الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد لمين دباغين سطيف2

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

مطبوعة بيداغوجية مكملة لمقياس

منهجية دراسة الاتصال الجماهيري

موجهة لطلبة ماستر1 تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

من إعداد:

الدكتورة أسماء قرشوش

السنة الجامعية 2019/ 2020

معلومات عن المقياس

عنوان المقياس: منهجية دراسة الاتصال الجماهيري

السداسي: الأول

الوحدة: وحدة التعليم المنهجية

الرصيد: 04

المعامل: 02

تخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

الهدف العام:

في نهاية دراسة هذا المقياس ، يصبح الطالب قادرا على التعرف على الطرق المنهجية للبحث العلمي ، و معرفة مختلف مناهج البحث في مجال دراسات الإعلام ودراسات الاتصال الجماهيري التي تساعده على فهم وتطبيق خطوات البحث العلمي المنهجية السليمة في إعداد البحوث ، وان يكون قادرا على ضبط مفاهيم الاتصال وكل ما يتعلق بالاتصال الجماهيري من تعاريف ونماذج وعناصر ، مدركا لمختلف المداخل والاتجاهات البحثية والنظرية لهذه الدراسات.

الأهداف الخاصة:

1. أن يطلع الطالب ويفهم مختلف مناهج البحث في مجال دراسات الاتصال الجماهيري.
2. أن يستطيع الطالب صياغة إشكالية البحث وطرح التساؤلات وصياغة الفرضيات العلمية.
3. أن يتمكن من اختيار أداة البحث المناسبة.
4. أن يعرف طرق تحديد مجتمع البحث واختيار العينة المناسبة.

الأهداف الإجرائية:

1. أن يعرف الطالب مختلف مناهج البحث في مجال دراسات الاتصال الجماهيري معرفة صحيحة دون خطأ ، أن يفهم طرق وأساليب استخدام هذه المناهج فهما صحيحا.
2. أن يصيغ الطالب إشكالية بحث صياغة دقيقة لا خطأ فيها.
3. أن يطرح تساؤلات البحث وأن يصيغ فرضيات بحث صياغة منهجية سليمة.
4. أن يستطيع تحديد مجتمع البحث واختيار العينة بطريقة منهجية صحيحة دون خطأ.

فهرس المحتويات

مقدمة.

المحور الأول: مدخل مفاهيمي

المعرفة العلمية / العلم / البحث العلمي / منهج العلمي

أولا: المعرفة والمعرفة العلمية.....ص06

1. تعريف المعرفة.....ص06
2. أنواع المعارف.....ص06
3. مراحل تطور المعرفة العلمية.....ص07

ثانيا: العلم.....ص08

1. تعريف العلم.....ص08
2. وظائف العلم.....ص09
3. أهداف العلم.....ص10

ثالثا: البحث العلمي:.....ص11

1. تعريف البحث العلمي.....ص11
2. خصائص البحث العلمي.....ص12
3. أنواع البحوث العلمية.....ص13
4. خطوات البحث العلمي.....ص15

رابعا: منهج البحث العلمي.....ص16

1. تعريف المنهج.....ص16
2. تعريف منهج البحث العلمي.....ص17
3. أهمية المنهج العلمي.....ص18

المحور الثاني: البحث في الاتصال الجماهيري

أولا: مفاهيم الاتصال الجماهيري.....ص19

1. تعريف الاتصال.....ص19
2. تعريف الاتصال الجماهيري.....ص22

3. سمات وخصائص الاتصال الجماهيري.....ص22
4. نماذج الاتصال الجماهيري.....ص24
5. عناصر الاتصال الجماهيري.....ص27

ثانيا: نشأة وتطور بحوث الاتصال الجماهيري.....ص30

1. تعريف بحوث الاتصال الجماهيري.....ص30
2. بداية بحوث الاتصال الجماهيري (النشأة).....ص31
3. المداخل الأساسية في دراسة الاتصال الجماهيري.....ص34
4. الاتجاهات البحثية في الاتصال الجماهيري.....ص37

ثالثا: مناهج بحوث الاتصال الجماهيري.....ص39

1. أنواع البحوث من حيث أسلوب جمع المعلومات.....ص40
   - البحوث الكيفية.....ص41
   - البحوث الكمية.....ص43
2. أنواع البحوث من حيث المنهج المستخدم.....ص45
1. منهج البحوث الوصفية.....ص45
   - منهج البحوث المسحية.....ص47
   - منهج بحوث دراسة الحالة.....ص49
   - منهج البحوث الاثنوغرافية.....ص53
   - بحوث تحليل المضمون.....ص54
2. منهج البحث التجريبي.....ص60
3. منهج البحوث التاريخية.....ص64
4. المنهج المقارن وأسلوب المقارنة المنهجية.....ص67

المحور الثالث: خطوات البحث في دراسات الاتصال الجماهيري

أولا: إشكالية البحث العلمي ص69

1. تعريف الإشكالية.....ص69
2. العوامل المؤثرة في اختيار الإشكالية.....ص70

ثانيا: اختيار موضوع البحث وتحديد الإشكالية.....ص71

1. الإحساس بالمشكلة وتحديد مجالها.....ص72
   - تحليل الإشكالية.....ص73
   - تقويم الإشكالية.....ص74

- صياغة الإشكالية.....ص74
3. تحديد عنوان البحث.....ص75
4. تحديد المفاهيم.....ص75

ثالثا: تساؤلات البحث وصياغة الفرضيات العلمية.....ص77

1. أسئلة البحث.....ص77
2. الفرضيات العلمية.....ص78

رابعا: أدوات جمع البيانات في دراسات الاتصال الجماهيري.....ص80

1. استمارة الاستبيان.....ص81
2. المقابلة.....ص84
3. الملاحظة.....ص87

خامسا: مجتمع البحث واختيار العينة.....ص88

1. تعريف العينة.....ص89
2. خطوات اختيار العينة.....ص90
3. أنواع العينات.....ص90
- العينات الاحتمالية (العشوائية).....ص90
- العينات الغير احتمالية (غير عشوائية).....ص94
4. مزايا العينة.....ص96
5. عيوب العينة.....ص97

خاتمة.....ص98

قائمة
المراجع.....ص99

مقدمة:

تولي المؤسسات بمختلف تخصصاتها وأنواعها أهمية قصوى للبحث العلمي وطرقه ومناهجه وأساليبه ، باعتباره مرتكز محوري للوصول إلى الحقائق ، فهو المنطلق الأول الذي تقوم عليه كل الابتكارات في شتى المجلات ، وعن طريقه يتوصل المجتمع إلى حلول للكثير من المشكلات التي تواجهه ، ولما للبحث العلمي من أهمية بالغة اعتمدته الجامعات والمعاهد والمدارس في كل دول العالم كمادة أساسية جديرة بالتدريس والعمل على تلقين الطالب أساسيات البحث العلمي وكل ما يرتبط به من مناهج ، وأدوات ، وخطوات..

ومن هنا جاءت هذه المطبوعة البيداغوجية لتوفر للطالب الإطار المعرفي النظري والتطبيقي لأساسيات البحث في مجال دراسات الاتصال الجماهيري ، حيث اشتملت على ثلاث محاور أساسية ، يحتوي كل محور مجموعة من المحاضرات والتي تحتوي بدورها العديد من المعارف والمعلومات الهامة ذات الصلة " بمنهجية دراسة الاتصال الجماهيري" ، حيث تم تقسيم هذه المطبوعة كالآتي:

ضم **المحور الأول** مجموعة من المفاهيم كمدخل للمقياس ، منها تعريف المعرفة والمعرفة العلمية ، أنواعها ومراحل تطورها ، تعريف العلم ووظائفه ، وأهدافه ، تعريف البحث العلمي وخصائصه ، خطواته وأنواع البحوث العلمية ، تعريف المنهج و المنهج العلمي.

المحور الثاني تحت عنوان " **البحث في الاتصال الجماهيري**"، تم التطرق من خلاله إلى الاتصال ، والاتصال الجماهيري ، سمات وخصائص الاتصال الجماهيري ، نماذج الاتصال الجماهيري ، وعناصر الاتصال الجماهيري. كما تم التطرق إلى نشأة وتطور البحوث في مجال دراسات الاتصال الجماهيري ، والتطرق للمداخل الأساسية لهذه الدراسات ، والاتجاهات البحثية فيها.

وفي نفس المحور تم تناول مناهج وبحوث دراسات الاتصال الجماهيري ، سواء من حيث أسلوب جمع المعلومات ، ومن حيث المناهج المستخدمة.

المحور الثالث تحت عنوان "خطوات البحث في دراسات الاتصال الجماهيري ، بدءا من تعريف الإشكالية والعوامل المؤثرة في اختيارها ، ثم تم تناول المراحل بدءا من مرحلة الإحساس بالمشكلة و اختيار الموضوع وتحديد الإشكالية وصياغتها ، وتحديد عنوان البحث ، و تحديد مفاهيم الدراسة ، كما تم تناول تساؤلات الدراسة والفرضيات العلمية.

وفي نفس المحور تم تناول أدوات جمع البيانات ، الاستمارة ، المقابلة ، والملاحظة العلمية ، وفي الأخير تم تناول مجتمع البحث واختيار العينة ، سواء من حيث التعريف ، و من حيث خطوات اختيار العينة ، وأنواعها من عينات احتمالية وعينات غير احتمالية.

المحور الأول: مدخل مفاهيمي

المعرفة العلمية /العلم/المنهج العلمي/ البحث العلمي

أولا: المعرفة والمعرفة العلمية.

1. تعريف المعرفة:

يتعرض الإنسان في حياته اليومية إلى مجموعة من المواقف والحالات، تحتاج مثل هذه المواقف إلى تجاوب أو رد فعل مناسبين ولهذا هناك بشكل عام أسلوبان أساسيان في تفكير الإنسان وتجاوبه مع المواقف والأحداث، هما الأسلوب الاعتباطي والأسلوب العلمي المبرمج، حيث يعتمد الأول على رد الفعل الاعتيادي والبسيط الذي لا يحتاج إلى جهد ذهني أو تفكير كثير، وقد لا يحتاج إلى تفكير إطلاقا.

أما الأسلوب العلمي المبرمج فهو يعني استخدام الإنسان لتفكيره بشكل مركز وكبير بحيث يتناسب مع الحالة أو الموقف الذي يصادفه ويعترض حياته، وعلى هذا يمكن القول أن هناك نوعان أساسيان من المعرفة أو المعارف: المعارف غير العلمية، والمعارف العلمية.

2. أنواع المعارف:

المعارف غير العلمية: هناك معرفة عامة بسيطة (عادية) يحصل عليها الإنسان عن طريق حياته اليومية ومعاشرته للأفراد(رشيد زرواتي،13،2007)، و هي عادة ما تصل إلينا عن طريق التقليد، أي عن طريق تفكير وتصرف موروث، وعن طرق الاعتقادات الشعبية (croyances populaires) أو الخرافات (superstitions) أو الحدسيات، كما يمكن لبعض التجارب أن تكون أيضا مصدرا لهذا النوع من المعارف، هذه المعارف والتفسيرات التي تكوّن ما نسميه بالحس المشترك يمكن أن تُظهر فعالية كبيرة في الحياة اليومية، لكنها لا تكون ملائمة للبحث العلمي(موريس أنجرس، 2004، ص47).

كما يمكننا جمع مختلف أنواع المعارف غير العلمية في ثلاث فئات كبرى وهي"

- **المعرف العادية أو الشعبية.**
- **معارف الحرفة أو المهنة.**
- **المعارف الدينية.**

المعرفة العلمية: وهي المعرفة التي تنشأ عن طريق إعمال العقل في الواقع، أي عن طريق علاقة جدلية بين العقل والواقع لا عن طريق الفصل بينهما، وهي المعرفة التي تعتمد على العلم في تحصيل معطياتها (أبراش، 2009، ص37).

في تعريف أخر "هي شكل من أشكال النتاجات الفكرية للإنسان، وهي نشاط فكري يتضمن جمع وتنظيم وبرمجة المعلومات الموضوعية المشتقة من الظواهر والأشياء المرئية وغير المرئية، وهذا النشاط الفكري غالبا ما يوجه لاكتساب المعرفة الحقيقية عن أسرار وخفايا العلم الطبيعية والميتافيزيقية، ولا يمكن اكتساب معرفة حقيقية إلا بعد استنتاج قوانين عملية تثبت وتحدد مواطن وخصائص الظواهر والأشياء التي يهتم بدراستها العلماء والباحثون (الحسن، 1994، ص07).

يعرفها موريس أنجرس "بأنها نوع من المعرفة يقوم على دراسة الظواهر التي يتم إدراكها في غالب الأحيان عن طريق الحواس وهي السمع، اللمس، الشم، الرؤية، والذوق" (موريس أنجرس، 2004، ص47).

3. مراحل تطور المعرفة العلمية:

تطورت أساليب المعرفة والتفكير عبر العصور التاريخية المختلفة، لتتناسب مع مستويات وقدرات الإنسان، فقد واجهته أحداث ومشاكل عديدة كان عليه أن يتجاوب معها و يتخذ موقفا معينا إزائها بشكل يحفظ له حياته وبقائه، ولم يكن ذلك دون استخدامه قدرا مناسبا من التفكير.

ومما هو جدير بالذكر أن الإنسان الأول لجأ إلى أساليب بدائية شتى بقصد التأثير على المشاكل التي واجهته، إلا انه ومع مرور الوقت تطور فكر الإنسان وبدأت تظهر مراحل جديدة أخرى مختلفة ومتقدمة.

وعموما يمكن أن نقسم مراحل تطور المعرفة والتفكير العلمي على أساس التطور الفكري والحضاري إلى ثلاث مراحل أساسية هي:

أ. **المرحلة الحسية:** استخدم فيها الإنسان حواسه المجردة في فهمه ومعرفته للأشياء وتفسير المواقف التي واجهته، ويمكن اعتبار المعرفة الحسية أقدم أنواع المعرفة وأسهلها استنباطا وملاحظة، إذ تعتمد أصلا على الحواس والخبرة اليومية للإنسان التي لا تحتاج إلى حجج وبراهين تدعم وجودها(بن نوار، 2012، ص25).

ب. **المرحلة الفلسفية التأملية:** هنا بدا الإنسان التفكير والتأمل في الظواهر والأسباب الأخرى التي لا يستطيع فهمها عن طريق الحواس المجردة، فبدا يفكر في الحياة والموت، الخلق والخالق، وجوانب أخرى من الكون المحيط به (قندلجي، 1999، ص21)، والمعرفة الفلسفية ليست في متناول الإنسان العادي، لأنها معرفة تأملية عقلية تحتاج إلى مستوى ذهني أعلى مما تتطلبه الحياة اليومية وأعلى مما تتطلبه المعرفة الحسية البسيطة، و هي حصيلة نشاط فكري فردي يقوم على التأمل في موضوعات تتجاوز حدود العالم المادي الملموس والمحسوس (السيد، 2001، ص11).

ت. **المرحلة العلمية التجريبية:** حيث استطاع الإنسان في هذه المرحلة المتقدمة من ربط الظواهر بالمسببات ربطا موضوعيا، عن طريق تحليل المعلومات المتوفرة عنها بغرض الوصول إلى قوانين ونظريات وتعميمات تفيده في مسيرة حياته عن طريق إيجاد الحلول المناسبة للمشاكل التي تعترض حياته.(قندلجي، 1999، ص22).

ثانيا: العلم.

1. تعريف العلم :

عرفه قاموس وبستر الجديدWebster’s New Twentieth Century Dictionary Of English Language "بأنه المعرفة المنهجية Systematized Knowledgeالتي تنشأ عن الملاحظة والدراسة والتجريب، والتي تتم بغرض تحديد طبيعة أو أسس وأصول ما تتم دراسته".

أما قاموس أكسفورد المختصر Shorter Oxford English Dictionary عرفه كما يلي " العلم ذلك الفرع من الدراسة الذي يتعلق بجسد مترابط من الحقائق الثابتة والمصنفة، والتي تحكمها قوانين عامة تحتوي على طرق ومناهج موثوق بها، لاكتشاف الحقائق الجديدة في نطاق الدراسة(بدر، 2008، ص11، 12).

وعرفه المعجم الوسيط باللغة العربية "بأنه إدراك الشيء بحقيقته" (أبراش، 2009، ص31)، كما يعرف بوظيفته الأساسية المتمثلة في التوصل إلى تعميمات بصورة قوانين أو نظريات، تنبثق عنها أهداف فرعية تتلخص في وصف الظواهر وتفسيرها وضبط المتغيرات للتوصل إلى علاقات محددة بينها، ثم التنبؤ بالظواهر والأحداث لدرجة مقبولة من الدقة (عليان، 2001، ص14)

كما عرفه الدكتور محمد عبد الحميد " بأنه التراكم المعرفي المنظم للعلاقات بين الظواهر المختلفة، وبالتالي فان أهم ما يميز العلم هو إتباع المنهج العلمي لتنظيم المعرفة ومن هنا تأتي العلاقة بين المعرفة والعلم والمنهج العلمي(عبد الحميد، 2000، ص06). وهناك من يعرف العلم بأنه "المعرفة الهادفة والمنظمة و الممنهجة، وهذا يعني أن العلم معرفة ولكن ليس كل معرفة علم، وحتى تكون المعرفة علما يجب أن تتوسم طرق البحث العلمي في اكتساب حقائقها، وان تأخذ بالمنهج العلمي القائم على الملاحظة والتجريب والمقارنة والاستقراء(أبراش، 2009، ص31).

ويعرفه موريس أنجرس "العلم يسعى إلى تفسير الواقع، وللقيام بذلك فانه يقوم باستخدام الرموز الألفاظ التي تمكنه من الاستقراء والاستنباط (أنجرس، 2004، ص52)، وهناك من يعرفه بأنه المعرفة المنسقة التي تنشأ من الملاحظة والدراسة والتجريبي، والتي تتم بهدف تعرف طبيعة وأصول الظواهر التي تخضع للملاحظة والدراسة.(عبيدات وآخرون، 1999، ص05).

2. وظائف العلم:

1. الاكتشاف= يكشف العلم ما كان غير معروف لدى الإنسان.
2. التقنين= وضع قوانين تتحكم في الظواهر.
3. الضبط= ضبط أسباب الظواهر وأبعادها وطبيعة ونوع وقوة التأثير فيما بينها.
4. التحكم= يتحكم العلم في مختلف الظواهر عن طريق معرفة العلاقات والتأثير المتبادل بين الظواهر وعواملها وظروفها.
5. التنبؤ= يتنبأ العلم بحدوث الظواهر بعد معرفة أسباب حدوثها وتطورها والحد أو التكييف معها.
6. حل المشكلات= عن طريق الدراسات العلمية للمشكلات يصل العلم لحلها مطلقا أو جزئيا.

7. الابتكار = الإبداع في تكييف الظواهر المعقدة بما يخدم الإنسان.(رشيد زرواتي،25،2007).

3. أهداف العلم:

لا يقتصر دور العلم سواء في العلوم الطبيعية أو العلوم الاجتماعية على مجرد وصف الظواهر، بل يسعى إلى تقديم التفسير العلمي لها وعلى كيفية حدوثها ومسبباتها وإقامة الدليل عليها، وعلى هذا الأساس يحقق العلم أهدافا يمكن إيجازها في:

الفهم والتفسير Explication: لا يكتفي العلم بتعداد صفات الظاهرة وخصائصها فليس المهم أن نصف الظاهرة بمقدار ما نعرف كيف حدثت؟ ولماذا؟(عبيدات وآخرون، 1984، ص20)، لهذا يهدف العلم إلى فهم الظواهر وتفسيرها لان فهم الظاهرة يعني فهم الأسباب والعوامل التي أدت إلى ظهورها في ضوء الظروف المحيطة بها والعوامل المؤثرة فيها، وكذلك علاقة تلك الظواهر بالعوامل والظروف(قندلجي، 1999، ص31).

التنبؤ Fore casting: كما سبق وأن أشرنا إلى أن العلم لا يكتفي بوصف الظواهر بل يعمل على فهما وإيجاد تفسير لطبيعة العلاقات والقوانين التي تحكمها وتنظم علاقاتها بالظواهر الأخرى، فانه في هذه الحالة يكون قادرا على التنبؤ بالطريقة التي سوف يعمل التعميم الناتج عن التفسير لها في المستقبل(أبراش، 2009،ص34).

لان وظيفة العلم لا تقتصر على الحاضر بل على المستقبل أيضا، لان التنبؤ معناه قدرة الباحث على أن يستنتج من فهمه للظواهر وقوانينها نتائج أخرى مرتبطة بهذا الفهم، أي أن التنبؤ معناه التأكد من انطباق المبادئ آو القواعد العامة التو تم التوصل إليها على حالات أخرى في أوضاع مختلفة.

