى.

وهناك مجموعة من السمات التي تميز هذا المنهج في دراسة جمهور وسائل الإعلام ، منها:

- يمكن استخدام المسوح في دراسة المشكلات أو الظاهرات في وضعها الحقيقي، مثل قراءة الصحف، مشاهدة التلفزيون، نماذج سلوك جمهور وسائل الإعلام ، وكذا سمات هذا الجمهور، بصفتها خصائص ترتبط بطبيعة المشكلة أو الظاهرة الإعلامية.
- يسمح أسلوب المسح بدراسة أعداد كبيرة ومشتتة من الجمهور ، تتفق حجم وضخامة جمهور وسائل الإعلام، وهذه الضخامة في العدد والتشتت ، تعتبر من المحددات الأساسية لهذا الجمهور، بينما لا تسمح المناهج الأخرى بدراسة هذا الحجم الضخم، أو العينة الكبيرة التي تسمح بتمثيل هذا الجمهور، وتعميم النتائج على مفرداته.
- يسمح للباحث بدراسة أو اختبار عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد/ مثل السمات العامة، والسمات الفردية والاجتماعية، وكذلك أنماط السلوك المختلفة، وتقديم قاعدة معرفية واحدة للبيانات الخاصة بهذا الجمهور، التي يمكن استخدامها في وصف تركيبه وبنائه، واختبار العديد من الفروض العلمية الخاصة بالعلاقة بين هذه المتغيرات.
- مناسبة الوقت والجهد والنفقات ، لكمية المعلومات التي يتم جمعها من خلال المسح، وذلك لاستخدام أسلوب العينات الذي يعتبر العلامة المميزة لبحوث المسح المعاصرة.[2]

ويستهدف مسح جمهور وسائل الإعلام التعرف على الأفكار والأراء والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع و الإنطباعات والمعتقدات والتأثيرات المختلفة لدى قراء الصحف ومستمعي الإذاعة ومشاهدي التلفزيون ومستخدمي المواقع الإعلامية على الأنترنت ووسائل الإعلام الجديدة new media[3]

وهناك نوعين أساسين من البحوث المسحية المستخدمة في دراسة جمهور وسائل الإعلام وهي:

---

[1] - المرجع نفسه، ص 162.

[2] محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب ، القهرة، 1993، ص ص122.123.

[3] المشهداني: مرجع سابق، ص163.

* **المسح الوصفي:** يهدف إلى الحصول على معلومات من الجوانب السكانية والسن والجنس والحالة الاجتماعية والمهنية والدخل والدين وربط هذه المعلومات بالآراء والمعتقدات والقيم والسلوك الخاص بجماعة معينة، وبؤرة المسوح الوصفية المعاصرة هي السلوك.

* **المسح التحليلي:** يهدف إلى التعرف على أسباب السلوك بطريقة معينة، وتستخدم البيانات الوصفية السابقة لوضع الفروض واستخدام المسوح التحليلية لاختبار هذه الفروض خصوصا التعرف على أسباب أنواع معينة من السلوك، ومحاولة التعرف على العلاقات السببية بين أنواع معينة من السلوك والصفات المختلفة الديموغرافية للناس.[1]

3- المنهج التجريبي: يعتبر المنهج التجريبي من المناهج الهامة في مجال بحوث العلوم الاجتماعية والسلوكية.

وبصفة عامة فإن المنهج التجريبي هو ذلك المنهج الذي نجرب فيه تأثير متغير مستقل أو أكثر على متغير تابع، وملاحظة التغيرات الناتجة وتفسيرها، وتتضمن التجربة في ابسط صورها على الأقل متغيرا مستقلا وآخر تابع، ويمكن أن تشمل التجربة أكثر من متغير.

وهناك من يعرفه بأنه' تغير متعمد ومضبوط للشروط المحددة للوقائع أو للظاهرة، التي تكون موضوعا للدراسة، وملاحظة ما ينتج عن هذا التغير من آثار في هذا الواقع"، كما يعرف بأنه " ملاحظة تتم تحت ظروف مضبوطة لإثبات الفروض ومعرفة العلاقات السببية، ويقصد بالظروف المضبوطة إدخال المتغير التجريبي إلى الواقع وضبط المغيرات الأخرى التي يمكن أن تؤثر على الظاهرة المدروسة وذلك لقياس أثره على الظاهرة: وذلك من خلال سلسلة من الإجراءات تتمثل في:

- بناء تصميم تجريبي يتضمن الإجراءات التي سيستخدمها الباحث لا ثبات الفروض التي يضعها، وتشمل اختيار مجموعة الدراسة، وطريقة تصنيفها، وضبط العوامل المؤثرة غير العامل المستقل الذي يريد قياسه.
- الإجراء الفعلي للتجربة عن طريق إدخال المتغير المستقل أو التجريبي وملاحظة ما ينتج عنه من أثار .