الضبط والتحكم Control: ترتبط بعملية التنبؤ هذه عملية الضبط كهدف أيضا للعلم، ويعني الضبط عملية التحكم في بعض العوامل الأساسية التي تسبب ظاهرة معينة بحيث تجعل هذه الظاهرة تتم أو تمنع وقوعها(بدر، 2008، ص13)، فحين تتم عملية فهم الظاهرة فانه يتم فهم العوامل التي تؤثر فيها وتنتجها، وبهذا يكون في الإمكان السيطرة على بعض هذه العوامل(عبيدات وآخرون، 1984، ص22)

ولقد استطاع العلم أن يتحكم في كثير من الظواهر في العلوم الطبيعية، إلا أنه في مجال العلوم الاجتماعية فان القدرة على الضبط والتحكم أكثر صعوبة نظرا لخصوصية الظاهرة الاجتماعية.

ثالثا: البحث العلمي.

1. تعريف البحث العلمي :

مصطلح البحث من المفاهيم التي اختلف العلماء في تحديد مفهومه، لكنه اختلاف ليس قائما على الخلفية النظرية وإنما قائم على أساس اختلاف مواضيع ومجلات البحث والتخصصات العلمية في العلوم الاجتماعية وعلى هذا الأساس هناك من يعرفه " بأنه استخدام الأسلوب العلمي في دراسة المجتمع وما ينبعث عنه من ظواهر، وما يحدث من مشكلات، يفيد البحث العلمي في اكتشاف الحقائق المجهولة، تعديل الأفكار الخاطئة وتشخيص المشكلات الاجتماعية، بحيث يمكن معالجتها والوقاية منها(مصباح، 2008، ص17) يعتبر البحث العلمي محاولة جادة لمعرفة واستجلاء جانب من جوانب المعرفة في صورة محكمة من التحقق والتدقيق والشمول والعمق.

ويعرفه البعض بأنه " الفحص والتقصي المنظم لمادة أي موضوع من اجل إضافة المعلومات المتوصل بها إلى المعرفة الإنسانية، كما يعد وسيلة منهجية للاكتشاف والتفسير العلمي والمنطقي للظواهر سواء الطبيعية أو الاجتماعية، ينطلق من فرضيات أو تخمينات يمكن التأكد منها بإتباع سبل تحقق أهدافا، ويمكن قياسها بقوانين طبيعية أو اجتماعية يحتكم الناس إليها، ويستهدف الوصول إلى نتائج تحقق رغبات الباحث أو الجهة المتبنية للبحث سواء كان هذا البحث نظريا أو تفسيريا أو تحليليا نقديا، أو انه تطبيقي يلتجئ إلى الميدان أو المعامل والمختبرات"(عقيل، 1999، ص25).

وهناك من يعرفه بأنه " الدراسة العلمية الدقيقة والمنظمة لظاهرة معينة باستخدام المنهج العلمي للوصول إلى حقائق يمكن توصيلها والاستفادة منها والتحقق من صحتها، ولتحقيق هدفين أساسيين هما إثراء المعرفة العلمية وإشباع الفضول العلمي بتعميق فهمنا للظاهرة وإضافة معارف جديدة، والهدف الثاني هو الكشف عن جوانب المشكلات القائمة والتنبؤ بها، ووضع انسب الحلول لها والعمل على مواجهتها(شفيق، 2008، ص08).

وهناك من يعرفه "بأنه وسيلة للاستعلام والاستقصاء المنظم والدقيق الذي يقوم به الباحث بغرض اكتشاف معلومات وعلاقات جديدة أو تطوير وتصحيح المعلومات الموجودة فعلا بالاستعانة بخطوات البحث العلمي" (ابراش، 2009، ص210).

وعلى هذا الأساس يمكن القول أن البحث العلمي هو نشاط فكري منظم، ينطلق من الوقع فهو لا يبدأ من فراغ حتى لا ينتهي إلى فراغ، بحيث يحاول الباحث الإحاطة بكل أجزاء الظاهرة المدروسة، فهو يهدف إلى دراسة المشكلات سواء الطبيعية أو الاجتماعية وهي ما تعرف في هذا الإطار بإشكالية البحث، وذلك بإتباع مجموعة من الخطوات العلمية المنظمة والتي تسمى بمنهج البحث، وذلك من اجل الوصول إلى:

- تصحيح لأخطاء وملابسات علمية سابقة
- كما قد يهدف إلى إثراء وتطوير المعلومات الموجودة فعلا (إثراء ما هو قائم)
- اكتشاف حقائق أو علاقات جديدة للوصول إلى حلول ملائمة لعلاج المشكلات (التجديد والابتكار)
- الوصول إلى حقائق ومعارف جديدة، بهدف التنبؤ والتحكم والسيطرة والتطبيق العلمي وحل المشكلات، لان هدف البحث العلمي حل المشكلات الاجتماعية، لذلك يعتبر البحث العلمي تكوينا مرنا، ومتواصلا على محاولة التحكم والتنبؤ(Taleb, 2004, p30).

والبحوث العلمية تتعدد بتعدد الأهداف، وتختلف باختلاف مواضيعها وأهدافها وحقولها المعرفية، كما تتميز النتائج المتوصل إليها عن طريق البحث العلمي أنها قابلة للتحقق من صحتها تجريبيا، كما يمكن إعادة النظر في المعلومات غير الصحيحة، أي انه بتوفر على صفة التصحيح الذاتي.

2. خصائص البحث العلمي:

- **الموضوعية:** ويقصد منها الباحثون جانبين مهمين هما:

- حصر الدراسة، وتكثيف الجهد في إطار موضوع البحث، وعدم الخروج عن موضوع الدراسة إلى نقاط جانبية.
- عدم التحيز، فهدف البحث هو التوصل إلى الحقيقة المؤيدة بالأدلة والشواهد، بعيدة عن المؤثرات الشخصية.

- **المنهجية:** وهي طريق تنظيم المعلومات، بحيث يكون عرضها عرضا منطقيا سليما، من العام إلى الخاص، ومن المجهول إلى المعلوم (أبو سليمان، 1978، ص19،20).
- يعتمد على الملاحظة العلمية والأدلة الإمبريقية.
- نتائجه تعتمد على الأدلة والبراهين، لا يعتمد على الحدس والتخمين، كما أن المعلومات تجمع عن طريق الملاحظة العلمية والتجربة وصدق وثبات البيانات بعدما يتم التأكد منها، ويتم تحليل البيانات في ضوء الطرق الإحصائية المناسبة (الضامن، 2007، ص18).
- البحث العلمي عمل هادف، وللنتيجة التي يتوصل إليها خاصيتان هنا:

- إمكانية التحقق.
- وقابلية التعميم.

- البحث العلمي عبارة عن نظام متكامل وهادف، يقوم على الربط بين الوسائل والإمكانيات المتاحة من اجل الوصول إلى غايات محددة، فالبحث العلمي نشاط منظم قائم على مجموعة من القواعد والطرق المنهجية العلمية.
- البحث العلمي نظام مفتوح يتفاعل مع البيئة يؤثر ويتأثر بها وفيها، يتصف بالديناميكية، والتغير والمرونة.
- يستند إلى مجموعة من القواعد الشكلية والمحتوى الموضوعي والأساليب العلمية المنظمة التي تشكل في مجموعها خصائص ومرتكزات البحث العلمي (عليان، 2001، ص23، 24).

3. أنواع البحوث العلمية:

إن المتصفح لأنواع البحوث في المجال العلمي يجد أن هناك العديد والعديد من الاجتهادات في تصنيف هذه البحوث، وبالرغم من تقسيم وتصنيف هذه البحوث حسب العديد من التوجهات، إلا أن هذه الاجتهادات والتوجهات يمكن أن تتمحور في الأنواع التالية.

التقسيم على أساس المجال العلمي الذي تنتمي إليه إلى:

البحوث في مجال العلوم الطبيعية: وهي نوع البحوث الذي تستخدم التجارب وخاصة المعملية بدرجة عالية.

البحوث في مجال العلوم الاجتماعية: تضم بحوث الدراسات الاجتماعية، علم النفس/ والعلوم السلوكية، الإدارة وغيرها من العلوم التي تتداخل فيها متغيرات يصعب السيطرة عليها.

البحوث في مجال العلوم الإنسانية: وتضم مجموع الدراسات اللغوية والتاريخية والأثرية.. وغيرها من العلوم الإنسانية(حسن، 1971، ص133).

التقسيم على أساس الوسائل أو الأسلوب المستخدم في إجرائها إلى:

البحوث الكمية Quantitative Research: والتي تعتمد غالبا الأساليب الإحصائية في جمع بياناتها تحليلها.

البحوث النوع Qualitative Research:يركز عادة على فهم الظواهر والأحداث فهم أعمق ويهتم بدراسة الظواهر في سياقها الطبيعي (قندلجي وآخرون، 2018، ص33،34).

التقسيم على أساس الهدف النهائي لإجرائها إلى:

البحوث الأساسية(البحتة) أو النظرية: وهي التي تستهدف إما الكشف عن حقائق بغرض الوصول إلى نظرية جديدة أو اختبار نظرية من النظريات القائمة دون أن يكون لهذه الدراسة احتياجات تطبيقية أو عملية (حسين، 1976، ص109). هدف هذا النوع من البحوث هو تطوير المفاهيم النظرية. وتشتق البحوث الأساسية عادة من الإشكالات الفكرية أو المشكلات المبدئية فهي إذن ذات طبيعة نظرية بالدرجة الأولى(قندلجي، 1999، ص 46).

بحوث تطبيقية: يهدف البحث التطبيقي إلى معالجة المشكلات وصولا إلى نتائج وتوصيات تسهم في معالجة أو التخفيف من حدتها.

التقسيم على أساس المنهج المستخدم الى:

- البحوث التاريخية Historical Research
- البحوث الوصفية Descriptive Research
- البحوث التجريبية Experimental Research(عليان، 2001، ص26).

وتقسم من حيث جهات تنفيذها إلى:

البحوث الأكاديمية: وهي البحوث التي تجرى في الجامعات والمعاهد والمؤسسات الأكاديمية المختلفة، ونستطيع أن نصنف هذه البحوث إلى:

- بحوث الدراسات العليا: وهي على أنواع منها (رسائل الماجستير، الدكتوراه) (قندلجي، 1999، ص49)

خطوات البحث العلمي:

على الرغم من تعدد المشكلات العلمية وتباين خصائصها وسماتها ومستوياتها، إلا أن العلميات العقلية الأولية للاقتراب منها وصياغتها صياغة علمية لا تختلف من مشكلة إلىأخرى، وتشتمل هذه العمليات في عدد من الخطوات المنهجية العامة من خطوات البحث العلمي(عبد الحميد، 2000، ص68).

حيث ترتبط خطوات البحث العلمي مع بعضها البعض، وتتداخل فيما بينها بحيث تشكل مجموعة من الخطوات المتسلسلة والمتكاملة، وبالرغم من الاختلافات بين الباحثين في عدد هذه الخطوات وترتيبها، إلا أن هناك اتفاقا عاما على أن الخطوات الرئيسية للبحث العلمي هي:

1. الشعور بالمشكلة واختيار الموضوع.
2. صياغة الإشكالية وتساؤلاتها بدقة.
3. صياغة فرضيات الدراسة.
4. مراجعة الدراسات السابقة.
5. تحديد منهج الدراسة
6. تحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة
7. جمع البيانات وتبويبها ومعالجتها بالأسلوب المناسب.
8. عرض البيانات والنتائج.
9. وضع التوصيات العلمية المناسبة

10. إعداد تقرير البحث وفق أصول البحث العلمي

رابعا: منهج البحث العلمي:

1. تعريف المنهج:

لكي نستطيع تحديد مفهوم منهج البحث العلمي لا بد من إعطاء تعريف عام وشامل للمصطلح ككل **فالمنهج** " هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم المختلفة وذلك عن طريق جملة من القواعد العامة التي تسيطر على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة مقبولة ومعلومة.(بدوي، 1977، ص05)

وهناك من يعرفه "بأنه الطريق أو السبيل الواضح للتعبير عن الشيء أو عن عمل أو في تعليم شيئا، طبقا لمبادئ معينة وبنظام معين بغية الوصول إلى غاية معينة، وبصفة عامة يعتبر المنهج الطريق التي يسلكها الباحث للإجابة عن الأسئلة التي تثيرها الإشكالية موضوع البحث، وهو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من اجل الكشف عن الحقيقة حين نكون بها جاهلين، وإما من اجل البرهنة عليها للآخرين حين نكون بها عارفين، وانه الجوانب عن السؤال: كيف يمكن حل أو معالجة الإشكالية المطروحة؟ (عبد الفتاح وحمزاوي، 2002، ص06).

وقد عرف بتعريفات مختلفة منها:

- " الطريق الذي يسلكه الباحث في إثبات المحمولات لموضوعات القضايا المبحوث عنها في العالم، والأداة المعتمدة في الكشف عن أحوال وحقائق الموضوعات قيد الدراسة والمعالجة".
- "الأداة التي يستخدمها الباحث للوصول إلى غرضه أو غايته واكتشاف الحقيقة أو الوصول إلى المعرفة".
- "الأسلوب أو الطريقة التي يتبعها الباحث أو العالم في معالجة موضوع بحثه، بهدف الوصول إلى نتائج معينة". (مركز نون للتأليف والترجمة، 2016، ص25)

أما "**البحث** "فيعرف بأنه " مجموعة من القواعد العامة المستخدمة من اجل الوصول إلى الحقيقة في العلم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة

معلومة"، في تعريف أخر له " هو محاولة لاكتشاف المعرفة والتنقيب عنها، تنميتها، وفحصها، وتحقيقها بتقصي دقيق ونقد عميق، ثم عرضها بشكل متكامل".(قندلجي، 1999، ص31)

- " البحث هو محاولة لاكتشاف جزء من المعرفة لنشرها بين الناس والاستفادة منها، كما يشير إليه آخرون بأنه تقرير علمي يقدمه باحث عن عمل تعهده وأكمله وأتمه على أن يشمل التقرير كل مراحل الدراسة منذ كان موضوع البحث فكرة وصولا إلى النتائج".
- " هو الدراسة العلمية الدقيقة والمنظمة لموضوع معين باستخدام المنهج العلمي للوصول إلى حقائق يمكن توصيلها والاستفادة منها والتحقق من صدقها"(شفيق، 2008، ص08).
- "البحث استقصاء دقيق يهدف إلى اكتشاف حقائق وقواعد عامة يمكن التحقق منها مستقبلا."
- " البحث استقصاء منظم يهدف إلى إضافة معارف جديدة يمكن التحقق منها عن طريق الاختبار العلمي".
- البحث وسيلة للدراسة يمكن بواسطتها الوصول إلى حل لمشكلة محددة، وذلك عن طريق التقصي الشامل والدقيق لجميع الشواهد والأدلة التي يمكن التحقق منها والتي تتصل بهذه المشكلة المحددة (بدر، 2008، ص14).

هناك العديد من التعريفات للبحث معظمها تدور حول كونه وسيلة للاستعلام والاستقصاء المنظم والدقيق الذي يقوم به الباحث بغرض اكتشاف معلومات أو علاقات جديدة، بالإضافة إلى تطوير أو تصحيح أو تحقيق المعلومات الموجودة فعلا على إن يتبع في هذا الفحص والاستعلام خطوات المنهج العلمي واختيار الطريقة والأدوات اللازمة للبحث وجمع البيانات.

2. تعريف منهج البحث العلمي:

تمثل مناهج البحث الأبعاد النظرية والعلمية التي يجري في إطارها البحث، بحيث تؤطر بشكل محدد نشاط الباحث الفكري والإجرائي وتحول دون انحرافه عن جوهر افتراضاته التي انطلق منها، وتختلف هذه المناهج باختلاف مواضيع ومجالات البحث لهذا توجد عدة أنواع من المناهج التي سنتعرض لها بنوع من الشرح في خطوات لاحقة، كما قدمت للمنهج العلمي العديد من التعريفات التي لا يمكن حصرها، سنذكر البعض منها على سبيل المثال لا حصر.

والمنهج العلمي يمكن تعريفه بأنه " مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بغرض الوصول إلى الحقيقة، والمنهج السليم هو الذي يفسح اكبر مجال لحرية التفكير مع وضع بعض الشروط التي تحد من خيال الباحث دون أن تقضي عليه".(مصطفى وآخرون، 2010، ص25).

المنهج العلمي "هو السبيل أو مختلف الطرق البحثية –الرئيسية والثانوية– التي يسلكها الباحث بغرض الكشف عن النظريات والقوانين العلمية التي تتكون منها المادة، وتسير وفقها الظواهر الطبيعية والاجتماعية والإنسانية" (صالح، 2012، ص132).

3. أهمية المنهج العلمي:

- ان منهج البحث العلمي يعني ان نستخدم طريقة علمية منظمة في مواجهة المشكلات والظواهر سواء الطبيعية او الاجتماعية، فهو ويوفر الوقت والجهد، ويجنب الوقوع في الخطأ.
- يساعد على تحديد المشكلات بدقة، ويساعد على تناولها بالبحث والدراسة.
- وضع الفروض المبدئية التي تساعد على حل المشكلات
- تحديد الاجراءات اللازمة لاختبار هذه الفروض والوصول الى حل للمشكلات والظواهر(عبيدات وآخرون، 1984، 13).
- المنهج العلمي قوامه الاستقراء ويتمثل في عدة خطوات تبدأ بالملاحظة الظواهر واجراء التجارب ثم وضع الفروض التي تحدد نوع الحقائق التي ينبغي أن نبحث عنها.
- المنهج العلمي هو أساس العلوم المعروفة في الحضارات، ذلك أن المنهج هو الطريق أو السبيل لوصول الباحث الي الحقيقة.
- المنهج العلمي هو اسلوب منطقي ملازم لكل عملية تحليل علمية، هو اسلوب لكونه يجمع أكثر من عملية فلعمليات الجزئية تصبح مركبة في إطار المنهج، ويتسم كل منها بدور جزئي يخدم بلوغ الهدف الشامل للبحث (علبي، 2006، ص26،27).

المحور الثاني: البحث في الاتصال الجماهيري

أولا: مفاهيم الاتصال الجماهيري.

1. تعريف الاتصال:

بالرغم من التداول الواسع والمختلف لكلمة "الاتصال" في العديد من المجالات (الإعلام، الأدب، علم النفس، علم الاجتماع، السياسة، أنثروبولوجيا...)، إلا أن هذا الاختلاف والتنوع لم يحل دون جعل هذه المجالات و المعاني تشترك أصلا وتركز على عنصر مهم هو" نقل المعلومات" و"المشاركة"، وسيتم عرض مجموعة من التعريفات لكلمة "الاتصال" كالتالي:

إن كلمة اتصال مشتقة من الأصل اللاتيني للفعل Communicate وهي تعني يشيع عن طريق المشاركة، وهناك من يقول أنها ترجع إلى الكلمة اللاتينية Communis أي مشتركا وعاما، وفي الحالتين نجد أن كلمة الاتصال مرتبطة بمعنى المشاركة حول فكرة ما أو فعل ما(طعيمة، 2004، ص44)، وهي مترجمة عن الانجليزية Communication والتي تعني الشيء المشترك وفعلها Communicar أي يذيع أو يشيع.

أما لغويا في القواميس العربية، فان كلمة الاتصال مشتقة من المصدر "وصل" الذي يعني أساسا الصلة وبلوغ الغاية(دليو، 2013، ص15).

تعرفه منال طلعت محمود في مؤلفها "مدخل إلى عالم الاتصال" الاتصال بالمفهوم العام للعلم " هو انتقال المعلومات والحقائق والأفكار والآراء والمشاعر أيضا"، إلا أنها تعقب وتقول " انه ينبغي أن نميز بين نمطين من أنماط هذا الانتقال، واهم ما يهمنا هنا هو التمييز بين نمطين رئيسيين هما.

النمط الأول: الانتقال ذو الخط الواحد: مرسل ⟵ رسالة ⟵ متلقي وهذه العملية لا يمكن أن تكون عملية اتصال دون عملية التفاعل والتبادل تكاد تنعدم إذن فعملية الاتصال ليست كاملة، حيث يمكن أن تستعيض بمفهوم الانتقال أو نقل المعلومات

النمط الثاني: الانتقال ذو الخطين: مرسل ← رسالة ← متلقي (عملية اتصال التفاعل مستمر)

متلقي ← رسالة ← (منال محمود، 2002، ص10، 11).

وعلى هذا الأساس يمكن إ يراد مجموعة من التعريفات هي:

الاتصال هو عملية تفاعل بين طرفين من خلال رسالة معينة، فكرة، أو خبرة، أو أي مضمون اتصالي آخر عبر قنوات اتصالية ينبغي أن تتناسب مع مضمون الرسالة بصورة توضح تفاعلا مشتركا فيما بينها (الموسوي، دون سنة، ص06).

ويعرفه البعض بأنه " النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذيوع والانتشار بفكرة أو موضوع أو قضية عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد مفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين.

وفي تعريف أخر "الاتصال هو العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي الرسالة ومرسلها في مضامين اجتماعية معينة وفي هذا التفاعل يتم تبادل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن قضية معينة أو معنى مجرد، أو واقع معين (أبو العلا، 2013، ص15).

الاتصال عند " جورج لندبرج" هو نوع من التفاعل يحدث بواسطة الرموز التي قد تكون حركات أو صورا أو لغة أو أي شيء آخر يعمل كمنبه للسلوك، أما عند عالم الاجتماع "تشارلز ر.رايت "فهو يرى الاتصال هو عملية نقل المعنى أو المغزى بين الأفراد (دليو، 2013، ص16).

عرفه عالم الاجتماع تشارلز كولي Cooley " بأنه ذلك الميكانزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان، وهي تتضمن تعبيرات الوجه والإيماءات والإشارات ونغمات الصوت والكلمات، والطباعة والخطوط الحديدة والبرق والهاتف، وكل تلك الوسائل التي تعمل على قهر بعدي الزمان والمكان، فالاتصال عند كولي هو الآلية التي توجد فيها العلاقات الإنسانية وتنمو عن طريق استعمال الرموز ووسائل نقلها(مكاوي و عاطف العبد، 2008، ص04).

إما كارل هوفلاند فيعرف الاتصال " بأنه عملية يقوم بمقتضاها المرسل بإرسال رسالة لتعديل سلوك المستقبل أو تغييره (دليو، 2013، ص16).

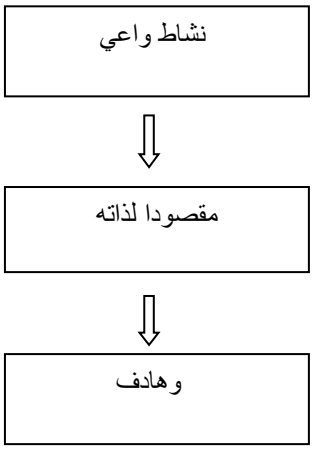
يعرفه الدكتور محمد البادي بأنه "عملية إنسانية اجتماعية أساسية وجوهرية في حياة البشر، وهو عملية تحقق اشتراك الأفراد في المعلومات والأفكار والاتجاهات، وهي عملية دائمة ذات طريق مزدوج ومواقع متبادلة بين طرفيها ولها عناصرها ونتائجها" (البادي، 2013، ص09).

يعرفه حسن عماد مكاوي " يعتبر مصطلح الاتصال المصطلح الرئيسي الذي يمثل النشاط الأساسي الذي تندرج تحته كافة أوجه النشاط الإعلامي والدعائي والإعلاني، فهو العملية الرئيسية التي يمكن أن تنطوي بداخلها عمليات فرعية، أو أوجه نشاط متنوعة قد تختلف من حيث أهدافها ولكنها تتفق جميعا فيما بينها في أنها عمليات اتصال جماهيري ومن هذه الأنشطة (الإعلام، الإعلان، العلاقات العامة، الدعاية) لان المتغير الرئيسي الذي يربطها كونها علميات اتصال تستخدم فنون الاتصال ووسائله وتقنياته في تحقيق أهدافها (مكاوي وعاطف العبد، 2008، ص03).

أما علماء الإعلام والاتصال فيعرفون الاتصال "بأنه ظاهرة عامة ومنتشرة تقوم بدور لا غنى عنه في تحقيق التفاعل الفكري والحضاري داخل المجتمع الواحد وبين المجتمعات، أي أن الخبر أو المعلومة سواء أكانت واقعية أو خيالية تتحقق خلال عملية المشاركة بين المرسل والمستقبل من خلال عملية التغذية العكسية(منال محمود، 2002، ص23).

و على هذا يمكن إيجاز تعريف للاتصال بأنه:

الاتصال



2. تعريف الاتصال الجماهيري:

مترجم من اللغة الأجنبية Communication de Mass فهو أكثر شمولية من وسائل الاتصال الجماهيرية، لان هذه الأخيرة تتضمن أجهزة ومعدات فقط، بينما يحتوي الاتصال الجماهيري تلك التقنيات بالإضافة إلى كل ما يصدر عنها من معرفة ومعلومات (عزوز، 2016، ص30).

يتم الاتصال الجماهيري من خلال وسيلة اتصال جماهيرية ويوجه إلى أعداد كبيرة من البشر تمتاز بالتنوع وبأنها مجهولة إلى حد كبير للقائم بالاتصال، وموجودة في حيز جغرافي واسع يصعب معه التعرف على رجع الصدى أو الأثر الذي تتركه الرسالة في الجماهير الموجه إليهم بشكل مباشر وفوري نظرا للحاجز الواسع (الزماني والمكاني)، ويتم الاتصال الجماهيري عبر وسائل عدة الكترونية مثل الراديو، التلفزيون، والصحف والكتب والمجلات وغيرها من الوسائل (أبو العلا، 2013، ص28).

يعرفه الدكتور محمد البادي في مؤلفه سيكولوجية الاتصال الجماهيري بأنه " شكلا من الأشكال الرئيسية للاتصال، لكنه الشكل الأكثر تعقيدا وصعوبة من حيث تتبع الأصول التي يعود إليها، غير أن قيامه على عمليات اتصالية يمكن أن يشكل مدخلا علميا مقبولا لتحليل عمليات الاتصال الشخصي كمدخل لفهم نظريات الاتصال الجماهيري، كما اعتبرت هذا المدخل مسلما به طالما أن الاتصال الجماهيري شكل من أشكال الاتصال بصفة عامة (البادي، 2013، ص09).

3. سمات وخصائص الاتصال الجماهيري:

- يعتمد الاتصال الجماهيري على التكنولوجيا أو وسائط النقل سواء أكانت ميكانيكية أم الكترونية مثل الصحف والمجلات الراديو التلفزيون، السينما.. أو توليفة من كل ذلك.
- يعمل الاتصال الجماهيري على تقديم معاني مشتركة لملايين الأفراد الذين لا يعرفون بعضهم البعض، فالمساحات الشاسعة والتمايز بين الجماهير يجعل الاتصال الجماهيري مختلفا عن أنواع الاتصال الأخرى.
- يتم التحكم في رسائل ومضامين الاتصال الجماهيري من خلال العديد من حراس البوابة الإعلامية
- رجع الصدى والتغذية العكسية مؤجلة ومتأخرة في الاتصال الجماهيري(مكاوي وليلى السيد، 1998، ص 34،35).

- يختلف الاتصال الجماهيري عن باقي أنواع الاتصال كونه يتطلب وسيلة اتصال جماهيرية، كما يعمل الاتصال الجماهيري ضمن إطار اجتماعي جد معقد تتأثر الرسائل بمواقف حراس البوابات الإعلامية.
- الاتصال الجماهيري بشكل عام متزايد وأصبح عملية تستهدف الوصول إلى جماهير متخصصة عبر رسائل متخصصة عبر وسائل متخصصة عمليا كل وسيلة موجه بشكل أو بأخر نحو جماهير متخصصة (أبو العلا، 2013، ص30).
- غياب المتلقي أو مستقبل الرسالة غياب يكاد يكون تاما، فعلى المستوى الفيزيقي لا يكون مستقبل الرسالة في موقع الإرسال، ولا يقتصر هذا الغياب على غياب المكان فحسب فالغياب يكون معلوماتيا أيضا، فالمرسل لا يكاد يعرف شيئا يقينيا عن المتلقي، ولا يستطيع أن يعرف هل المتلقي تلقى الرسالة أم لا(مختار، 2010، ص99).
- مضمون الاتصال الجماهيري يتصف بالعمومية والسرعة والوقتية وهو مضمون عام لأنه ليس موجه إلى شخص معين، فكل الأعضاء في الاتصال الجماهيري يعرفون أنهم جميعا يشتركون في التعرض لرسائل عامة، أي موجهة إليهم، كما يتصف هذا المضمون بالسرعة بمعنى انه يستهدف الوصول إلى اكبر عدد وفي أسرع وقت، ويتصف بالوقتية لأنه يعد ليستهلك في الحال
- جماهير الاتصال الجماهير يتصف بالضخامة غير متجانسة من حيث العمر، الجنس، التعليم، الدخل، المستوى الاجتماعي، وغير متجانسة في القدرات والمعارف والأعمار والميول والأذواق.
- يكون منشأ هذه الرسائل في الغالب مؤسسات كبيرة (الإذاعة التلفزيون) لها ميزانيتها وتخضع لقوانينها وسياساتها.
- الاتصال الجماهيري عملية منظمة مدروسة غير عشوائية، ومعدة سلفا يقدم عليها عدد كبير من المتخصصين، وتتطلب مخصصات مالية ضخمة، وتستخدم آلات اتصال معقدة (مكاوي وعاطف العبد، 2008، ص60، 61).
- جماهير الاتصال الجماهيري واسعة جدا ومنتشرة في مناطق جغرافية متباعدة، ويؤكد دنيس ماكويل denis Mcqual على أن الصفات التي تميز الاتصال الجماهيري انعكاس لطبيعة المجتمع الحديث، غير معروفين ولا يحدث بينهم إلا قدر ضئيل من التفاعل ويفتقرون إلى التنظيم ويتعرضون إلى التغيير (البادي، 2013، ص11،12).

4. نماذج الاتصال الجماهيري :

لتسهيل عملية الاتصال وضعت نماذج متنوعة هدفها تنظيم وترتيب هذه العناصر مع بعضها البعض، بالإضافة إلى إظهار العلاقة فيما بينها، وتعتبر هذه النماذج تصويرا للعناصر الرئيسية التي تدخل في عملية الاتصال، والنماذج هي عبارة عن خرائط تفصيلية للمعالم الأساسية لعملية الاتصال (المفلح، 2015، ص86). وسوف نعرض بعض نماذج الاتصال الجماهيري الهامة:

1. نموذج هارولد لازوال

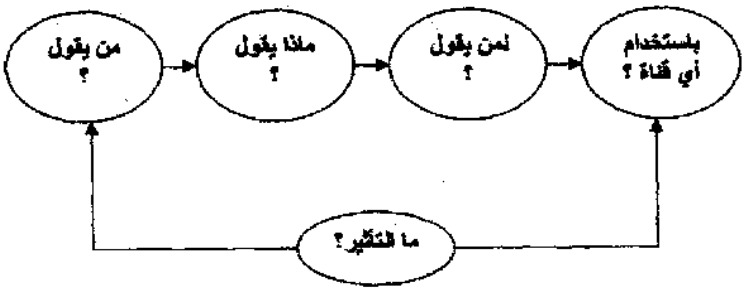
وضعه عالم السياسة الأمريكي (هارولد لاسويل)عام 1948 واستخدم بشكل كبير في الدراسات الإعلامية والاتصالية، وقد صاغ لاسويل نموذجه من خمس أسئلة (من؟ , ماذا؟ , بأي وسيلة؟ , لمن؟ , و بأي تأثير؟) و يعتبر هارولد لاسويل مؤسس (الطريقة الكمية لتحليل المضمون).

وبذلك يكون لاسويل حدد العناصر الخمسة التي تتكون منها عملية الاتصال (بالذات عملية الاتصال الجماهيري) وفتح المجال لدراسة الاتصال الجماهيري على شكل خمسة أسئلة.

يقول لاسويل إن الطريقة المناسبة لوصف عملية الاتصال وذلك بالإجابة على الأسئلة التالية :

- من الذي يتحدث؟ ← Qui parle ؟
- ماذا يقول؟ ← Pour dire quoi ؟
- كيف؟ ← Comment ؟
- لمن؟ ← A qui ؟
- لأي غرض؟ ← Dans quel but ؟
- بأي تأثير؟ ← Avec quels résulta ؟

نموذج لاسويل للاتصال:



المصدر : (المفلح: 2015، ص87)

2. نموذج ولبر شرام (نموذج الخبرة المشتركة):

استخدم "ولبر شرام" في نموذجه التفاعلي الذي قدمه سنة 1954، و عدله سنة 1971 العناصر الأساسية في نموذج "شانون وويفر"، مع إضافة عنصرين أساسيين هما: رجع الصدى، والخبرة المشتركة، وأضاف إلى النظام البنائي الذي أشار إليه "شانون" النظام الوظيفي، أي تأثير التعلم على السلوك، والجوانب الدلالية وتأثيرها في نموذج جديد يطرح مفاهيم هامة مثل الإطار الدلالي للمرسل والمتلقي، وأهمية الخبرة المشتركة في تسهيل الاتصال وتوصيل المعاني وقد طور شرام نموذجه عن الاتصال الجماهيري بعد أن مهد له بسلسلة من النماذج، هذا النموذج يبدو إلى حد ما مثل نموذج شانون وويفر لكنه لا يتضمن مفهوم التشويش(مكاوي و السيد، 1998، 42).

ولقد ميز شرام ثلاث مراحل لتكوين واستلام مادة البث (الرسالة) وهي:

- المرسل وضع الشفرة: أي وضع الرسالة بشكل علني.
- الرسالة (التفسير): أي تحديد الشفرة المستخدمة.
- المستقبل (فك الرموز): أي قراءة الأفكار، كما يبين النموذج تماثلا أو تساويا بين سلوك المرسل والمستقبل من خلال عملية الاتصال ويعتمد كل من شرام و اوسجود على دراسة سلوك المرسل والمستقبل في تفسير عملية الاتصال (المفلح، 2015، ص106)، كما في النموذج:

المصدر :(رشتي:1978، ص184)

يقول شرام حينما يسعى المصدر إلى نقل معلومات أو مشاعر إلى شخص أخر، يضع تلك المعلومات أو المشاعر في كود أو رمز (رموز لفظية وغير لفظية)، وإذا لم يكن لدى المصدر معلومات كافية وهدف واضح، وان لم يتم نقل الإشارات بفعالية فان النظام الاتصال لن بعمل بكفاءة، فالرسالة عبارة عن إشارات ذات معنى مشترك بين المرسل والمتلقي؛ حيث تمثل الخبرة المشتركة مدى التشابه في الإطار الدلالي لكل من المصدر والمتلقي، فالمصدر يضع أفكار في كود أو رموز، يستطيع المتلقي أن يفك الكود بناءا على أساس الخبرة المشتركة(رشتى، 1978، ص184، 185).

3. نموذج تشارلس رايت (نموذج التحليل الوظيفي والاتصال الجماهيري)

تتمثل أهم إضافات تشارس رايت لنموذج هارولد لازوال الذي يتكون من: من؟ يقول ماذا؟ بأي وسيلة؟ وبأي اثر؟ السؤال الآتي: ما هي المهام الظاهرة والكامنة للمضامين التي يتم نقلها بواسطة وسائل الإعلام على المجتمع والجماعات الفرعية والأفراد والنظم الثقافية؟ (مكاوي، عاطف العبد، 2008، ص97).

حيث ركز التحليل الوظيفي على توضيح المهام التي يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقيها والنتائج التي تحدث بدون أن يهدف إليها، وقد أضاف رايت إلى نموذج هارولد لازوال الذي يقول أن دراسة الاتصال الجماهيري تعتم بدراسة من؟ يقول ماذا؟ لمن؟ كيف؟ وبأي تأثير؟، أضاف معاني ومفاهيم جديدة حيث يشير إلى أن هناك مهام ظاهرة (مقصودة) ومهام خفية (غير مقصودة) لكل مادة إعلامية يتم نقلها بواسطة وسائل الاتصال الجماهيرية، وان الاتصال له فوائد ايجابية ونتائج سلبية على النظام الاجتماعي الذي يحدث في إطاره(رشتي، 1978، ص198).

4. نموذج ملفن دفلور (وسائل الإعلام كأنظمة اجتماعية):

يعتمد نموذج ملفن دفلور على الفكرة التي أضافها عن المضمون المنخفض الذوق (الهابط) لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية، وهو مصدر النقد اللاذع، واعتبره دوفلور العنصر الأساسي الذي يحتفظ على التوازن المالي للنظام الإعلامي، لان المضمون منخفض الذوق للمادة الإعلامية يرضي أذواق القطاع الأكبر في السوق الإعلامية، وهذا يوفر لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري الاستقرار رغم مضمونها الهابط والنقد المتواصل عليها (رشتي، 1978، ص224).

كما ينظر إلى وسائل الاتصال كأنظمة اجتماعية ويربطها بالاتجاهات الثقافية والاجتماعية، ويرى انه لو تم دراسة وسائل الإعلام كأنظمة اجتماعية تعمل في نطاق خارجي معين، أي في نطاق مجموعة من الظروف الاجتماعية والثقافية التي تشكل المجتمع نفسه، لأصبح بالإمكان تفسير كيف تعمل مواد معينة، أي مضمون له طبيعة معينة على تحقيق النظام ككل (العوض، 1981، ص151).

ويعتبر النموذج تطوير لنموذج شانون الذي قدمه عام 1966، ويناقش ديفلور من خلاله مدى التطابق بين الرسالة المنتجة بين المصدر والرسالة الواصلة الى المستقبل حيث تمكن من ملاحظة انه أثناء عملية الاتصال يتحول المعنى الموجود في ذهن المرسل الى رسالة اتصالية ومن ثم يقوم جهاز الإرسال بتحويلها إلى معلومات تمر عبر قناة قد تكون جماهيرية لتصل إلى المستقبل الذي يقوم بتحويلها كرسالة اتصالية(المفلح، 2015، ص93).

5. عناصر عملية الاتصال الجماهيري:

لقد اختلفت النماذج التحليلية للعملية الاتصالية باختلاف المنظور التخصصي الذي عولجت من خلاله، ومع ذلك فان الملاحظ من خلال تتبع تاريخ دراسة الاتصال أن هذه العلمية شملت دائما ثلاث عناصر أساسية على الأقل هي: المرسل، الرسالة، والمتلقي (المستقبل)، وهذا المنظور الثلاثي نجده متضمنا في نظريات ونماذج الاتصال كلها، لدرجة أن بعض المفكرين أسموه الأنموذج النظري (البراديغم) أو الإطار المرجعي الموجه لتطوير هذه الدراسات(دليو، 2013، ص11).

حيث كانت جل الدراسات تهتم بالمرسل (المصدر) باعتباره الفاعل الأساسي في العملية الاتصالية (النماذج الخطية الأحادية)، للتحول بؤرة الاهتمام بالإطار التبادلي أو الدائري (النماذج التفاعلية)ن والانتقال من النظرة الخطية الثابتة إلى طريقة دينامية شاملة متجاوزة بذلك العناصر التقليدية للعملية الاتصالية (المرسل، الرسالة، والمستقبل) إلى عناصر أخرى مثل الوسيلة (القناة) وردة الفعل، التشويش، الأثر، البيئة الاتصالية...

وهذه العملية تتسم بالاستمرارية وليس لها بداية ولا نهاية تعتمد على مجموعة من العناصر المتصلة المتشابكة مع ظروف نفسية واجتماعية تؤثر في النهاية على انتقال الأفكار والمعلومات بين الأفراد والجماعات، وتشمل هذه العلمية مايلي:

المرسل Sender: المرسل هو المصدر وهو القائم بالاتصال، أو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها الرسالة، سواء أكانت هذه الجهة فردا أم جماعة أم هيئة معنوية أم جهازا(دليو، 2013، ص 12).

حيث يقصد به منشئ الرسالة، غير أن ما يجدر التنويه إليه هنا أن المصدر ليس بالضرورة هو القائم بالاتصال فمندوب التلفزيون قد يحصل على خبر معين من موقع الأحداث، ثم يتولى المحرر صياغته وتحريره، ويقدمه قارئ النشرة إلى الجمهور.

في هذه الحالة هناك بعض الدراسات تقول أن كل من المندوب والمحرر والقارئ بمثابة قائم بالاتصال، وان اختلف الدور، بينما يذهب نوع أخر من الدراسات إلى أن القائم بالاتصال هو قارئ النشرة فقط، أي انه بينما يوسع البعض مفهوم القائم بالاتصال ليشمل كل من يشارك في الرسالة بصورة أو بأخرى فان البعض الأخر يضيق المفهوم قاصرا إياه على من يقوم بالدور الواضح للمتلقي(الموسوي، دون سنة، ص07،08).