ومن أهم شروط تطبيق المنهج التجريبي هو تطويع المتغير المفتاحي (المستقل) وهو الذي يعتبر السبب الرئيسي في التأثير على المتغير التابع، والهدف من هذا التطويع هو القدرة على ملاحظة تأثير المستويات المختلفة للمتغير المستقل عل المتغير التابع، أي أن السببية مفهوم حاسم في البحث التجريبي

قواعد المنهج التجريبي:

- إن العلاقة بين المتغيرين التابع والمستقل سببية.
- التحكم في جميع المتغيرات التي من المحتمل أن تؤثر على إجراء التجربة سواء مباشرة أو غير مباشرة.
- تصميم التجربة بناءا على متطلبات الدراسة وأهدافها، وذلك من اجل اختيار المتغيرات تحت التجريب ومعالجتها، لمعرفة العلاقات السببية بينها.

[1] - محمد عبد الحميد: مرجع سابق، ص ص140.141

- أن يكون الباحث على علم بالمتغيرات التي سوف يقوم بالبحث فيها وبتأثير المتغيرات المستقلة عليها.
- تحديد وتعريف دقيق لجميع العوامل التي تؤثر في المتغير التابع.
- ضبط محكم ودقيق لجميع العوامل المؤثرة في المتغير التابع، وذلك من اجل التأكد من أن العامل المستقل هو المسؤول عن النتائج التي تم التوصل إليها، واهم العوامل التي ينبغي ضبطها هي: العوامل التي ترتبط بالفوارق بين أفراد العينة، وتلك التي تعود إلى الإجراءات التجريب، وأخيرا العوامل التي تعود لمؤثرات خارجية.
- يتم اختيار المشاركين في الدراسة في مجموعات، مثل المجموعات التجريبية والمجموعات الضابطة.
- يتم التطبيق على مجموعة أو أكثر .

أهداف المنهج التجريبي وفق خصائصه البحثية تكمن في:

- يستهدف المنهج التجريبي في العلوم الاجتماعية كافة معرفة جوهر الخاص والعام في الدراسات الفردية، والثنائية، والجماعية، والمجتمعية ، لان التجربة الاجتماعية يمكن مراجعتها ومعرفة أسبابها وعللها وخطواتها ونتائجها.
- يساعد الباحث على التحكم في عاملي الزمان والمكان على مستوى دراسة الظاهرة، فالأبحاث التي كانت تستغرق سنوات عديدة أصبح إعدادها وفق هذا المنهج في مدة اقل.
- يمكن الباحث من دراسة الظاهرة من جوانب مختلفة، واكتشاف ظواهر جديدة بفض خصائص هذا المنهج التي تمكن من القيام بعمليات التوليف أو الربط بين عوامل الظاهرة الواحدة، أو بين الظواهر المختلفة
- تتيح للباحث دراسة الظواهر في بعدها الزمني الثالث (المستقبل)، والتنبؤ مستقبلا بالظواهر المشابهة وقدرة التحكم فيها.

المنهج التجريبي وتطبيقه في بحوث دراسات جمهور وسائل الإعلام:

إن البحث في الظواهر الإعلامية والاتصالية وفقا لمنهج اختبار العلاقات السببية، يتطلب تشخيص المتغيرات المتعلقة بالظواهر المبحوثة، وإخضاعها للاختبارات التجريبية، لمعرفة مدى تدخلها و تسببها في حدوث الظاهرة المبحوثة، اذ يرى دعاة منهج اختبار العلاقات السببية:

إن وضع قوانين وظيفية تهدف إلى اكتشاف العلاقات الارتباطية القائمة بينها وبين الظواهر الأخرى يمكن الباحثين من التعرف على المسببات الحقيقية لحدوث الظواهر، ويسهل من إمكانيات حلها أو تصحيح مساراتها.