إذن المرسل أو المصدر أو القائم بالاتصال يمثل الطرف الأول في عملية الاتصال، وهو من يبادر بالاتصال المباشر بالمتلقي في الاتصال الشخصي أو المواجهي، والغير المباشر في الاتصال الجماهيري في وسائل الإعلام، وهو من يقوم بصياغة الرسالة واختيار رموزها بما يتفق وأهدافه ونواياه لتصل إلى المستقبل عن طريق وسائل الإعلام المختلفة.

الرسالة Message: وهي المضمون أو المحتوى الذي تؤديه الوسيلة، أي المادة الإعلامية أو الاتصالية نفسها (دليو، 2013، ص13) بعبارة أخرى هي النتاج المادي للمصدر الذي يضع فكره في كود، فحينما نتحدث فالحديث هو الرسالة، وعندما نكتب فالكتابة هي الرسالة، وحينما نلوح فان الحركات هي الرسالة..وهناك ثلاثة أمور يجب أن نأخذها في الاعتبار بالنسبة للرسالة وهي كود الرسالة، مضمون الرسالة، طريقة معالجة الرسالة.

كود الرسالة: وهي مجموعة الرموز التي إذا وضعت في ترتيب معين يصبح لها معنى عند المتلقي، أي لغة الكود.

مضمون الرسالة: هو العبارات التي تقال والمعلومات التي تقدم والاستنتاجات التي نخرج بها..والمضمون مثل الكود له عناصر وتكوين.

طريقة معالجة الرسالة: وهي مجموعة القرارات التي يتخذها المصدر بالنسبة للطريقة التي سيقدم بها الكود والرسالة (رشتي، 1978، ص151،152).

إذن الرسالة هي مضمون السلوك الاتصالي، وهي نقطة اللقاء بين المرسل والمستقبل وهي محور عملية الاتصال، والتي يجب أن يتم صياغة رموزها واختيار عباراتها وكلماتها بدقة بحيث تحمل نفس المعاني التي يستهدفها المرسل إلى المستقبل، لأنه كلما كان هناك فهم مشترك بين المرسل والمتلقي كلما اكتسبت الرسالة فعالية أكثر.

الوسيلة Channel : وهي الأداة التي من خلالها يتم نقل الرسالة من المصدر إلى المتلقي، وتختلف الوسيلة باختلاف مستوى الاتصال، ففي الاتصال الجماهيري تكون الوسيلة هي الصحيفة أو المجلة أو الإذاعة أو التلفزيون، وفي الاتصال الجمعي مثل المحاضرة أو الخطبة أو مؤتمر، كما قد تكون أداة مطبوعة أو شرائح أو أفلام فيديو، أما في الاتصال المباشر فان الوسيلة لا تكون ميكانيكية وإنما طبيعية أي وجها لوجه (الموسوي، دون سنة، ص08).

بعبارة أخرى تعتبر وسيلة الاتصال إحدى عناصر عملية الاتصال، والتي تصل من خلالها الرسالة من المرسل إلى المتلقي في الاتصال الشخصي أو المواجهي، أو من المرسل إلى الجمهور في الاتصال الجماهيري، ويعتبر نجاح المرسل في اختيار الوسيلة المثلى بين الوسائل المتاحة مؤشرا هاما لنجاح عملية الاتصال في تحقيق هدفها.

المتلقي Reciever: وهو الجمهور الذي يتلقى الرسالة الاتصالية أو الإعلامية ويتفاعل معها ويتأثر بها، وهو الهدف المقصود في عملية الاتصال(الموسوي، دون سنة، ص09)، ويعتبر المتلقي العنصر الثاني في العلمية الاتصالية واهم حلقة في عملية الاتصال، لأنه إذا لم يصل المصدر إلى المتلقي بالرسالة يصح لا معنى لعملية الاتصال.

ولنجاح العملية الاتصالية يجب على المصدر أن يضع في الاعتبار أن يكون كود الرسالة مشترك بينه وبين المتلقي(مكاوي وعاطف العبد، 2008، ص105)، لان المتلقي يقوم بإعادة فك الرموز ويفسرها تبعا لإطاره الدلالي، وهنا قد يحدث احد الأمرين، إما أن يوفق المتلقي في تفسير الرسالة على النحو الذي يقصده المصدر فتصل الفكرة إليه بوضوح، وإما أن يخفق في استخلاص المعنى المقصود

لأي سبب متعلق بصياغة الفكرة أو وسيلة نقلها أو الظروف التي نقلت فيها إليه، وهذا ما أطلق عليه علماء الاتصال بالتشويش Noise(عجوى وآخرون، 1989، ص24).

من هذا يمكن القول أن فهم الجمهور وخصائصه وظروفه يلعب دور كبير في إدراك ومعنى الرسالة ودرجة تأثيرها في الجماهير، فهو قد يرفض الرسالة أو يستجيب لها إذا كانت تتفق مع ميوله واتجاهاته ورغباته وإطاره المرجعي، وقد يتخذ موقف اللامبالاة من الرسالة ولا يتفاعل معها.

رجع الصدى Feed Back: أو (التغذية المرتدة، التغذية العكسية، التأثير المرتد)، وهو الوقع الحاصل، ويقصد به إعادة المعلومات للمرسل حتى يستطيع أن يقرر ما إذا كانت الرسالة حققت أهدافها من عدمه، كما تتيح للمرسل أن يعرف مواطن القوة والضعف من الرسالة، وكذلك الوضوح والغموض وما قد تكون تعرضت له الرسالة من تحريف أو تشويش(عزوز، 2016، ص35).

وهو الإجابة التي يجب بها المستقبل على الرسالة التي يتلقاها من المصدر، وقد يأخذ الرجع نفس الشكل الذي تأخذه الرسالة ويرى البعض أن الرجع بمثابة استجابة مضادة يتلقاها المصدر، ويستفيد منها كثيرا فعن طريق هذا الرجع يستطيع المصدر أن يفهم ما إذا كان المستقبل قد تلقى الرسالة أم لا(أبو شنب، 2006، ص16).

وهذه الاستجابة هي رد فعل الرسالة، يجب أن ترتد مرة أخرى إلى المرسل في شكل من إشكال التعبير أو صوره سواء بالكتابة أوب الكلام، تعبيرات وجه إشارات إيماءات.. وغيرها من الرموز التي تفيد حدوث رد فعل الرسالة سواء كان رد فعل ايجابيا يتفق مع أهداف المرسل، أو سلبيا يتعارض أو لا يتفق مع هذه الأهداف.

ثانيا: نشأة وتطور بحوث الاتصال الجماهيري.

1. تعريف بحوث الاتصال الجماهيري:

اختلف الباحثون في وضع تعريف محدد وشامل لمصطلح بحوث الاتصال الجماهيري يركز على ماهيتها ووظائفها، ، كون معظم الباحثين في مجال الاتصال والإعلام اجمعوا انه ليس هناك حدود واضحة بين بحوث الصحافة وبحوث الإعلام وبحوث الاتصال الجماهيري، ولهذا سنحاول أن نقدم بعض التعاريف التي تناولت ماهية البحث الإعلامي وبحوث الاتصال الجماهيري بصفة عامة.

الدكتور سمير محمد حسن وضع التعريف التالي: " هي الإطار الموضوعي الذي يضم كافة الأنشطة والعمليات الإعلامية والاتصالية مع الجهود المنظمة والدقيقة التي تستهدف توفير المعلومات عن الجمهور الموجه إليه الرسالة الإعلامية وقنوات الاتصال ووسائله التي تستخدم كأساس في اتخاذ القرارات وتخطيط الجهود الإعلامية والاتصالية(حسين، 1976، ص19).

أما وارن أجي وفيليب أولت وادوين ايمري عرفا البحث الإعلامي " بأنه دراسة علمية تقوم بها وسائل الإعلام لسلوكيات المخلوقات البشرية في المواقف الحالية، عادة تتطلب جمع معلومات كمية أولية وتشمل أيضا دراسة رجال الإعلام ووسائل محتوى رسالاتهم (المشاقبة، 2009، ص14).

أما الدكتور احمد بن مرسلي فيقول " إن القصد بالبحث في الإعلام والاتصال هو رسم إطار الاهتمامات الأساسية المكونة لما يجب أن يبحث في الإعلام والاتصال من موضوعات معينة، باستخدام مناهج وأدوات محددة، وهو ذلك الإطار من الموضوعات ذات العلاقة بالإعلام الجماهيري، وعملية الاتصال بصورة عامة، وما تمارسه هذه الوسائل من تأثير على الجماهير والمجتمع (بن مرسلي، 2010، ص25).

2. بدايات بحوث الاتصال الجماهير (النشأة):

لكي نتعرف على أسباب ونشأة مناهج وبحوث الاتصال الجماهيري لا بد من العودة إلى معرفة كيفية تطور البحوث الاجتماعية والإنسانية التي انسلخ منها هذا النوع من البحوث وتدرج وتطور، وكتمهيد لذلك لا بد أن نذكر أن نشأة الدراسات الاجتماعية والنظرية مدينة هي الأخرى في نشأتها وتطورها إلى الأساليب البحثية المتبعة في التخصصات العلمية التطبيقية القائمة على تحليل عينة من المادة المراد دراستها، وإعطاء نتائج يمكن تعميمها على بقية المواد المماثلة لها في الصفات والخصائص.

وعلى الرغم من وجود الفارق بين الدراسات العلمية البحتة والدراسات الإنسانية، خاصة أن الأولى تتعامل مع مادة ذات خصائص متماثلة يمكن التوصل فيها إلى نتائج يسهل تعميمها، في حين الثانية تتعامل مع فكر بشري ذي طبيعة متباينة ولا يمكن التنبؤ بسلوكه، وعلى الرغم من ذلك كله فقد جاء التبني للأساليب العلمية بنتائج مشجعة أدت إلى إسهام هذه الطرق المقننة في بناء النظريات والأفكار الموجودة قي محيط التخصصات المختلفة في الدراسات الإنسانية وفقا لمنهج علمي منتظم، يفسر أبعاد الظواهر المتعلقة بها(الحيزان، 1989، ص12).

ولقد نبعت أهمية الحاجة إلى إجراء البحوث الإعلامية ودراسات الاتصال الجماهيري من أهمية وسائل الإعلام ذاتها، حيث تطرقت لها العديد من المؤلفات والدراسات ودعت إلى ضرورة البحث في الموضوعات الإعلامية ودراستها بأسلوب علمي، وبالتالي نشأة علم البحث الإعلامي الذي حرص المختصون فيه أن تؤطر له أسس جوهرية.

وقد تبلورت فكرة البحث في موضوع المنهجية واجرائتها التطبيقية في مجال الإعلام والاتصال بعد إحساس عميق إلى منهجية مشتركة لبحث الظواهر الإعلامية والاتصالية التي أضحت من الظواهر المركبة في المجتمعات المعاصرة وخاصة بعد التطور التقني المتسارع (المشاقبة، 2014، ص08).

ولقد نشأت بحوث الإعلام والاتصال غالبا في وقت مبكر في فترة الستينيات من القرن العشرين في أقسام الاجتماع وعلم النفس في كثير من الجامعات، ولقد افتقد الباحثون في هذه التخصصات الخلفية الإعلامية بسبب حداثة ظهور علم الإعلام، بينما تغير الوضع بعد ذلك بنمو أقسام الإعلام وظهور باحثين متخصصين في مجال الإعلام، وفي السنوات القليلة الماضية اتجهت بحوث الإعلام منحا جديدا عندما ركزت على الجوانب النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام، حيث اتجه علم النفس إلى دراسة الردود العاطفية لبرامج التلفزيون والإعلانات التلفزيونية وموسيقى محطات الراديو..

وتطورت بحوث الإعلام والاتصال الجماهيري ووسائلها في تحديد خطوات البحث:

المرحلة الأولى: كان هناك اهتمام بالوسيلة، وما هي الوظائف أو الخدمات التي تقدمها؟

المرحلة الثانية: في هذه المرحلة تراكمت معلومات محددة عن دوافع الجمهور لاستخدام الوسيلة والإشباعات المحققة من خلال الإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما أسباب استخدام الجمهور للوسيلة؟
2. ما هي فئات الجمهور التي تحرص على متابعة الوسيلة؟
3. ما هي الإشباعات التي تقدمها الوسيلة للجمهور؟
4. ما توقعات الناشئة حول استخدام الوسيلة بشكل صحيح؟

المرحلة الثالثة: اهتمت بحوث الإعلام والاتصال بالتأثير الاجتماعي والنفسي والمادي للوسيلة، وتمثل ذلك من خلال الإجابة عن الأسئلة التالية:

1. كم من الوقت يقضيه الناس أمام الوسيلة؟
2. هل الوسيلة تغير وجهات نظر الجماهير تجاه القضايا؟
3. ماذا يريد مستخدمو الوسيلة أن يسمعوا أو يشاهدوا؟
4. هل مشاهدة الوسيلة يسبب أضرار؟

المرحلة الرابعة: فقد احتوت على إمكانية تحسين الوسيلة سواء في استخدامها أو تطورها التكنولوجي، ويتم ذلك من خلال الإجابة عن التساؤلات التالية؟

1. كيف يمكن للوسيلة تقديم المعلومات و التسلية للجماهير؟
2. هل هناك طريقة لتغيير محتوى البرامج لتكون أكثر قيمة أو متعة؟(نجم، 2015، ص18،19).

ونظرا لأهمية الرأي العام وقوة تأثيره في النشاط الإعلامي وكذلك ضرورة دراسة جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين مما يوفر المعلومات المتكاملة عنهم والتي تفيد في توجيه المواد الإعلامية الملائمة إليهم إلى جانب دراسة السائل الإعلامية المختلفة بخصائصها جوانبها الفنية وقياس اثر النشاطات الإعلامية وتقييم الجهود الاتصالية بالإضافة إلى كافة الأنشطة المتعلقة بالاتصال وأنماطه ونماذجه وأساليب الممارسة الإعلامية والنظم وغيرها من العوامل التي تؤكد على حتمية بحوث الاتصال الجماهيري.

هناك جدل يدور بين الباحثين المهتمين بالشؤون الإعلامية والاتصالية الذي يطالب بفصل مصطلح الإعلام عن الاتصال في مجال البحوث، فيما اعتبر بعض الباحثين أن هذا الرأي غير مقبول، على اعتبار أن المنهج العلمي الحديث ربط بين جميع الأساليب الاتصالية وجعل منها وحدة متكاملة تتلاقى أصولها مع فروعها، وبعبارة أخرى نحن لا نستطيع أن نفهم ما تنشره وسائل الإعلام أو تبثه دون إغفال عملية الاتصال وكيف يؤثر مضمون وسائل الإعلام على الرأي العام، إي أننا لا بد أن ندرك الأثر الكبير الذي تحدثه هذه الوسائل على اختلاف أنواعها على اتجاهات ميول ورغبات الرأي العام(المشاقبة، 2014، ص11،12)

3. المداخل النظرية الأساسية في دراسات الاتصال الجماهيري.

المدخل الوظيفي:

يعتمد المدخل الوظيفي على المسلمات الخاصة بنظرية البنائية الوظيفية، والتي ظهرت أفكارها على يد البريطاني هربرت سبنسر، وهي تقوم على الجمع بين مفهومي البناء والوظيفة، و تنظر إلى المجتمع كحقيقة موضوعية، وذلك عن طريق الملاحظة المباشرة أو من خلال مؤشرات دالة، وتدرس كل شيء من خلال الوظيفة التي يؤديها الجزء، ومن خلال علاقته بالأجزاء الأخرى، وتنظر إلى المجتمع كوحدة مكونة من جماعات متعاونة متكاملة تجمعها قواعد ثقافية مشتركة.

وان الحالة الأساسية للمجتمع هي حالة التوازن، وبالتالي تهتم بالاستقرار والنظام ومصادرهما، وتنظر إلى التغير على انه حالة طارئة يواجهها المجتمع، ليعود بعدها إلى حالة توازن جديدة (السين، 2002، ص01،02).

البنائية الوظيفية تنظر إلى المجتمع باعتباره نسق في حالة توازن، وهذا النسق هو بناء منظم وثابت مكوّن من عدد من الأجزاء المترابطة، ولكل جزء (أو نظام) من هذه الأجزاء وظيفة يؤديها للحفاظ على بقاء النسق وتوازنه، ومن هذه الوظائف والأنشطة النشاط الاتصالي، أو نشاط وسائل الإعلام في المجتمع (عبد الحميد، 2000، ص31).

وإذا أردنا تطبيق مقولات الوظيفية على موضوع الإعلام والاتصال، يمكن القول أن البنائية الوظيفية تنظر إلى الإعلام والاتصال كنسق اجتماعي يشكل جزءا هاما من البناء الاجتماعي، فهو يمثل جزءا من الكل، أي نسق فرعي ضمن النسق الاجتماعي العام، ولقد أسهم العديد من العلماء الوظيفيين في تحليل النسق الإعلامي انطلاقا من الرؤية العامة للوظيفة واستنادا إلى المفاهيم الأساسية، ومن ابرز هؤلاء بول لازارسفيلد، روبرت ميرتون، ولبر شرام، بيرنارد بيرلسون، تشلرلز رايت.

وتعد إسهامات هؤلاء بمثابة بدايات أولية للدراسات المعاصرة حول وظائف وسائل الإعلام وآثاره على الفرد والمجتمع، فيشير منظرو هذه النظرية إلى وظائف وسائل الإعلام في المجتمع، وقام روبرت ميرتون بتحليل الوظائف الظاهرة والكامنة للتلفزيون باعتباره احد أهم وسائل الإعلام الجماهيرية، كما طرح فكرة هام وهي محتوى الذوق الهابط والرفيع كظواهر متكررة تؤثر في سلوك المتلقين (عبد العظيم، 2011)

ومن هنا كانت الدراسات الخاصة بوظائف الاتصال في المجتمع والتي بدأت منذ الأربعينيات في عام 1948 حول وظائف الاتصال في المجتمع، ثم تشارلز رايت في تحليليه الوظيفي والذي أضاف وظيفة التسلية إلى الوظائف الثلاثة التي وضعها لزوال، بالإضافة إلى ما قدمة دانيل كاتز في تحليله للحاجات النفسية لدى الفرد وما يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام من وظائف في هذا المجال (عبد الحميد، 2000، ص31،32).

المدخل الاجتماعي: وهو مدخل يعكس عددا من الحقائق الاجتماعية، التي تتلخص في تأثيرات البيئة الاجتماعية، أو السياق الاجتماعي ككل في بناء النظم الاجتماعية الصحفية ومحدداتها، كما تؤثر هذه الأخيرة في النظم الفرعية والمؤسسات الاجتماعية من جانب أخر، ويؤكد الباحثون على عدد من الحقائق الاجتماعية التي يمكن أن تشكل في مجموعها المدخل الاجتماعي في بحوث الإعلام وهي:

النظر إلى الإعلام بوصفه عملية اجتماعية، تسهم في تحقيق عدد من الحاجات الاجتماعية، والحاجات الفردية، إلى جانب ارتباط القراء أو أعضاء جمهور العلمية الصحفية بالقائم بالاتصال، المحررين والكتاب، أي أن كل من القائم بالاتصال والجمهور يشارك في عضوية المجتمع ويساهم في ثقافته (عبد الحميد، 1992، ص41).

بالإضافة إلى أن مصدر المعرفة لدى الفرد ليس فقط التعلم الكلاسيكي وخبرة الفرد الذاتية، بل يضاف إلى هذا المصدر الخبرات الناتجة عن التفاعل الاجتماعي، وتأثيرات العلاقات الاجتماعية، خاصة انه ساد مفهوم البعد الاجتماعي في علاقة الفرد بوسائل الإعلام (عبد الحميد، 2004، ص241).

مدخل النظم الإعلامية: يتفق هذا المدخل في دراسة النظام الإعلامي ككل في المجتمع أو دراسة المؤسسة الإعلامية ذاتها كنظام اجتماعي أيضا في إطار البنائية الوظيفية أو نظرية الصراع لتحقيق التغيير والتطوير، ففي كلا الحالتين هناك نظم تتكون من أهداف وبناءات تتفاعل مع بعضها من اجل المحافظة على الاستقرار والتوازن، أو تتصارع مع بعضها من اجل التغيير(عبد الحميد، 2000، ص34)

ويعتمد هذا المدخل على تحليل العناصر، التي تتكون منها النظم الإعلامية، وعلى سبيل المثال يمكن وصف نظم الملكية، اتجاهات الضبط والرقابة على الصحف، مصادر التمويل، مجالس الصحافة/ مواثيق وأخلاقيات الممارسة الإعلامية، ومثل هذه العناصر التي تكون النظام الإعلامي في المجتمع، ووصف هذه العناصر وخصائصها بوصفها مكونات النظام (عبد الحميد، 1992، ص36).

لأنه بالأساس نجد أن تصنيف النظم الإعلامية، يرتبط بالدرجة الأولى بالفكر السياسي أو الفلسفة السياسية التي تنتهجها الدولة ومؤسساتها، وتحدد اطر العلاقات بين وسائل الإعلام والسلطة من جهة، وبينها وبين الأفراد من جهة أخرى، فالنظم الإعلامية ترتبط إلى حد كبير بنوع الحكومات التي تعمل في ظلها، حيث تدعم فلسفة هذه الحكومات (عبد الحميد، 2004، ص419).

مدخل السمات العامة: وهي السمات أو الخصائص التي يشترك فيها أفراد المجتمع عامة بوصفهم أفرادا منفصلين، مع اختلاف مستويات المشاركة، فيتكون منها فئات متعددة تصف التركيب السكاني لهذا المجتمع، مثل السن، النوع أو الجنس، التعليم، المهنة، الدخل، الحالة الاجتماعية.. ومهما اختلفت التسميات العلمية لهذه السمات، مثل السمات أو الخصائص السكانية أو الدموغرافية، أو الشخصية، فإنها تشير إلى معنى واحد يرتبط بالاتجاه الفردي في السلوك بتأثر الانتماء إلى الفئات المتعددة لهذه السمات، والتي يمكن معرفتها من الفرد نفسه، أو من الوثائق دون الحاجة إلى اختبارات منهجية لمعرفتها والكشف عنها (عبد الحميد، 1993، ص37).

ولذاك أصبحت دراسة هذه السمات، اتجاها في بحوث الإعلام يهدف إلى تحليل تركيب جمهور المتلقين لمعرفة أنواع الجمهور الذي يميل إلى وسيلة معينة، في أوقات مختلفة، نوع المحتوى خلال ساعات البث

المدخل السلوكي: يهتم هذا المدخل بالإجابة على الأسئلة الخاصة بالخصائص والسمات النفسية لجمهور المتلقين والتي تتمثل في التعرف على الدوافع والحاجات الخاصة بفئات هذا الجمهور وأفراده، وكذلك الأسئلة الخاصة بأنماط السلوك الاتصالي مع وسائل الإعلام ولصفة خاصة خصائص التعرض، ومستويات الاهتمام والتفضيل ثم بناء العلاقة بين الخصائص والسمات النفسية وأنماط السلوك مع وسائل الإعلام، والتي يمكن تلخصها في الأسئلة التالية:

- لماذا يتعرض جمهور المتلقين إلى وسائل الاتصال؟
- لماذا يهتم جمهور المتلقين بوسيلة أو وسائل معينة؟
- ما هي أسس بناء العلاقة بين جمهور المتلقين والقائم بالاتصال؟ (عبد الحميد، 2000، ص42)

4. الاتجاهات البحثية في الاتصال الجماهيري.

يقول الدكتور محمد عبد الحميد في مؤلفه نظريات الإعلام واتجاهات التأثير " تعرضت المفاهيم الخاصة بعملية الإعلام والاتصال الجماهيري إلى الكثير من التغيير والتحديث، شأنها شأن كل المفاهيم العلمية في العلوم الاجتماعية، وأكثر هذه المفاهيم التي تعرضت لرؤى مختلفة هو مفهوم جمهور المتقين لوسائل الإعلام، حتى أن المراقب لهذا التغيير يكاد لا يجزم بعلاقة التغيير بنتائج البحوث والدراسات العلمية في مجال دراسات الجمهور، ولا يجد إجابة هل التغيير يأتي نتيجة هذه البحوث ونتائجها؟ أم أن التغيير يؤثر في مسار البحوث ونتائجها؟ (عبد الحميد، 2004، ص228).

والدليل على ذلك تحديد مسارات البحث بناءا على محددات خاصة بمفهوم الجمهور في المراحل الأولى مثل خاصية العزلة وعلاقتها بنظرية التأثير المباشر، ثم ظهور نظريات التأثيرات الوسيطة، ثم تنامي المفاهيم الاجتماعية والنفسية وعلاقاتها بنظرية التأثير غير المباشر، وعلى هذا الأساس سوف نعرض أهم الاتجاهات البحثية في ظل نظريا الإعلام والاتصال الجماهيري.

الاتجاه السياسي لأبحاث الاتصال الجماهيري: وتعود الجذور الأولى للاتجاه إلى ما عمل على إنتاجه الباحث السياسي هارولد لازويل، في مدرسة الصحافة بجامعة كولومبيا بالولايات المتحدة الأمريكية سنة 1927، حيث يعتبر كتابه الذي يحمل عنوان "تقنيات الدعاية خلال الحرب العالمية" من أول البحوث التي قدمت قراءة للحرب مبينة كيف أن وسائل الاتصال من أهم الأدوات الضرورية لإدارة أو تسيير الرأي العام من طرف الحكومات، معتمدا على أسلوب تحليل المضمون الكمي بأسلوبه الحالي وهذا بهدف كشف الدعاية النازية التي كان يقوم عليها وزير الدعاية الخارجية "قوبلز" خلال فترة الحرب العالمية الأولى، ومن هذا المنطلق أصبح لأبحاث علوم الإعلام والاتصال الجماهيري اتجاه سياسي.

أن هذا الاتجاه له علاقة مباشرة بنظرية الإبرة تحت الجلد الذي يعود الفضل إلى وضعها إلى لازوال، كما لها ارتباط وثيق بأعمال لازار سفيلد في الثلاثينيات والأربعينيات، إذ كان ينظر إلى المجتمع كمجتمع جماهيري يتكون من أفراد سلبيين منعزلين، واهتمت هذه النظرية بالسلوك الفردي في إطار ما يتعلمه من خبرات ناتجة عن التعرض إلى المثيرات الإعلامية والاستجابة لها بشكل أوتوماتيكي.

ولقد تم تطبيق مبادئ نظرية الآثار الموحدة (الإبرة تحت الجلد) بشكل موسع في الأعمال الدعائية خلال فترة ما بين الحربين وفترة الحرب نفسها في استثارة الناس ضد الألمان من خلال عرض بعض الصور الوحشية سواء كانت حقيقية أو مزيفة (عبد الحميد، 2004، ص234).

فقد كانت الدعاية هي وسيلة تحقيق هذه الأهداف، وأدت وسائل الدعاية المصممة تصميما دقيقا إلى تعلق الجماهير بالقصص الإخبارية، الصور، الأفلام،.. وبالتالي أصبحت وسائل الإعلام المتاحة هي الأدوات الرئيسية لإقناع الجماهير وتغيير اتجاهاتهم نحو القضايا المثارة (مكاوي وليلى السيد، 1998، ص220).

الاتجاه السيكولوجي (الاجتماعي): خلال العقود الأربعة الأولى من القرن العشرين، كان دارسو الاتصال يؤمنون بان وسائل الإعلام تتعامل مع ذرات من الأفراد، متصلين مباشرة بوسائل الإعلام وليسو متصلين ببعضهم البعض، وكان يتم النظر إلى الجمهور باعتباره تجمعات من الأفراد تنتمي إلى سن، أو جنس، أو طبقة اجتماعية معينة، ولم يكن احد يفكر في العلاقات غير الرسمية الموجودة بين الأفراد (مكاوي و عاطف العبد، 2008، ص384).

ولكن الأبحاث الإعلامية التي تلت مرحلة النظر إلى الجمهور بوصفه جمهور سلبي كانت بعد سنة 1940، حيث ظهرت دراسات ونظريات التأثير المعتدل والمحدود لوسائل الإعلام، حيث يرى منظرو هذا الاتجاه أن وسائل الإعلام تعمل داخل نظام اجتماعي، وتراعي الخصائص النفسية والاجتماعية للجمهور (المشهداني، 2017، ص90).

وهنا اتجه الباحثون إلى دراسة علاقة وسائل الإعلام بالمجتمع، وتغير السؤال من ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ وقد دفعت كل تلك البحوث إلى ظهور نظرية "**الاستخدامات والإشباعات**"، حيث كان التحول من نظرية الآثار الموحدة إلى مفهوم التأثير الانتقائي، الذي يؤكد على المتغيرات الوسيطة والتي تتمثل في العوامل النفسية والاجتماعية التي تميز الفرد داخل المجتمع، وهذه النظرية أحدثت تحولا في رؤية المختصين إلى جمهور وسائل الإعلام التي كانت تقول انه سلبي (البشر، 2014، ص121).

بالإضافة إلى منظور تدفق الاتصال على مرحلتين (**نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين**)، وكان الهدف من الدراسات الأولية والتي كانت بعد الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 1940 بين "ويندل

ويلكي" المرشح الجمهوري و "فرنكلين روزفلت" المرشح الديمقراطي، وفوز هذا الأخير رغم معارضة وسائل الإعلام له، هو التعرف على الطرق التي تؤثر في تكوين الرأي العام وتغييره، والتعرف على دور وسائل الاتصال الجماهيرية في هذا المجال، وقد خرج الباحثون بنتائج أهمها أن عملية تكوين الرأي الانتخابي ليست عملية فردية، ولكنها عملية جماعية، وتفسير ذلك أن الناس يعيشون أوضاعا اجتماعية متقاربة(مكاوي وعاطف العبد، 2008، ص386، 387).

وأصبح ينظر إلى الاتصال الجماهيري أو الإعلام كنظام اجتماعي، يعتبر الجمهور الذي يتسم بالتنوع، والانتماء إلى طبقات وفئات متعددة احد هذه عناصر هذا النظام، ويتأثر الجمهور في تحديد الدور الذي يقوم به في هذا النظام بمتغيرات عديدة يتصدرها حاجات واهتمامات أفراده والفئات الاجتماعية المتنوعة التي تنتمي إليها، وطبيعة العلاقات الاجتماعية بين هؤلاء الأفراد، والتي تشير بدورها إلى حركة السلوك واتجاهاته التي تحدد أنماط واهتمام الجمهور وتفسيراته، واستجابته إلى نوع معين من محتوى الاتصال(عبد الحميد، 1993، ص25).

وهذا الاتجاه يؤكد على وجود التفاعل الاجتماعي ليس بين الأفراد أعضاء الجمهور فقط، ولكن بين هذا الجمهور كتنظيمات أو بنايات اجتماعية، وبين النظم الاجتماعية في المجتمع، ونظام الإعلام كنظام اجتماعي يعمل في سياق هذه النظم.

ثالثا: مناهج وبحوث دراسات الاتصال الجماهيري.

لقد تعددت مناهج البحث الاجتماعي في دراسة الاتصال الجماهيري، إلا أن استخدمت مناهج مناسبة تتوقف على طبيعة موضوع الدراسة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، ويعد مصطلح "مناهج البحث" من المصطلحات التي انشغل العلماء والباحثين في العلوم الاجتماعية بها.

حتى أن كلمة Méthode نقلها بعض الباحثين إلى العربية وهي من أصل يوناني يتألف من مقطعين " Méta"بمعنى "بعد"، و"Hodos" بمعنى "طريق"(جعفري، 2006، ص85)، ومعناها أسلوب في البحث أو طريقة لدراسة الموضوعات يستطيع الباحث من خلالها تتبع الظاهرة ودراستها بطريقة منظمة، وبصورة عامة المنهج هو أسلوب منظم يستند إلى مجموعة من الأسس والخطوات التي تفيد في تحقيق أهداف البحث، باتخاذ منحى علمي يتميز بجمع المعلومات والوقائع عن طريق الملاحظة العلمية (عبد المؤمن، 2008، ص14).

وقد استخدم المصطلح أيضا للتعرف على نوع الطريقة التي يتم بها معالجة الظاهرة (مسح شامل، مسح بالعينة، دراسة حالة، تحليل مضمون،..)، كما استخدم المصطلح للدلالة على مدى إمكانية استخدام التاريخ في دراسة الظاهرة مثل المنهج التاريخي، أو الاحتكام إلى التجارب الإمبريقية والملاحظات المعملية مثل المنهج التجريبي(نجم، 2015، ص08).

وكلمة منهج أو مناهج تتضمن مفهومين يختلط الواحد منهما بالأخر في الاستعمال العام، فمنهج البحث يبين أولا الطرائق، وثانيا الوسائل، والطرائق هي المسالك والخطوات المتتابعة التي تعني التنقل المتتالي حتى استكمال عملية فرز عناصر الموضوع والكشف عنه، أما الوسائل فهي تلك الأدوات التي تسهم في وصولنا إلى حقيقة الموضوع (الشنيطي، 1970، ص160)،إذن المنهج ينبع من طبيعة الموضوع المدروس، والأدوات هي التي توصلنا حقيقة أو طبيعة الموضوع التي يجب أن تتفاعل مع طبيعة المنهج الذي نتبعه في سبيل الوصول إلى نتائج البحث وهنا تتحدد أمامنا علاقة ثلاثية الارتباط:

- طبيعة الظاهرة.
- منهج دراسة الظاهرة
- أدوات دراسة الظاهرة (الشمري، دون سنة، ص11).

ولكن كل هذه الارتباطات تكون مستقلة عن بعضها، ولكن كل خطوة تؤثر في الأخرى، ومن خلال هذا العنصر سنحاول أن نتناول مناهج البحث في الدراسات الاتصال الجماهيري بنوع من التفصيل نستعرض من خلاله تعريف كل منهج، ونتناول الأدوات البحثية المستخدمة في دراسات الإعلام ودراسات الاتصال الجماهيري.

1. أنواع المناهج والبحوث من حيث أسلوب جمع المعلومات وتحليلها:

تنقسم مناهج الدراسات الإعلامية والاتصال الجماهيري عموما من حيث أسلوب جمع البيانات وتحليليها إلى قسمين رئيسيين هما: المنهج الكيفي والمنهج الكمي، ويمثل هذان المنهجان مدرستين مختلفتين لهما روادهما، وعلى الرغم من التفاوت بين هاذين المنهجين إلا أن التكامل في الاستفادة من بعضهما البعض في تصاعد وذلك لإمكانية تحقيقهما للأهداف.

أولا: البحوث النوعية (الكيفية)Qualitative Research .

وهي نوع من البحوث العلمية، التي تفترض وجود حقائق وظواهر اجتماعية يتم بنائها من خلال وجهات نظر الأفراد والجماعات المشاركة في البحث.(قندلجي وسمرائي، 2018، ص33) وهو يعتمد على قراءة البيانات والأحداث بأسلوب غير كمي، وإنما يتم الحصول على النتائج من واقع ملاحظة وتحليل الأحداث والمواقف والصور والوثائق والاتصالات اللفظية وغير اللفظية، ويتم القيام بالبحث الكيفي عادة في الظروف العادية، ومن ثم فإن الإطار أو السياق الذي تحدث فيه الظاهرة محل البحث يعتبر جزءا ما الظاهرة ذاتها (عادل، 2003، ص03).

يشير هذا النوع من البحوث إلى عدد من المداخل المعتمدة على ميادين نظرية متنوعة مثل (علم الظواهر، علم التفسير، والتفاعلية الاجتماعية)، ويوظف طرق جمع البيانات والتحليل غير الكمي.(علي، 2014، ص37).

البحث الكيفي استقرائي Inductive لا يفترض وجود فرضية مسبقة، وإنما يستخدم الطريقة الاستقرائية في البحث والتي تقوم على أساس البدء أو التفكير بالجزء انتهاء إلى الكل، حيث يكون بناء النظرية طبقا لمدخل البحوث الكيفية يتم خطوة خطوة بعد فترة من الوقت من خلال الملاحظة والمقابلات.

يستخدم البحث الكيفي أساليب الملاحظة والمقابلات الشخصية، يلجأ إليه الباحثون عندما تكون هناك معرفة محدودة أو بسيطة عن مجال البحث، أي عندما يكون سؤال البحث موجها أو يسعى لفهم أو وصف ظاهرة لا يعرف الباحث الكثير عنه، لهذا تعد البحوث الاستطلاعية أو الكشفية نوعا من البحوث الكيفية.(عادل، 2003، ص05،06).

الدراسات التي تستخدم المنهج الكيفي هي الدراسات التي يتوصل إلى نتائجها من خلال الإجراءات غير الإحصائية، أي أن هذه الدراسات تصف أو تحلل الظاهرة المدروسة دون عمل قياسات محددة للمتغيرات، ولكن هذا لا يعني خلو دراسات المنهج الكيفي تماما من استخدام الأرقام، بل انه على الباحث أن يستعين بها عند الحاجة إليها. ويتم جمع المعلومات في الدراسات الكيفية عبر ثلاثة طرق متفاوتة:

1. المقابلة المفتوحة مع الأشخاص ذوي العلاقة: ويمكن أن تمد هذه الطريقة الباحث باقتباسات مباشرة من المبحوثين عن تجاربهم وآرائهم وأحاسيسهم..

2. الملاحظة المباشرة: من خلالها يحصل الباحث على وصف مفصل لا نشطة الجمهور، سلوكهم، أفعالهم، وتفاعلاتهم، أو وصف مفصل لطبيعة الأشياء ومظاهرها.
3. الوثائق: ويمكن أن يتزود الباحث منها بالاستشهاد والأدلة الموجودة في المؤلفات، المطبوعات، السجلات، والتقارير، والمذكرات(الحيزان، 2003، 17،18).

خصائص البحوث الكيفية:

تتميز البحوث الكيفية بعدة مميزات وخصائص تميزها عن أنماط البحوث الأخرى، ومن هذه الخصائص:

1. البحث الكيفي(النوعي) يعتمد على دراسة الظاهرة في ظروفها الطبيعية، باعتبارها مصدرا مباشرا للبيانات، ويتم جمع البيانات بواسطة أدوات مثل الملاحظة المباشرة، المقابلات المعمقة، فحص الوثائق يتم فيها عرض البيانات بطريقة وصفية تستخدم الكلمات والصور، ونادرا ما تستخدم الأرقام، أي مقاربة الظاهرة أو موضوع اجتماعي أو إنساني دون التقنيات الكمية والرقمية(شيا، 2018، ص08).
2. يهدف في الأساس إلى البحث في عمق الظاهرة، ولا ينطلق من فرضيات ويبحث في غالب الأحيان عن البيانات النوعية، يعتمد في جمع البيانات على المقابلات، والملاحظات بدلا من المقاييس الكمية أو التحليلات الإحصائية.
3. يعتمد على الدراسات الاستكشافية، وعادة ما يكون بداية لبحوث أخرى (Pelletier et Marthe Demers, 1994, p758)
4. في هذا النوع من البحوث لا يمكن تحديد إشكالية الدراسة بوضع فرضيات أو أسئلة مسبقا، بل يتم وضعها أثناء عملية جمع البيانات، وقد تتغير تلك الاستنتاجات بناءا على بيانات لاحقة التي يتحصل عليها الباحث، كون الهدف الرئيسي للبحث الكيفي ليس اختبار الفرضيات، وإنما تكوين الفرضيات والنظريات (عليان، 2009، ص40).
5. البحث الكيفي هو أكثر اهتماما بفهم الظاهرة المدروسة من منظور المشاركين أنفسهم، ومن خلال معايشة الباحث لحياة المبحوثين(عبد الحميد، 2009، ص21).
6. تحلل بيانات البحوث الكيفية بطريقة استدلالية، من خلال محاولة فهم الأفراد ومداركهم لمجلات الحياة وقيمهم التي يدركونها وليس كما يدركها الباحث(طايع، 2007، ص101).

7. يعتمد البحث الكيفي على جمع وتحليل وتفسير البيانات بشكل سردي ومنطقي لأجل فهم ظاهرة محددة، فالباحث الكيفي يعتمد الملاحظة المباشرة في الميدان الطبيعي للحياة الاجتماعية، وقد يدغم ملاحظته المباشرة بجمع بعض الوثائق أو يجري مقابلات غير مقننة، إذ ليس للباحث الكيفي أي سيطرة مسبقة على أي من المتغيرات أو أساليب جمع البيانات، وان الباحث يتجنب اللجوء إلى الطرق الإحصائية التي تميز البحوث الكمية (قندلجي، 2018، ص33).
8. البحث الكيفي لا يستخدم إلا عدد قليل من المبحوثين.
9. لا يستخدم عينات حقيقية حسب مبدأ العشوائية.
10. لا يستخدم المتغيرات الكمية.
11. لا يستخدم التحليلات الإحصائية(الغزاوي، دون سنة، ص99،100).
12. يعتمد على المشاهدات لبناء النظريات، ومحاولة تركيب عناصر مشكلة البحث اعتمادا على أدوات جمع البيانات الكيفية.
13. تعتمد البحوث الكيفية على حالات قليلة من المبحوثين، مما يجعل إمكانية تعميم نتائجها بدرجة منخفضة(علي، 2014، ص138).