خطوات المنهج التجريبي:

يقوم المنهج التجريبي على عدة خطوات:

- أولها تحديد إشكالية البحث
- صياغة الفروض العلمية

- تحديد المتغير المستقل، والمتغير التابع وكيفية قياس التابع وتحديد الشروط الضرورية للضبط والتحكم والوسائل المتبعة في إجراء التجربة.
- وضع تصميم تجريبي يحتوي على جميع النتائج وعلاقاتها وشروطها، وقد يتطلب ذلك من الباحث القيام ب:

أ. اختيار عينة تمثل مجتمعا معينا، أو جزء من مادة معينة يمثل الكل.
ب. تحديد العوامل غير التجريبية والضابطة.
ت. تحديد الوسائل والمتطلبات الخاصة بقياس نتائج التجربة والتأكد من صحتها.
ث. القيام باختبارات أولية استطلاعية بغية استكمال النواقص والقصور الموجودة في الوسائل والمتطلبات في التصميم التجريبي.
ج. القيام بالتجربة.[1]

المناهج الكيفية المستخدمة في دراسات جمهور وسائل الإعلام:

المناهج الكيفية: تعتبر المناهج الكيفية أحد أنواع البحوث التي يتم اللجوء إليها في سبيل الحصول على فهم متعمق للظاهرة الاجتماعية ووصف شمولي لها، فهي مناهج قوامها دراسة الإنسان والواقع الاجتماعي بأبعاده المختلفة. وينطوي على خيال منهجي كيف يستقرأ الواقع، ويقرأ المستقبل، ويدرس الإنسان بمختلف أدواته المعرفية كالملاحظة بالمشاركة ، والمقابلات الحرة، ومقابلة الخبراء والمحادثة الجماعية. [2]

من أهم المناهج الكيفية المستخدمة في بحوث دراسات جمهور وسائل الإعلام ما يلي:

1- منهج بحوث دراسة الحالة:

يعرف منهج دراسة الحالة بأنه المنهج الذي يهتم بدراسة جميع الجوانب المتعلقة بدراسة الظواهر والحالات الفردية بموقف واحد، وهو بتعبير آخر دراسة متعمقة لجميع البيانات المجمعة عن وحدة سواء كانت فردا أو مؤسسة أو فريقا، ومنهج دراسة الحالة هو المنهج الذي يتجه إلى جمع البيانات العملية المتعلقة بأي وحدة ويستخدم من أجل الحصول على المعلومات بفرد ما أو موقف معين .[3]

و يتميز منهج دراسة الحالة بالعمق أكثر ما يتميز بالاتساع في دراسته للأفراد والمجتمعات، كما يتميز بالتركيز على الجوانب الفريدة أو المميزة لعينة صغيرة جدا من أفراد المجتمع، وهو يمثل احد طرق وأساليب التحليل أكثر من كونه معبرا عن إجراءات محددة، كما يعبر عن اتجاه كلي أو شمولي لفهم الظاهرة موضع الدراسة.

إذا دراسة الحالة نوع من الدراسات الوصفية، أو أسلوبا من أساليب البحث الوصفي يزود الباحث ببيانات كمية وكيفية عن عوامل متعددة تتعلق بفرد أو مؤسسة أو أسرة أو عدد قليل من الأفراد أو نظاما

---

[1] محمد صلاح الدين المصطفى ، أحمد رجاء عبد الحميد ، أحمد عبد المنعم وآخرون: خطوات البحث العلمي ومناهجه، جامعة الدول العربية، 2010، ص ص28.27.

[2]

[3] مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، عمان ، 200، ص133.

اجتماعيا وحالات محددة، وتتضمن هذه البيانات جوانب شخصية وبيئية ونفسية وغيرها، مما يمكن الباحث من إجراء وصف تفصيلي متعمق للحال موضوع الدراسة.

الخطوات المنهجية لتطبيق منهج دراسة الحالة في بحوث دراسة جمهور وسائل الإعلام والمستخدمين:

- تحديد الأبعاد ذات العلاقة بالمشكلة التي يمكن أن تفيد في زيادة الاستبصار بالحالة والإقتراب منها.

- تحديد مصادر البيانات سواء كانت الحالة فردا أو مؤسسة أو غيرها.

- تحديد أساليب جمع البيانات وأدواتها بما يتفق مع نوعية هذه البيانات ومصادرها مثل/المقابلة والملاحظة بأنواعها وتحليل الوثائق والاتصال المباشر.

- جمع المعلومات وتسجيلها وتحليلها

- صياغة النتائج وتفسيرها.