البحوث الكمية Quantitative Research.

وهي نوع من البحوث التي تفترض وجود حقائق اجتماعية موضوعية منفردة ومعزولة عن المشاعر ومعتقدات الأفراد يعتمد غالبا على الأساليب الإحصائية (العد والقياس)(قندلجي وسمرائي، 2018، ص33)، 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.(علي، 2014، ص37)

البحث الكمي يبحث 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 (عادل، 2003، ص06).

- تهدف إلى اختبار المتغيرات التجريبية وفي ذات الوقت تهدف إلى التحكم أو ضبط المتغيرات الاعتراضية التي تظهر في محيط أو سياق الدراسة.

- تهدف إلى اختبار النظريات بطريقة قياسية، ويتم ذلك من خلال تحديد النظرية الموجودة فعلا في الأدبيات السابقة.
- في ظل البحوث الكمية يتم تصميم الدراسة (وضع فروض وتحديد خطوات البحث)
- البحوث الكمية تتمتع بخاصيات ثلاثة: قابلية الملاحظة، سببية واضحة، وموضوعية عالية لا نقول تامة(شيا، 2018، ص05).
- المفاهيم التي يتم استخدامها في البحوث الكمية يتم تعريفها إجرائيا، حتى يمكن اختبار الفرضيات التي يتم وضعها من البداية.
- يرتبط البحث الكمي أساسا بمفهوم القياس والذي يدل على استخدام لغة الأرقام والإحصاء للتعبير عن خصائص الظواهر وفقا لمجموعة من القواعد.
- البحوث الكمية هي بحوث استنتاجيه Deductive تبدأ استنادا لفرضية يضعها الباحث قبل الشروع في دراسته(نجم، 2015، ص23).

ويرجع بعض الباحثين أسباب تطور الاهتمام باستخدام البحوث الكمية في الدراسات الإعلامية، ودراسات الاتصال الجماهيري إلى العوامل التالية:

1. تزايد عدد وسائل الاتصال الجماهيري بجميع أنواعها وانتشارها في جميع أنحاء العالم على نطاق واسع.
2. إقبال الجماهير المتزايد على استخدام وسائل الاتصال الجماهيري في حياتهم العلمية والعملية، إذ أصبحت جزءا أساسيا من نمط الحياة الثقافية والتعليمية التي لا غنى عنها في الوقت الراهن.
3. انتشار صناعة الإعلام، حيث أصبحت نوعا من الإنتاج الكبير الذي تتميز به الصناعات الحديثة، وهذا ما يتطلب استخدام الإحصاءات بصورة مميزة وأساسية.
4. تعدد أنواع المادة الإعلامية، واختلاف وسائلها وتنظيمات مؤسساتها بالإضافة إلى زيادة أعداد المتخصصين في مجال الإعلام أو القائمين على الاتصال مما ينتج عنه أثار عديدة(نجم، 2015، ص25).

خصائص البحوث الكمية:

1. تفترض البحوث الكمية وجود حقائق اجتماعية موضوعية، منفردة ومعزولة عن مشاعر ومعتقدات الأفراد.
2. هو البحث الذي يعنى باستخدام الأساليب الإحصائية، وجمع البيانات من خلال استعمال أدوات قياس كمية، يجري تطويرها بحيث يتوافر فيها عنصري الصدق والثبات، ويجري تطبيقها على عينة من الأفراد تمثل المجتمع الأصلي للبحث، ومن ثم معالجة البيانات الكمية بأساليب إحصائية تقود في النهاية إلى نتائج يمكن تعميمها على المجتمع الأصلي ضمن مدى معين من الثقة وصدق النتائج(علام، 2010، ص284).
3. تساعد البحوث الكمية على إعطاء أوصاف للظواهر الاجتماعية والإنسانية على جانب كبير من الدقة العلمية حيث تسمح بمعالجة أعداد كمية هائلة من البيانات بطرق إحصائية.
4. تسهم في تلخيص نتائج الدراسة قد تتضمن جداول أو رسومات بيانية أو معاملات إحصائية لاستخلاص جملة من النتائج العامة من النتائج الجزئية المحصل عليها مع إمكانية تعميم هذه النتائج .
5. الدقة في وصف المشاهدات وتحليلها كوصف أو التعبير عن المتوسطات أو فروق بين الأفراد والجماعات (أبو المعاطي، 2004، ص133، 134).

2. أنواع البحوث من حيث المنهج المستخدم

منهج البحوث الوصفية (المنهج الوصفي).

وهو المنهج الذي يقوم على وصف الظاهرة للوصول إلى أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج والتعميمات وذلك من اجل تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها، ويساعد هذه المنهج على دراسة الحقائق المتعلقة بطبيعة الظاهرة أو الموقف أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع، فهناك العديد من البحوث 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؟.(المشهداني، 2017، ص162).

ويقوم المنهج الوصفي على رصد ومتابعة دقيقة للظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية ونوعية في مدة زمنية معينة أو عدة فترات من اجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى، والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد على فهم الواقع وتطويره، فالوصف العلمي يذكر خصائص ما هو كائن، ويفسره ويحدد ظروف العلاقات التي توجد بين الوقائع، وكذلك الممارسات السائدة والاتجاهات عند الأفراد وطرائقها في النمو والتطوّر(جابر، 2002، ص134).

يعد المنهج الوصفي أكثر المناهج البحث ملائمة للواقع الاجتماعي كسبيل لفهم الظواهر، ويأتي على مرحلتين، الأولى مرحلة الاستكشاف والصياغة (تضم البحوث الاستكشافية) التي تحتوي بدورها على ثلاث خطوات هي تلخيص ما تم جمعه من أدبيات تتعلق بالموضوع المدروس، الاستناد إلى ذوي الخبرة العلمية والعملية بموضوع الدراسة، ثم تحليل بعض الحالات التي تزيد من استبصارنا بالمشكلة.

ثم المرحلة الثانية هي مرحلة التشخيص والوصف وذلك بتحليل البيانات والمعلومات التي تم جمعها تحليلا يؤدي إلى اكتشاف العلاقة بين المتغيرات وتقديم تفسير ملائم لها(العسكري، 2004، ص06).

1. المرحلة الاستكشافية (الاستطلاعية، أو التمهيدية أو الصياغية):

في هذه المرحلة يتم استكشاف واستطلاع مجال البحث والدراسة، وتحديد المفاهيم وأدوات جمع البيانات لإجراء البحث والتعرف على ظاهرة جديدة، ويدخل في هذا النوع من البحوث التي تتطرق لمواضيع أو أجزاء من مواضيع لم يسبق تناولها البتة، ويكثر تطبيق هذا النوع في المرحلة التي تعقب اختيار موضوع ما لدراسته، وذلك من اجل التعرف على مدى إمكانية إجراء دراسة أكثر عمقا على ذلك الموضوع أم لا، وهو ما يتيح للباحث تطوير مناهج يتم استخدامها فيما بعد، كما أنها تستخدم في المراحل الارتيادية الأولى في التخصصات المختلفة(حسين، 1976، ص114).

الهدف من البحوث الاستكشافية: جمع معلومات أولية قد تسهم في إعادة صياغة مشكلة البحث وتساؤلاتها أو فرضياتها، و هذا ما يفسر لجوء الباحثين في البحوث الاستكشافية غالبا إلى استخدام الأسئلة المفتوحة، وذلك كي يتم التي الحصول على اكبر قدر من المعلومات التي تعين في تعزيز عنصر الصدق، وهذا يعني بان هذا النوع من البحوث والدراسات لا يخضع إلى تطبيق الإحصاء الاستنتاجي الذي يقوم على اختبار الفرضيات..(الحيزان، 2003، ص22)

2. **المرحلة التشخيصية (الوصفية المعمقة):** وهي التي تركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف معين أو جماعة أو فرد، وتكرارات حدوث الظاهرة(حسين، 1976، ص114)، وفي هذه المرحلة يقوم الباحث بتحديد الخصائص المختلفة للظاهرة المدروسة، وصف الظاهرة وصف دقيق من خلال البيانات المجمعة، بما يسمح بالتشخيص الدقيق لها (محمد، 1986، ص186).

ومن أنواع الدراسات الوصفية:

منهج البحوث و الدراسات المسحية.

يعتبر البحث المسحي طريقة لتجميع البيانات الاجتماعية وتحليلها عبر المقابلات أو الاستبيانات المقننة من اجل الحصول على معلومات من أعداد كبيرة من المستجيبين عن طريق جماعة ممثلة لهم، وهناك نوعان أساسيان من المسوح أولهما المسح الوصفي وثانيهما المسح التحليلي:

يهدف **المسح الوصفي** 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.

أما **المسح التحليلي** فيهدف 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(بدر، 2008، ص173).

والبحوث المسحية هي دراسات لإيجاد الحقائق، ويتضمن هذا المنهج جمع البيانات مباشرة من مجتمع البحث أو عينة الدراسة ويتطلب خبرة والتخطيط والتحليل والتفسير للنتائج، ويمكن جمع المعلومات بالملاحظة، أو المقابلة، أو إرسال البيانات عن طريق البريد وغيرها، كما أن تحليل البيانات يمكن أن يتم باستخدام تكنيكات إحصائية بسيطة أو معقدة ويعتمد ذلك على أهداف الدراسة (الضامن، 2007، ص139).

مميزات البحوث المسحية:

- غير مكلفة
- تمكننا من الحصول على المعلومات المعاصرة.
- تمكننا من الحصول على قدر كبير من المعلومات في وقت واحد.
- تزودنا ببيانات كمية أو رقمية يمكن تحليلها إحصائيا وبالتالي يمكن أن تصل الى درجة عالية من الدقة، الأمر الذي لا نستطيع تحقيقه بالمناهج الأخرى (بدر، 2008، ص174).

المسوح في دراسات الإعلام وبحوث الاتصال الجماهيري:

لقد تضاعفت أشكال وأعداد المسوح الإعلامية والاتصال الجماهيري بسرعة كبيرة خلال الأعوام العشرين الماضية، وبالتالي فقد أصبح من غير الممكن حصر هذه المسوح وبيان أشكالها واستخدمتها.

وإذا كانت المسوح الأولى تهتم بالرأي العام والانتخابات وتعتمد في ذلك على الجوانب الديموغرافية والسجلات الرسمية، فان المسوح المعاصرة لم تعد تقتصر على هذين المجالين فقط، بل تعدتهما لتشمل دراسات الايدولوجيات والمعتقدات والانتماءات الاستقرار والثبات والتغيير والتنشئة في المجتمعات..(بدر، 2008، ص187).

والمنهج المسحي هو من ابرز المناهج الإعلامية المستخدمة في بحوث الإعلام والاتصال الجماهيري للحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها، ويعرف هذا المنهج بأنه مجموعة الظواهر موضوع البحث تضم عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات و المعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها(مشاقبة، 2010، ص61)، ويشمل هذا المنهج خمس مسوح هي:

- **مسح الرأي العام:** يعد من أهم البحوث المسحية في مجال الإعلام ودراسات الاتصال الجماهيري، لان مسح الرأي العام حكم الأغلبية أو وجهة نظرها نحو موضوع معين أو موقف معين، كما يستهدف هذا المسح التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المختلفة لدى مجموعة معينة من الجماهير تبعا للهدف من إجراء المسح(حسين، 1976، ص130).

- **مسح جمهور وسائل الإعلام:** يصنف هذا النوع من البحوث في المنهج الوصفي، ضمن الأبحاث المسحية الإعلامية، إذ يختلف عن مسوح الرأي العام من الناحية الوظيفية، لأنه يهتم بدراسة جمهور وسائل الإعلام من حيث أنماط القراءة والمشاهدة من حيث أوقات البث وأنواع البرامج و الموضوعات.. الخ (الطائي وأبو بكر، 2008، ص111).

ويستهدف هذا المسح التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المختلفة لدى قراء الصحف ومستمعي الإذاعة ومشاهدي التلفزيون ومستخدمي المواقع الإعلامية على الانترنت ووسائل الإعلام الجديدة على اختلافها (المشهداني، 2017، ص163).

- **مسح وسائل الإعلام:** وهو نوع من البحوث الإعلامية تستهدف التعرف على شخصية وسيلة الإعلام من جوانب مختلفة من حيث أرقام التوزيع الجغرافي أو عدد أجهزة الراديو والتلفزيون المتاحة وتطورها، وكذلك يتم دراسة متوسط عدد القراء أو قراءة النسخة الواحدة من كل صحيفة ومتوسط عدد مشاهدي التلفزيون ومستمعي الراديو (حسين، 1976، ص136).

والاهم من ذلك أن هذه المسوح تساعدنا في دراسة الجو النفسي الذي تهيؤه كل وسيلة إعلامية مما يؤدي إلى تقبل الأفكار والمعلومات والاتجاهات التي تضمنتها المادة الإعلامية المنشورة أو المذاعة أو معروضة.

- **مسح أساليب الممارسة الإعلامية:** ويعنى هذا المسح بدراسة الأساليب الإدارية والتنظيمية التي تتبعها أجهزة الإعلام وإداراتها في مختلف المجالات الإعلامية وذلك بهدف تصوير الواقع التطبيقي والفعلي والتعرف على الطرق التي تتبعها هذه الأجهزة في ممارسة نشاطاتها باعتبار أن نجاح الجهود الإعلامية والاتصالية ينبني على أساس مدى فعالية الجوانب الإدارية والتنظيمية لها(المشهداني، 2017، ص 163، 164).

منهج بحوث دراسة الحالة:

هو المنهج الذي يهدف إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأية وحدة، سواء كانت فردا أو مؤسسة أو نظاما اجتماعيا، وهو يقوم على أساس التعمق في دراسة مرحلة معينة من تاريخ الوحدة أو دراسة جميع المراحل التي مرت بها، وذلك بقصد الوصول إلى تعميمات متعلقة بالوحدة المدروسة و بغيرها من الوحدات المتشابهة(خاطر، 2008، ص45).

يعرفه الدكتور إبراهيم أبراش بأنه " البحث المتعمق في العوامل المعقدة والمتعددة والتي تسهم في تشكيل وحدة اجتماعية ما، وذلك بالاستعانة بأدوات البحث الضرورية لتجميع البيانات والمعلومات حول الظاهرة المدروسة " (أبراش، 2009، ص161).

كما يعرف بأنه " البحث المتعمق للحالات الفردية في إطار المحيط الذي يتفاعل فيه، حيث تقوم هذه الدراسة على افتراض إن كل حالة قابلة للدراسة تكون مع المجال الذي تتفاعل داخله وحدة وكلا (عمر، 1983، ص133).

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(شفيق، 2008، ص98).

كما يقوم بدراسة حالة معينة بشكل متعمق، بجمع بيانات شاملة ومفصلة عنها، بهدف الوصول إلى فهم أعمق للظاهرة أو الحدث مدروس، أو ما يماثلها من ظواهر والأحداث، وذلك بجمع البيانات والمعلومات عن الوضع الحالي والماضي وذلك لفهم أعمق وتفسير أفضل للظواهر، ويتم جمع البيانات والمعلومات وفق أسلوب دراسة الحالة بالوسائل المتعارف عليها مثل المقابلة، الاستبيان، الوثائق... وغالبا ما يستخدم أسلوب دراسة الحالة كمكمل لأسلوب المسح (شلي، 2016، ص63).

وهناك من يرى أن منهج دراسة الحالة، لا يختبر فروضا بل ليحصل على المادة التي تمكنه من فرض الفروض، وليكون اقدر على تحديد المشكلات وترتيبها حسب أهميتها، والحالة التي يجري عليها الباحث دراسته قد تكون مؤسسة اجتماعية، جمعية، مصنع، نادي، الجامعة أو مؤسسة رعاية اجتماعية، وقد يكون مجتمعا صغيرا مثل القرية أو الحي أو القبيلة..، وقد يكون أشخاص أحياء يشتغلون مراكز هامة في المجتمع (العسل، 1997، ص118).

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

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(محمد، 1986، ص293).
- 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 (مصباح، 2008، ص115، 116).
- 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 (مصطفى وآخرون، 2010، ص30).
- 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 (عقيل، 1999، ص139، 140).

خطوات منهج دراسة الحالة:

1. تحديد الظاهرة أو الحالة المراد دراستها، وصياغة الإشكالية صياغة دقيقة
2. تحديد وضبط المفاهيم والفروض العلمية.
3. تحديد الوحدة المراد دراستها.
4. تحديد وسائل جمع البيانات
5. جمع البيانات وتحليلها.
6. استخلاص النتائج والتوصيات.(مصطفى وآخرون، 2010، ص31).

دراسة الحالة في بحوث الإعلام ودراسات الاتصال الجماهيري:

وهي من البحوث الوصفية التي غالبا ما تكون الطريقة الوحيدة التي يمكن استخدامها لدراسة المواقف الاجتماعية ومظاهر السلوك الإنساني، وتتميز بحوث دراسة الحالة بأنها أكثر قدرة على دراسة القضايا الراهنة، إذ أنها تنصب على الحاضر وتتناول أشياء موجودة بالفعل.

وتعد المؤسسة الإعلامية بكل ما فيها (دار صحيفة، محطة إذاعية، تلفزيونية، موقع إخباري، جمهور ..) وحدة واحدة تستدعي بحث دراسة الحالة وصف سياستها واتجاهات ونظمها الداخلية وعلاقاتها الخارجية ومصادر تمويلها.. يستدعي كل ذلك الدراسة الشاملة والمتعمقة والمركزة لكل هذه الجوانب للخروج بوصف كامل لها، لخروج بوصف كامل لهذه الوحدة باستخدام أدوات منهجية تتسم بالصدق والموضوعية، وهذا هو جوهر دراسة الحالة (المشهداني، 2017، ص165).

بالإضافة الدراسات المؤسسات الصحفية، يمكن دراسة عدد محدود من الكتاب أو المحررين أصحاب المراكز والأدوار في إطار دراسة الحالة أيضا لتقديم وصف دقيق لهؤلاء الكتاب والمحررين، في إطار علاقتهم بعناصر العملية الإعلامية والصحفية مثل محتوى ما يكتبونه، أو القراء الذين يقرؤون لهم...وغيرها (عبد الحميد، بحوث الصحافة، ص99).

منهج البحوث الاثنوغرافية.

الإثنوغرافيا فرع من فروع علم الاجتماع كالأنثروبولوجيا والإثنولوجيا. وتدرس ما تدرسه الإثنولوجيا من مواضيع مختلفة، حيث تنكب الإثنوغرافيا على دراسة العادات والأعراف والتقاليد والطقوس والمعتقدات الدينية لجماعة محددة، في زمن ومكان معينين، بالتنقيب والاستكشاف ومعاينة الظواهر الإثنولوجية، وتوصيفها بشكل كلي مونوغرافي أو استقصائي شامل.

وتهتم المقاربة الإثنوغرافية أيضا بدراسة طبيعة الشعوب القديمة وثقافاتها، وتعنى بأساليب عيشها، وتنكب على أنماط حياتها في ضوء أعمال حقلية ميدانية مخبرية. علاوة على دراسة الجماعات المحلية والبدوية والقروية، والاهتمام بالجماعات المنعزلة الغريبة عن المجتمعات الحاضرة، ودراسة القبائل والعشائر المختلفة عن الشعوب المتمدنة والمتحضرة، فضلا عن العناية بمشاكل الجماعات والمجموعات التي يعرفها عالمنا المعاصر (حمداوي، 2018).

وتعرف الإثنوغرافيا على أنها الدراسة التحليلية للمجموعات الاثنية " العرقية" المعاصرة، وهي ملاحظة وتسجيل المادة الثقافية من الميدان ووصف النشاط الثقافي، فهي الدراسات الوصفية لأسلوب الحياة ومجموعة التقاليد والعادات وأصناف التراث الخاصة بالاثنيات، أي تلك التجمعات الإنسانية التي تتميز ببنية عائلية واقتصادية واجتماعية متجانسة، حيث تقوم الوحدة على لغة وثقافة مشتركة.