ويتميز منهج دراسة الحالة ب:

- طريقة للحصول على المعلومات والبيانات الشاملة من الحالات المدروسة، وطريقة للتحليل الكيفي للظواهر والمشكلات الاجتماعية
- هو طريقة تتبعيّة تعتمد على عنصر الزمن، لذلك فهو يهتم بالدراسات التاريخية وتتبع الحالة عبر مراحل.
- التركيز والتعمق في حالة واحدة وتناولها من كل الجوانب، بعد عزلها نسبيا ومؤقتا عن الحالات الأخرى المحيطة بها.
- كما يتميز بوجود حالة واحدة، وليس مجتمع دراسة تختار منه، كما هو الحال في المناهج الأخرى، وهذه الخاصية توفر الجهد وتزيد من التركيز.
- يتمتع منهج دراسة الحالة بالمرونة أثناء التطبيق، بحيث يستطيع الباحث أن يحذف ويزيد بناءا على تطور البحث حول الحالة، وبناءا على المعلومات الجديدة التي يتحصل عليها، لذلك يمكن القول أن منهج دراسة الحالة يملك دائرة واسعة من التصرف عند تطبيقه لهذا المنهج.
- دراسة الحالة ليس بالضرورة أن تكون نظاما أو جماعة أو مجتمعا محليا، فقد تكون شخصا واحدا.
- الوحدة الصغيرة قد تكون جزءا من حالة في إحدى الدراسات، بينما تكون حالة قائمة بذاتها في دراسة أخرى، فان كل فرد من الأفراد يعتبر حالة قائمة بذاتها.
- يمكن منهج دراسة الحالة من تحديد العوامل التي تؤثر في الوحدة المدروسة و الكشف عن العلاقات السببية بين أجزاء الظاهرة.
- تستوعب الموضوع بوضوح من خلال تناوله بشكل متكامل تتضح فيه الأسباب والعلل، والمتغيرات المتداخلة والمستقلة، التي أظهرت الحالة قيد الدراسة، ويتيسر بمنهج دراسة الحالة التشخيص العلمي والمهني الذي يؤدي إلى إصلاح الموضوع.

تهتم دراسة الحالة بدراسة الماضي كمؤثر أساسي في إظهار الحالة في الزمن الحاضر، وتوقعاتها المستقبلية.[1]

2- المنهج المقارن وأسلوب المقارنة المنهجية:

يقصد با (المنهج المقارن) في علم الاجتماع طريقة المقارنة بين مجتمعات مختلفة، أو جماعات داخل المجتمع الواحد أو نظم اجتماعية للكشف عن أوجه الشبه والاختلاف بين الظواهر الاجتماعية وإبراز أسبابها وفقا لبعض المحاكاة التي تجعل هذه الظواهر قابلة للمقارنة كالنواحي التاريخية واثنوغرافية والإحصائية، ويمكن الوصول عن طريق هذه الدراسة إلى صياغة النظريات الاجتماعية .

ويركز المنهج المقارن على مقارنة جوانب التشابه والاختلاف بين الظواهر الإجتماعية لغرض اكتشاف أي العوامل أو الظروف التي تصاحب حدوث ظاهرة إجتماعية أو ممارسة معينة ، وتتمثل مجالات استخدام المنهج المقارن في المجالات التالية:

ـ دراسة أوجه التشابه أو الاختلاف بين الأنماط الرئيسية للسلوك الاجتماعي مثل دراسة السلوك السياسي أو السلوك الإجرامي.

ـ دراسة النماذج المختلفة من التنظيمات وعلى الأخص التنظيمات البيروقراطية مثل نقابات العمال أو التنظيمات السياسية أو التنظيمات الصناعية المختلفة.

ـ دراسة نمو ونطور مختلف أنماط الشخصية أو الأنماط الدافعية والاتجاهات السلوكية والاجتماعية في مجتمعات مختلفة وثقافات متعددة.

ـ تحليل المجتمعات الكلية والمقارنة والمقارنة بين المجتمعات وفقا للنمط الرئيسي للنظم أو التوجهات الثقافية.[2]

استخدام المنهج المقارن في دراسة جمهور وسائل الإعلام:

يوظف المنهج المقارن في دراسة جمهور وسائل الإعلام لأغراض مختلفة وفق طبيعة الدراسة والأهداف المرجوة من تحقيقها ، فيما أهم المجالات التي تتلق باستخدام المنهج المقارن في دراسة جمهور وسائل الإعلام والمستخدمين:

ـ المقارنة بين عادات وأنماط التعرض والاستخدام

ـ المقارنة بين أنماط السلوك الاتصالي

ـ المقارنة بين السمات السوسيولو جية والديموغرافية لجمهور وسائل الإعلام وعلاقتها بأنماط التعرض أو الاشباعات المحققة.

ـ المقارنة بين نتائج الدراسة الميدانية المتحصل عليها بناءا على البيانات المتحصل عليها من اتجاهات أو سلوكات أو آراء عينة جمهور المتعرضين للوسائل الإعلامية المختلفة.