ومن مميزات المنهج الإثنوغرافي:

- المرونة في طريقة التحليل، كما أنه بحث غير مقنن فلا يخضع لضبط سابق للمتغيرات، كما انه له القدرة على كشف الظواهر العفوية التي تظهر من خلال الممارسات والسلوكيات غير المقصودة خلال اجراء الدراسة.
- يتم في المواقف والسياق الطبيعي، ويهتم بدراسة السلوك الانساني في سياقه الطبيعي (دهان، 2017، ص32، 34).

ومن أدوات وتقنيات المنهج الاثنوغرافي:

- الملاحظة بالمشاركة
- المقابلة الموجهة
- الاختبارات النفسية.

خطوات البحث الاثنوغرافي:

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(حمداوي، 2018).

بحوث تحليل المحتوى:

ويعد تحليل المحتوى من التقنيات الأكثر شهرة، والأكثر انتشارا لدراسة المقابلات الإعلامية والرسائل الإعلامية المختلفة (مكتوبة، مسموعة، مرئية)، وهو الأداة الميدانية التي يمكن بواسطتها جمع المعلومات عن الظاهرة المراد دراستها. ومن المبادئ التقنية لتحليل المحتوى وأساليبه، أنه الأسلوب الذي نسعى من خلاله إلى تحقيق ومعرفة ما يقال عن طريق وسائل الإعلام المختلفة بأكثر طريقة موضوعية ممكنة وأكثر ثقة ممكنة.(Jean-cleaude. andreani, p02,03)

وقد قدمت لهذا الأسلوب الكثير من التعاريف، أهمها في هذا المجال تعريف **برلسون** "تحليل المحتوى هو تقنية من تقنيات البحث العلمي، هدفها الوصف الموضوعي والكمي للمحتوى الظاهر للاتصال (الوسائل الإعلامية)، بمعنى آخر أن تقنية تحليل المحتوى تسمح باكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى الإعلامي، وتكشف العلاقات الكامنة لهذا المعنى من خلال البحث الكمي والموضوعي المنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى. (Christian Leray, 2008,p 02)

ولا يدخل في إطار تحليل المحتوى إلا الرسائل المعلنة من طرف كاتب أو من أي منبع آخر. (Jean de Bon ville, 2000,13) وتقنية تحليل المحتوى هي أسلوب في البحث لوصف المحتوى الظاهر

للاتصال وصفا موضوعيا منظما وكميا، والباحث في هذا الميدان يهتم بالمسح الكمي والنوعي للمواد المطبوعة، وتحليل المحتوى يهتم بدراسة:

المحتوى الظاهر للرسالة الإعلامية Le contenu manifeste: ما هو معلن عنه بشكل واضح في هذه الرسالة (من آراء، أفكار، معتقدات إيديولوجية.....)

المحتوى الكامن أو المستتر للرسالة الإعلامية Le contenu latent: وهو ما لم يتم التعبير عنه بشكل واضح في الوثيقة، ولهذا تتطلب هذه الدراسة الكشف عن ما هو خفي وغير معلن عنه مثل التوتر العاطفي، التغيرات اللاواعية ولاشعورية....)

الخطوات المنهجية لتحليل المضمون:

أولا: تحضير الأدوات:

حسب طريقة مورانكرتير Morin Chartier لتحليل المحتوى على الباحث أن يضع أولا مخطط للتحليل وذلك بوضع إشكالية محددة، وتحديد ما يريد البحث عنه، ووضع جدول لجميع الموضوعات واختيار المراجع التي سيعتمد عليها في بحثه.(Christian Leary, 2008, 16) أما العالم لورانس باردين (L'aurence Bardin) يرى أنه بعد تحديد الأهداف تجمع الملفات (الوثائق) المراد تحليلها وجميع الأدوات الأولية المراد تحليلها (مثل المقابلات، مواضع صحفية، أفلام وثائقية.

ثانيا: ترميز البيانات:

وهو مجموعة من الخطوات يتم من خلالها تحويل الرموز اللغوية في المحتوى إلى رموز قابلة للعد والقياس وهذه الخطوة هي ما تميز هذا المنهج عن غيره من المناهج، حيث أن صفة الكمية أصبحت تميزه وهذه العملية (ترميز البيانات) تشمل الخطوات التالية. (محمد عبد الحميد، 2000، ص228)

ثالثا: تصنيف أو تقسيم المحتوى إلى فئات حسب أهداف الدراسة:

حيث يسهل عدها وقياسها لأن تحليل المحتوى هو الفئات التي تهدف إلى تقسيم المحتوى إلى منظومة من الأفكار التي لها علاقة مباشرة بإشكالية وأهداف الدراسة وعلى هذا فإنه لا توجد فئات نمطية صالحة لكل أنواع البحوث، بل يتوقف اختيارها على إشكالية البحث وأهدافه وعلى طبيعة المحتوى المراد تحليله، كما يمكن تحديد الفئات قبل قراءة المحتوى أو بعده (يوسف تمار، 2007، 25).

فئات التحليل:

تعريف الفئة:

يقصد بفئة التحليل مجموعة من الكلمات ذات معنى متشابه أو تضمينات مشتركة، وتعرف أيضا بأنها العناصر الرئيسية أو الثانوية التي يتم وضع وحدات التحليل فيها (كلمة، أو موضوع، أو قيم..) والتي يمكن وضع كل صفة من صفات المحتوى فيها، وتصنف على أساسها (طعيمة، 2004، 272).

تعتبر الفئات عناصر دالة في الوثيقة او الوثائق قيد التحليل، شانها شأن الاسئلة في في دليل المقابلة، يتم تحديدها بناءا على ما تهدف اليه الدراسة (نفوسي، 2016، ص145)، وترتبط عملية التصنيف وتحديد الفئات بمفهوم التجزئة، اي تحويل الكل الى أجزاء ذات خصائص او مواصفات او اوزان مشتركة بناءا على محددات يتم وصفها والاتفاق عليها مسبقا ومن اهم الشروط الواجب توفرها في تصنيف فئات التحليل:

- أن تكون الفئات مستقلة بمعنى الا تقبل المادة المصنفة تحت اي منها، التصنيف تحت غيرها من الفئات.
- أن تكون الفئات شاملة، وهذا يعني بناء الفئات بحيث نجد ان كل مادة في المحتوى فئة تصنف في اطارها.
- أن تفي الفئات باحتياجات الدراسة وأهدافها، ذلك أن صياغة الفروض أو طرح التساؤل سوف تقود الباحث الى تحديد الفئات الملائمة لاختبار هذه الفروض أو الاجابة على التساؤلات المطروحة (عبد الحميد، 2010، ص2018، 2019).

أنواع الفئات:

صنف بيرلسون Berelson الفئات الى نوعين رئيسيين، يندرج تحت كل منهما عدد من الفئات التفصيلية، ويدور النوع الأول من الفئات الرئيسية حول مضمون مادة الاتصال او المعاني التي تنقلها ويسميه بيرلسون (فئات محتوى الاتصال)، ويدور النوع الثاني من الفئات الرئيسية حول الشكل الذي قدم فيه هذا المضمون وانتقلت من خلال معانيه، ويسميه بيرلسون (فئات شكل الاتصال)(طعيمة، 2004، ص278).

أولا: فئات المضمون، وتستخدم للإجابة عن السؤال ماذا؟

بمعنى ماذا قيل؟، ماذا سمع؟، ماذا شوهد؟ في الوثيقة أو الوثائق قيد التحليل، والوثيقة هنا لا تخص المجال المكتوب فقط بل تمتد إلى المجال السمعي البصري، والهدف من هذه الفئة هو تحديد مادة المحتوى والافكار والمعاني التي يحتويها، بمعنى ما هي المعاني والافكار التي تضمنتها الوثيقة، وبشكل عام تضم فئة المضمون العديد من الفئات سوف نذكر الاكثر استخداما وهي:

فئة الموضوعية: وهي من اكثر الفئات استخداما في بحوث الاعلام والاتصال، وهي تحاول الاجابة على سؤال حول ماذا يدور المحتوى؟ وما هي المواضيع الاكثر بروزا في المحتوى؟

فئة الاتجاه: وهي من اكثر الفئات شيوعا واستخداما رغم صعوبتها، يحدد على أساسها اتجاه القائم بالاتصال، كما تعبر عن موقف القائم بالاتصال، وعادة تستخدم فئات الاتجاه التالية:

- الاتجاه المؤيد
- الاتجاه المعارض
- الاتجاه المحايد (محمد عبد الحميد، 2000، ص131).

فئة القيم: ولها اهمية كبيرة تمكن الباحث من تصنيف المعتقدات والعادات سواء الأفراد أو الجماعات التي يمكن أن تؤثر في سلوكهم وأفكارهم فهي أساس لتخطيط السياسات الإعلامية ولكن يستدل عليها من خلال المحتوى (تمار، 2007، ص40).

فئة الأهداف: التي تسعى المجتمعات إلى تحقيقها، وكذلك الأفراد مثل الاستقرار، الرخاء، التكافل، السلام،...وفئة الاهداف ترتبط بفئة القيم، وهي تجيب عن السؤال إلى ماذا يسعى صاحب الفكرة؟ ما الهدف منها؟.

فئة الفاعل: تستخدم فئة الفاعل لتحديد الأشخاص والجماعات التي تظهر في المحتوى على أنها قامت بدور ما في تنفيذ أعمال معينة (نفوسي، 2016، ص 156، 158).

فئة الجمهور المستهدف: ساعد هذه الفئة الباحث على معرفة الجمهور الذي يريد القائم بالاتصال الوصول اليه، طبيعته، سماته، هل هو جمهور عام، خاص، هل هي فئة معينة أم مجموعة فئات..

فئة الموقف: يستعين بها الباحث لمعرفة ردود أفعال مضمون ما حيال قضية معينة، تتطلب هذه الفئة من الباحث التركيز على المحتوى وما يطرحه من مواقف ثم يحاول تصنيف تلك المواقف حسب اشكالية وأهداف الدراسة (تمار، 2007، ص42).

ثانيا: فئات الشكل، تستخدم هذه الفئة للإجابة عن السؤال كيف قيل؟

وذلك بغية تحديد القالب أو النمط الذي تعرض به المادة المكتوبة، المسموعة أو السمعية البصرية، أو بشكل عام القالب الذي تظهر فيه المادة محل التحليل (نفوسي، 2016، ص159)، وهي الفئة التي تصنف المحتوى الشكلي و تهتم بتحليل الشكل الذي قدم به المضمون للقراء او المستمعين، أو المشاهدين، لان المحتوى المقدم لبس دائما بريء، فالبنط والوقت واللون الذي تكتب به المادة الإعلامية لا يستعمل من باب الصدفة بل لزيادة التأثير والتوجيه (تمار، 2007، ص26). ومن أهم هذه الفئات:

فئة المساحة: من خلالها يمكن معرفة الحجم المتاح من الجريدة أو المجلة، وعنصر المساحة يشير إلى مدى الاهتمام بعرض الموضوع، وكلما زادت المساحة المخصصة كان دليل على أهمية الموضوع المعالج تقاس ب (سم).

فئة الزمن: تتداخل هذه الفئة مع سابقتها، بحيث يتعذر قياس المساحة في المضامين السمعية البصرية والتي لا يمكن قياس مساحتها عندها يقوم الباحث باختيار هذه الفئة، والزمن يقاس بالثواني والدقائق(تمار، 2007، ص28).

فئة شكل العبارات: وهذه الفئة تكشف عن الشكل الذي تتخذه عبارات المحتوى من حيث تعبيرها عن الماضي أو الحاضر أو التوقع بالمستقبل، أو التعبير عن حقائق أو أماني أو عبارات تتناول التعريف أو التفضيل.

فئة الأنواع الصحفية: أو القوالب الصحفية التي تتخذها المواد الإعلامية في وسائل الإعلام، وهذه الفئة تقوم على التفرقة بين الأشكال المختلفة التي تقدم بها المواد الإعلامية، ويتم تصنيف هذه الفئة إلى مقال افتتاحي/ مقال رأي/ تحقيق صحفي/ حديث صحفي/ خبر/ كاريكاتير.. (عبد الحميد، 2010، ص131، 132)، وهذه الفئة من أكثر الفئات شيوعا يتم استخدامها لتحديد القالب الفني الذي تتميز به المادة اذا تعلق الامر بتحليل مادة مكتوبة (نفوسي، 2016، ص160).

فئة الانفعالية: واستخدام هذه الفئات رغم عدم شيوعها، أصبح مطلبا في استخلاص النتائج المرتبطة بتحديد الاتجاه، خصوصا بعد أن تعددت مستوياته الايجابية أو السلبية وأصبح البحث عن أوزان دقيقة للاتجاه وشدته من خلال الأشكال التي يصاغ فيها المحتوى.

فئة وسيلة الاقناع: وترتبط هذه الفئة بسابقتها من حيث كونها وسائل يتوسل بها المصدر أو المرسل أو الكاتب عدد من القراء او المستمعين أو المشاهدين واقناعهم بالأفكار التي تتبناها في المحتوى الاعلامي (عبد الحميد، 2010، ص133).

فئة اللغة المستخدمة: وهي الوعاء الذي يصب فيه الفكر، وهي الواصل بين المرسل والمتلقي، وكثير من الأحيان يقع تشويش على الرسالة بسبب اللغة المستخدمة، وأكثر التقسيمات رواجا هي:..

- الفصحى
- الفصحى البسيطة
- العامية
- مزيج

فئة العناصر التيبوغرافية: يقصد بهذه الفئة الكيفية التي يتم بها إخراج المادة الإعلامية، ولها دور كبير في التأثير على نفسية القراء ويمكن تقسيمها الى فئات فرعية هي:

- **فئة العناوين:** وتمثل الكيفية التي تقدم بها العناوين (عناوين رئيسية/ فرعية/..) كما تحدد بنط العنوان وموقعه في المادة المحللة، حجمه، لونه..
- **الاخراج الفني:** وهذه الفئة تحدد الاساليب الفنية في المادة المصورة من أصوات، موسيقى، لقطات.
- **الرسوم والصور:** الصورة شكل من أشكال التعبير، وهي ذات أهمية بالغة في مجال الاتصال، لذلك الصورة عبارة عن جرد وتحليل محتواها، موقعها من المادة المعالجة(تمار، 2007، ص33،34).

وحدات التحليل:

وهي الوحدات التي يتم عليها العد والقياس مباشرة من المحتوى المقدم من قبل وسائل الإعلام (زرواتي، 2007، ص170)، حيث يعطي وجودها أو غيابها وتكرارها أو ابرازها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية. وتبعا لأغراض البحث، فان الباحث يبدأ في تقسيم المحتوى إلى الوحدات القابلة للعد والقياس، أصغرها الكلمة وأكبرها الفكرة ثم الموضوع ومفردات النشر و الاذاعة (عبد الحميد، 2010، ص135) وهي:

1. **وحدات اللغة:** وتشمل وحدة الكلمة، ووحدة الجملة، ووحدة الفقرة، ووحدة الموضوع.
2. **وحدة الفكرة:** وهي من أكثر الوحدات شيوعا في بحوث الإعلام، ولان تناول الفكرة كوحدة للتحليل يفيد في تحديد الاتجاهات والأحكام التي تقع على محتوى الاعلام.

3. **وحدة الشخصية:** وتستخدم الشخصية كوحدة للتحليل عند دراسة القصص والروايات والكتب، و تستخدم في تحليل الفكر السياسي او التاريخي أو القصصي للشخصيات الواردة (Bonville, 2006, p125)
4. **وحدة المفردة:** وتسمى احيانا بالوحدة الطبيعية وتختلف باختلاف الدراسة الخاضعة للتحليل، ففي دراسة حول محتوى كتب التعليم العربية يعتبر الكتاب وحدة التحليل، اي يتم حساب معدل تكرار الظاهرة بعدد الكتب التي وردت فيها، في دراسة اخرى يمكن أن تكون المجلة أو المقالة أو القصة.. أو غيرها وحدة للتحليل، وهناك من يستخدم الصورة كمفردة للتحليل

منهج البحوث التجريبية:

يعتبر المنهج التجريبي من المناهج الهامة في مجال العلوم الاجتماعية والسلوكية، كما يعد من اقرب المناهج إلى الطريقة العلمية الصحيحة والموضوعية واليقينية في البحث عن الحقيقة واكتشافها تفسيرها والتنبؤ بها والتحكم فيها. ولقد أعطيت العديد من التعاريف لهذا المنهج نذكر منها:

المنهج التجريبي هو ذلك المنهج الذي نجرب فيه تأثير متغير مستقل 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(مصطفى وآخرون، 2010، ص27).

وهناك من عرف المنهج التجريبي من خلال تحديد معنى التجربة أو التجريب، التي هي إحدى مراحل وعناصر المنهج التجريبي، ومنها " أن التجريب ما هو إلا ملاحظة تحت ظروف محكمة يهيأها الباحث عن طريق اختيار بعض الحالات أو عن طريق تطويع بعض العوامل"، والتجربة هي ملاحظة مقصودة تحت ظروف محكمة يقوم بها الباحث لاختبار الفرض لمعرفة العلاقات السببية التي تربط بين الظواهر (بدوي، 1977، ص128).

في تعريف أخر " المنهج التجريبي هو المنهج الذي يتضمن كافة الإجراءات والتدابير المحكمة التي يتدخل فيها الباحث عن قصد مسبق في كافة الظروف المحيطة بالظاهرة (عبيدات وآخرون، 1999، ص40).

يعرفه احمد بن مرسلي بأنه " المنهج الذي يقوم على اختبار العلاقات القائمة بين متغيرات الظاهرة الواحدة، أو بين الظواهر المختلفة، في إطار إتباع خطوات محددة تساعد على بلوغ ما يستهدف من نتائج في البحث، وهذا انطلاقا من افتراض فرض معين يتعلق بوجود هذه العلاقة بين المتغيرين أو ظاهرتين أو بعدم وجودها، ثم القيام بتغيير الظروف السائدة داخل الظاهرة المدروسة بظروف مشابهة بطريقة اصطناعية وفق الغاية المستهدفة في البحث، ثم ملاحظة النتائج المترتبة على ذلك (بن مرسلي، 2010، ص310).

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 (عبيدات وآخرون، 1984، ص243).

المنهج التجريبي في الدراسات الإعلامية ودراسات الاتصال الجماهيري، تقوم في الاتصال الجماهيري بتجميع البيانات بطريقة مباشرة مفردات مجتمع البحث مثل منهج المسح، لك التجربة على عكس المسح تسعى لتجميع هذه البيانات تحت ظروف محكمة، و إذا ما طبقت التجربة بعناية فسيكون الباحث قادرا في معظم الأحيان على الاستجابة لمختلف جوانب العلاقات السببية.

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 (بدر، 2008، ص207).

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 (مصطفى وآخرون، 2010، ص27).
- 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 (عليان ومحمد غنيم، 2000، ص50).
- يتم اختيار المشاركين في الدراسة في مجموعات، مثل المجموعات التجريبية والمجموعات الضابطة.
- يتم التطبيق على مجموعة أو أكثر (الضامن، 2007، ص147).

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 (عقيل، 1999، ص108).
- 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 (بن مرسلي، 2010، ص311).

المنهج التجريبي وتطبيقه في دراسات الإعلامية ودراسات الاتصال الجماهيري:

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 (الطائي وميلاد أبو بكر،2007، ص173).

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 (أبراش، 2009، ص 170).
- 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 (قندلجي، 1999، ص121).

منهج البحث التاريخي:

هو احد أهم المناهج العلمية في العلوم الاجتماعية، حيث يبرز دور أحداث الماضي في قراءة الحاضر واستكشاف المستقبل، كما يتيح المقارنة بين الوقائع والأحداث والمؤسسات عبر الزمن، ويعتمد البحث التاريخي على دراسة الوثائق التاريخية والسجلات، فمنها يتم استخلاص الحجج وتجميعها لتكوين استنتاجات قد تدعم الحقائق المجهولة حتى ذلك الوقت، أو تقديم تعميمات فيما يتعلق بالأحداث الماضية والحاضرة (عبد الفتاح وحمزاوي، 2012، ص15).

يهتم هذا الأسلوب بدراسة المعلومات التي تتضمنها الوثائق والسجلات والآثار، كما يهتم بدراسة الظواهر والأحداث الماضية أو بدراسة الظواهر بالرجوع إلى نشأتها والتطورات التي مرت عليها وعوامل تكوينها، والهدف من دراسة الماضي هو فهم الحاضر التنبؤ بالمستقبل، أو الرجوع إلى أصل الظاهرة وتسجيل تطوراتها وتحليل وتفسير هذه التطورات، ومن ذلك الوقوف عند أحداث الماضي لفهم الحاضر والتخطيط للمستقبل (عبيدات وآخرون، 1984، ص167).