---

[1] حكيمة جاب الله: محاضرات المنهجية في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.

[2] المرجع نفسه.

3- المنهج الإثنوغرافي:

الإثنوغرافيا: هو وصف جماعة من خلال محاولة الإجابة على أسئلة تتعلق بحياة الجماعة أو الأفراد، وهي بذلك تربط بين الثقافة والسلوك الإنساني عبر فترة زمنية معينة ، وتركز على معارف تفصيلية حول حقائق الحياة الاجتماعية من خلال عدد صغير من الحالات يدرسها الباحث بمعايشة الجماعة.

ويعرف **المنهج الإثنوغرافي** بأنه مجموعة من الخطوات والأدوات المتبعة لفهم أسليب وطرق عيش مجتمع ما في إحدى جوانب الحياة اليومية، مثل (تلقي مضامين وسائل الإعلام من طرف الجمهور والمستخدمين)، وذلك من خلال معرفة أفكار أفراده وقيمهم وسلوكياتهم، وما يصعونه من أشياء وكيف يتعاملون معها، ويتم عن طريق الملاحظة في الوضع الطبيعي لحياتهم.

ويعتمد البحث الإثنوغرافي على الوصف والتحليل باستخدام الكلمة والعبارة عوضا عن الأرقام والجداول الإحصائية، وتتركز أهميته في كونه يقدم وصفا مكثفا للظاهرة محل الدراسة، كما يسعى البحث الإثنوغرافي إلى الكشف عن ما هو (غير متوقع) من خلال دراسة الظاهرة، اعتمادا على مشاركة الباحث المتعمقة لمجتمع البحث، ولكونه الأداة المناسبة لجمع البيانات ، تصنيفها وتحليلها.

كما يقوم على مفهوم مشاركة أو إشراك المبحوثين بطريقة مباشرة في الدراسة وتقديم وجهة نظرهم بصورة شاملة، فالباحث الإثنوغرافي يجب أن يكون قادما إلى مكان الدراسة بعقلية ثقافية ومعرفية مفتوحة، وتنصب مهمته في معايشة مجتمع الدراسة بصورة متكاملة عن طريق (الملاحظة بالمشاركة) ويبحث ويتولى نقل ووصف ما يشاهده وما يسمعه من خلال تسجليه للملاحظات والآراء والأفكار والمقترحات من أماكن الدراسة.

استخدام المنهج الإثنوغرافي في دراسة جمهور وسائل الإعلام والمستخدمين:

الاثنوغرافيا منهجية ميدانية تطبيقية وعملية، فهي دراسة وصفية وتحليلية ميدانية لمختلف القيم والعادات والشعوب، ولقد استعملت ايضا في دراسة الظواهر الاثنولوجية والمجتمعية والأنثروبولوجية المعاصرة، ومن هنا يستند البحث الانثوغرافي على مجموعة من الخطوات الاجرائية هي:

- دراسة الظواهر الاثنولوجية لجماعة معينة في زمن ومكان محددين، العادات والتقاليد، الاعراف، المراسيم..
- تجميع المعلومات والبيانات حول الظاهرة المدروسة من خلال الملاحظة الميدانية.
- تصنيف أجزاء الظاهرة وفق اسس ومبادئ علمية
- تحليل الظاهرة وفق المنظور السانكروني من جهة، أو وفق المنظور الدياكروني من جهة أخرى.
- تدوين المعلومات وتوثيقها وتسجيلها بشكل دقيق.

وتعتبر الملاحظة بالمشاركة والمقابلات المفتوحة والاختبارات النفسية ابرز تقنيات وأدوات المنهج الاثنوغرافي.

وعند القيام بدراسة إثنوغرافية حول الجمهور/ المستخدمين فأن الباحث يقع في حدود البحث الكيفي السوسيولوجي لمجرد الفهم وبث البحث الإجرائي، لأن الفهم والمشاركة تفيد في التغيير نحو الأفضل ، وبالتالي فإنه يختلف في المنهجية والأهداف عن الأبحاث الكمية.

كما يقوم البحث الإثنوغرافي عند دراسة جمهور وسيلة إعلامية معينة أو مستخدمي أحد الوسائط الجديدة بمعايشتهم وهذا لفترة من الزمن، وذلك بهدف توضيح أنماط وكيفيات استخدام الأفراد للوسيلة الإعلامية وتفسير سلوكياتهم والمعتقدات والاتجاهات والتمثلات الثقافية والإدراك والدوافع الخاصة بالأفراد، وكذا التأويلات والتفسيرات المختلفة التي يعطيها الأفراد عند استخدامهم لها.