كما يعرف بأنه" الطريق الذي يختاره الباحث في تجميع معلوماته وبياناته العلمية في دراسة الموضوع، والذي يسلكه في التحليل والتفسير، وتبيان الحقائق ولان هذا المنهج موضوعه الواسع هو التاريخ فيكون المنهج هو الطريق الذي يربط بين الحاضر والماضي والمتوقع، ويعتمد المنهج التاريخي على أدلة وأدوات، ومصادر يمكن استعمالها بعد التأكد منها، وهو لا يعتمد كما يعتقد البعض على السرد والنقل بل على التفحص، والقياس المعتمد على قوانين اجتماعية أو طبيعية مما يجعلنا نطلق عليه طريق العلوم"(عقيل، 1999، ص58).

في تعريف أخر " المنهج التاريخي عملية منظمة وموضوعية لاكتشاف الأدلة وتحديدها وتقييمها والربط بينها من اجل إثبات حقائق معينة، والخروج منها باستنتاجات تتعلق بأحداث جرت في الماضي (أبراش، 2009، ص142).

وتكمن أهمية المنهج التاريخي في انه يسهم في الكشف عن واقع الحياة وسلوك وأساليب اعتمد عليها السابقون، الأمر الذي يتيح فهم الحياة الماضية للإنسان لاستكمال جوانب التاريخ، وتوجد صيغتان أساسيتان للمنهج التاريخي هما صيغة الزمن وفيها يركز الباحث عل دراسة فترة زمنية معينة والمتغيرات

التي كانت فيها، والصيغة الموضوع، وفيها يركز الباحث على دراسة موضوع معين من الحاضر للمستقبل والعكس (مصطفى، 2010، ص31).

- **صيغة الزمن:** ويقصد بها الطريقة التي يبني عليها الباحث بحثه، والتي تتعلق بالتتبع الزمني ويتحدد طريق الباحث أو منهجه في اعتماده على الزمن وتنقسم هذه الصيغة إلى قسمين:

أ. دراسة الظاهرة أو الحدث أو الموضوع من الماضي إلى الحاضر وذلك بعد تحديد فترة البحث والدراسة، وتحديد نقطة البداية من الزمن الماضي وحسب الموضوع "مما يجعل أسباب الموضوع في الماضي، وأهدافه واضحة في الحاضر وغاياته ماثلة في المستقبل.

ب. دراسة الظاهرة أو الموضوع من الحاضر إلى الماضي، وهذه تتطلب العودة إلى الزمن من خلال دراسة الأحداث التي وقعت فيه بتسلسل وقت حدوثها.

- **صيغة الموضوع:** كثيرا ما نجد تشابها في المواضيع مع أن زمن حدوثها غير متصل من الناحية الزمنية مباشرة أو أنها لم تقع في مجتمع واحد، ولا ارض واحدة، ومع ذلك تظهر بنفس الظروف والمعطيات، وهنا يدرس الباحث الموضوع من الحاضر إلى الماضي أو العكس، وذلك بالاعتماد على الصلة الموضوعية وليس الصلة الزمنية (عقيل، 1999، ص60، 61، 62).

أهمية المنهج التاريخي:

- البحث التاريخي يوظف من اجل المعرفة العلمية لأحداث الماضي، أو لمصلحة البحث العلمي لواقع الظواهر المعاصرة
- التاريخ هو أداة للتفسير والشرح وخصوصا إذا اخذ جانب المقارنة ويعتبر التاريخ المقارن معادلا للمنهج التجريبي.
- منهج البحث التاريخي يرمي إلى الوصول إلى المبادئ والقوانين العامة التي تحكم الظواهر الاجتماعية من خلال البحث في أحداث الماضية (عبد الفتاح وحمزاوي، 2012، ص 16)

خطوات المنهج التاريخي:

- تحديد موضوع البحث وصياغة الإشكالية، وهي خطوة تشكل قاسما مشتركا بين جميع مناهج البحث العلمي،

- استطلاع الدراسات السابقة، وجمع المعلومات اللازمة من مصادرها الأصلية إن أمكن، و الثانوية في الدرجة الثانية وتخضع هذه المصادر لعملية نقد داخلي ونقد خارجي (أبراش، 2009، ص143)
- تحديد الفرضيات وصياغتها،
- جمع المعلومات والبيانات من مصادرها الأصلية، بما أن الباحث المستخدم للمنهج التاريخي بعيد زمنيا ومكانيا عن الظواهر والأحداث التي يقوم بدراستها، وبالتالي يصعب إخضاعها للملاحظة المباشرة، لذا لا بد له من الاعتماد على مصادر البيانات والمعلومات المتعلقة ببحثه (شلي، 2016، ص58)، ومن مصادر البحث التاريخي:

- السجلات والوثائق الرسمية، التقارير الصحفية.
- الدراسات والكتابات التاريخية.
- تقارير شهود العيان للأحداث، المصادر الشخصية (رسائل، مذكرات، تراجم..)
- البقايا الأثرية الجيولوجية، والشواهد الناتجة عن الظواهر والأحداث الماضية المادية والمعنوية (عبد الفتاح وحمزاوي، 2012، ص19).

- نقد البيانات والمعلومات المتعلقة بالإشكالية المدروسة، بهدف التأكد من صحة ودقة التدوين للبيانات والمعلومات، لكي يصل في النهاية إلى نتائج صحيحة، وهنا يمكن أن نميز النقد على مستويين:

- النقد والتقييم الخارجي للوثيقة: ويتصل هذا التقييم بالتعرف على أصالة الوثيقة موضع الدراسة، بهدف التأكد من صحة وأصالة الوثيقة من أي تزوير.
- النقد والتقييم الخارجي للوثيقة: إن كان التقييم الخارجي يهتم بهوية الوثيقة وأصالتها، فان التقييم الداخلي يهتم بما تحتويه الوثيقة، بما تقوله، بمعناها، بدقتها، وبالثقة العامة في المعلومات الموجودة بها (العسكري، 2004، ص194، 196).

- تحليل المعلومات وتفسيرها.
- استخلاص النتائج وعرضها.
- كتابة التقرير (عقيل، 1999، ص70).

المنهج المقارن وأسلوب المقارنة المنهجية:

يمكن تطبيق المنهج المقارن على كافة العلوم الاجتماعية، فالبحث السوسيولوجي بطبيعته يقبل المقارنات، بل تعتبر المقارنة من أهم الأسس التي اعتمدها علماء الاجتماع المؤسسون لبحوثهم الاجتماعية الأولى وفي وضع أسس علم الاجتماع (أبراش،2009، ص177).

ويقصد بهذا الاصطلاح (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(علبي، 2006، ص133).

كما يعرف " بأنه القيام بعملية المقارنة أو التقابل بين الأشياء، والمقارنة بين خاصياتها، وله مستويات، المستوى الشكلي أو الخارجي وهو مقارنة الأشكال الخارجية كالأحجام والألوان، والمسافات والأعداد، وهناك المستوى الداخلي أو الجوهري وهو المتعلق بمقارنة خواص الظواهر والعناصر الجوهرية فيها، بمعنى أن المقارنة تتناول البنيات الأساسية المكونة للظاهرة، والتعمق وسبر جوهر الظواهر والتمعن فيها (القصبي، 2004، ص243).

مميزات البحوث المقارنة:

- زيادة قدرة الباحث على تقديم تفسيرات أكثر قوة للظاهرة المدروسة، إذ أن هذه التفسيرات تستند إلى أدلة من عدة مجتمعات وليس من مجتمع واحد، مما يقلل من تأثير عوامل الصدفة والتحيزات.
- المقارنة لا تستدعي أن تكون منهجا قائما بذاته، من منطلق أنها محايثة للبحث العلمي، فالباحث يلجأ إلى المقارنات مهما كان المنهج الذي يتبعه، لان هده العلم دراسة التباين بين الظواهر، وتحديد الظواهر التي يظهر فيها هذا التباين.
- يساعد الباحث على اكتشاف الخصائص الكلية للظاهرة في ماضيها وحاضرها، ومستقبلها وذلك عن طريق المقارنة وإبراز الصفات المتشابهة، والمختلفة بين ظاهرتين أو مجتمعين، ومعرفة درجة تطورها أو تراجعها عبر الزمن (أبراش، 2009، ص179).

المقارنة المنهجية في دراسات الإعلام والاتصال الجماهيري:

اختلط الأمر على الكثير من الباحثين في مجال الدراسات الإعلامية والاتصال الجماهيري بين المقارنة المنهجية باعتبارها مطلبا أساسيا في تطبيقات العديد من المناهج العلمية المختلفة، وبين الدراسات المقارنة، التي تهتم بتوزيع الظواهر الاجتماعية في المجتمعات المختلفة، أو أنماط محددة من المجتمعات أو حتى مقارنة مجتمعات كلية ببعضها بعض، أو مقارنة النظم الاجتماعية الرئيسية من حيث استمرارها، تطورها والتغير الذي يطأ عليها، وهذه الدراسات تجد مجالاتها أكثر في علم الاجتماع وعلم الأنثروبولوجيا التي تهتم بتحليل عمليات التغير في المجتمعات ومقارنتها، أو مقارنة خصائص المجتمعات الثقافية عبر الزمن.

أما في مجال دراسات الإعلام والاتصال فان الدراسات تنصب حول مقارنة نتائج تحليل محتوى الإعلام عبر الوثائق المختلفة (صحف، قنوات، برامج..)، أو عبر الزمن مثل مقارنة مراحل تاريخية، أو مقارنة الفئات أو الجماعات أو عينات الدراسة الميدانية للسلوك الاتصالي، وفي هذه الحالة يسجل الباحث خطا في استخدام المنهج المقارن بينما لم يزد الأمر عن إجراء المقارنة باعتبارها مطلبا منهجيا لاستقراء نتائج التحليل، أو نتائج المسح الميداني (عبد الحميد، 2000، ص178،179).

المحور الثالث: خطوات البحث في دراسات الاتصال الجماهيري

إن وقوف الباحث عند حدود المعرفة باتجاهات البحث ومداخله الأساسية وحدها لا يكفي لسبر أغوار المشكلات العلمية المرتبطة بها والوصول إلى الحقائق العلمية التي تشكل هذه الظاهرة أو تؤثر فيها، فالباحث يجب أن يمتلك آليات المنهج والأسلوب العلمي التي تساعده على التعامل مع هذه المشكلات وفق إجراءات وقواعد منظمة، ذلك أن آليات المنهج العلمي هي التي تقدم للباحث إجابة على السؤال كيف يدرس؟ وماذا يدرس؟

كما يفرض مطلب المنهجية والانتظام في البحث العلمي، الالتزام بإتباع خطوات إجرائية محددة، ويعتبر الالتزام بهذه الخطوات وتسلسلها ضمانا ذاتيا لتحقيق الموضوعية والدقة في البحث العلمي ونتائجه، وتبدأ هذه الخطوات بخطوات المنهجية العامة التي يتبعها كافة الباحثين في ميادين البحث المختلفة، ولا تختلف باختلاف العلوم أو الظواهر التي تدرسها.

وفي هذا العنصر سوف نتناول الطرق والأساليب العلمية والتصميمات المنهجية التي توفر للباحث الخطوات والإجراءات المنهجية في دراسة المشكلات العلمية في مجال بحوث الاتصال الجماهيري، وتوفر له أيضا الأدوات المنهجية لجمع البيانات ذات العلاقة بالمشكلات أو الظواهر التي تدرسها من مصادرها الأولية.

أولا: إشكالية البحث العلمي.

1. تعريف إشكالية البحث:

لقد أعطيت العديد من التعريفات للمشكلة أو إشكالية البحث، نورد البعض منها على سبيل المثال لا الحصر:

" هي سؤال عام يطرحه الباحث حول موضوع يشغل ذهنه، يفصل هذا السؤال العام إلى أسئلة جزئية بالإجابة عليها يكون قد أجاب على السؤال العام.

كما تعرف بأنها " جملة سؤالية تسال عن العلاقة القائمة بين متغيرين أو أكثر وجواب هذا السؤال هو الغرض من البحث العلمي (مصباح، 2008، ص30).

وهناك من عرفها بأنها ضرب من الخلل والتوتر في المجتمع، يؤثر على توازنه ويعرقل تحقيق أهدافه وهذه المشاكل الاجتماعية، إما أنها تعبر عن مرض اجتماعي، أو عن سوء تنظيم أو أنها تعكس خللا في الأداء الوظيفي، ولكن الظاهرة الاجتماعية حتى تتحول إلى مشكلة اجتماعية يجب أن تحظى بادراك أفراد المجتمع او جزء منهم بوجود هذه المشكلة.

إن المشكلة هي سلوك إنساني متكرر ينتج عن شعور بعدم الرضا من أفراد المجتمع للأنماط الثقافية القائمة في المجتمع، أي أن الظاهرة الاجتماعية تتحول إلى مشكلة اجتماعية عندما تحدث شعورا بعدم الرضا بين أفراد المجتمع (أبراش، 2009، ص 226).

2. العوامل المؤثرة في اختيار إشكالية البحث:

هناك مجموعة من العوامل على الباحث أن يأخذها بعين الاعتبار، الأمر الذي يوفر عليه كثير من الجهد والوقت، وحتى يتأكد من سلامة اختياره للإشكالية يمكن أن يعرض الإشكالية المختارة للأسئلة التالية:

– هل الإشكالية المطروحة تستحق الدراسة؟ أن مجرد وجود مشكلة ما لا يكفي لاختيارها لتكون موضوع بحث اجتماعي، بل يجب أن تكون مهمة على المستوى الاجتماعي، أو الأكاديمي، تثير اهتمام الجمهور، وتشكل قضايا وطنية مطروحة للبحث.

– هل إشكالية البحث قابلة للدراسة و للحل؟ ذلك أن هناك إشكاليات غير قابلة الدراسة كالقضايا الفلسفية والقيّمية فعلى الباحث أن يكون منذ البداية ملما بطبيعة المشكلة.

– هل الإشكالية المطروحة للبحث والدراسة تتوفر لها المراجع والمعلومات الكافية لدراستها؟ على الباحث أن يتأكد من وجود المراجع اللازمة لبحثه وإلا فانه لن يتقدم في بحثه وسيصل إلى طريق مسدود(ابراش، 2009، ص231).

ثانيا: اختيار موضوع البحث وتحديد الإشكالية العلمية.

تعد مرحلة اختيار موضوع ملائم لعمل بحث علمي في أي تخصص بما فيها دراسات الإعلام والاتصال الجماهيري من أصعب المراحل، لان المقبل على عمل بحث يعيش ربما حالة حيرة تكلفه جهد ووقت قبل أن يستقر رأيه على موضوع معين، ولتجنب هذه الصعوبات على الباحث أن:

- أن يحدد مجال الدراسة لأنه كلما أمكن حصر الموضوع في نطاق أضيق كلما اقترب من موضوع بحثه، ففي بحوث الإعلام والاتصال الجماهيري على الباحث أن يحدد أولا تحت أي إطار تكون هذه الدراسة وهو الأمر قد تفرضه طبيعة التخصص (صحافة مكتوبة، إذاعة، علاقات عامة، إعلان، وسائل إعلام..)
- كما يمكن أن يستعين بعناصر أخرى كنوع الاتصال الذي يريد أن يركز عليه كالاتصال الشخصي أو الاتصال الجماهيري..
- نوع البيانات التي جيب أن يسعى للحصول عليها
- طبيعة المنهج المستخدم، وانسب الأدوات البحثية والوسائل الإجرائية لإتمام الدراسة. (الحيزان، 2003، ص30).

مواصفات الموضوع الجيد:

1. البعد قدر الإمكان عن الموضوعات التي سبق بحثها، فلا يختار موضوعا سبقه غيره إليه، إلا إذا كان تناول جانبا من جوانبه، فلا باس أن يختار جانبا أخر.
2. التأكد من وفرة المصادر التي تدعم البحث وتوفر المعلومات اللازمة له.
3. أن تكون نتيجة البحث في الموضوع مفيدة وهادفة.
4. أن يكون موضوع البحث فرعا محددا وليس موضوعا عاما واسعا، فالبحث في الموضوعات العامة يحتاج إلى جهد ووقت كبيرين، وكلما كان الموضوع محددا سهل البحث فيه والسيطرة عليه ومن ثم التوصل إلى نتائج جيدة.

من هنا فان خطوة تحديد الإشكالية تمثل العنصر الأساسي والرئيسي في إجراء البحث، لان الباحث لا بد أن يعرف منذ البداية ما الذي يسعى إلى اكتشافه باعتبار هذه الخطوة أول خطوة لحل الإشكالية المطروحة (حسين، 1976، ص 55).

وعملية تحديد إشكالية البحث وصياغتها يجب أن تبنى على أساس موضوعي يصطبغ بصبغة علمية بحتة تخضع منذ البداية لمتطلبات الإجراءات العلمية، وتتضمن عملية تحديد الإشكالية مجموعة من الخطوات العلمية والمنهجية يمر بها البحث وهي:

1. الإحساس بالمشكلة وتحديد مجالها (تحديد موضوع البحث).

أول خطوة تواجه الباحث هي تحديد موضوع بحثه وهي خطوة سابقة لتحديد إشكالية البحث، والمقصود بموضوع البحث، المجال المعرفي الذي يختاره الباحث لانتقاء إشكالية محددة منه لتكون الموضوع الذي يبحث فيه(أبراش، 2009، ص223)، فيبدأ البحث عادة بموقف غامض يواجهه، أو ما يسمى بالموقف مشكل Problematic Situation، أي موقف غير محدد أو غير محقق مع غموض المتغيرات المرتبطة به (حسين، 1976، ص56).

هذه المواقف تمثل الإطار العام للمشكلة العلمية، والاقتراب من هذا الإطار يمثل بالنسبة للباحث الإحساس بان هناك موقف أو موضوعا أو قضية تثير الاهتمام بدراستها للوصول إلى احد أهداف البحث العلمي من خلال هذه الدراسة وهذا الموقف أو الموضوع أو القصية التي يدرك البحث أهمية دراستها والتعرف على جوانبها، أو أوجه النقص فيها، واتجاهات الحركة والعلاقات بين عناصرها.(عبد الحميد، 1992، ص63).

وتتجسد مشكلة البحث عندما يدرك الباحث من خلال ملاحظته أو تجاربه أو اطلاعه أن شيئا معينا ليس صحيحا أو يحتاج إلى مزيد من الإيضاح والتفسير حيثت مثل الملاحظة العلمية لحركة العملية الإعلامية واتجاهاتها ومخرجاتها والتراث العلمي الذي يتناولها أداة رئيسية للإحساس بالحاجة إلى البحث والدراسة في هذا المجال، ذلك أن الباحث من خلال ملاحظته العلمية قد يدرك موقفا من المواقف التالية:

1. غياب أو عدم كفاية البيانات والمعلومات المتاحة في موضوع معين، فقد يدرك الباحث نقصا كبيرا في المعلومات المتاحة عن هذا الموضوع.
2. عدم اتفاق المقدمات مع النتائج مثل عزوف الأفراد عن قراءة الصحف على الرغم من ارتفاع مستوى التعليم في المجتمع.
3. الحاجة إلى التعرف أو وصف العناصر أو المتغيرات التي تؤثر في حركة العملية الإعلامية.

4. الحاجة إلى ضبط العلاقة بين هذه المتغيرات وبعضها البعض من خلال التجريب المستمر وصياغة القوانين العلمية الخاصة بهذه العلاقات.
5. بالإضافة إلى أن هناك العديد من المواقف التي تحتاج إلى تفسير علمي لحدوثها، والعوامل المؤثرة فيها وعلاقتها بالمواقف الأخرى التي قد يدركها الباحث أيضا...(عبد الحميد، 1992، ص62).

إن هذا الموقف الغامض من جانب الباحث يساعده على تحديد مجال بحثه، أي انه في هذه الحالة يكون واعيا بنقطة انطلاق البحث، وهذه الخطوة تسمى الاقتراب من الإطار العام للإشكالية أو الظاهرة المراد دراستها، لكن الباحث لا يقف عند هذا الحد بل يتعداها إلى التحديد الدقيق للإشكالية. وذلك من خلال:

- **تحليل الإشكالية:** لكي يبين الباحث أهمية إشكالية الدراسة لا بد أن يمهد لمرحلة الانتقال إلى صياغتها بذكر مبررات اختياره لموضوع الدراسة وهو ما يعرف ب "**الإحساس بالمشكلة**" وهذا الإحساس لا بد أن ينبع من رؤية علمية فاحصة، ذات علاقة وطيدة بموضوع الدراسة ،ولكي يوضح الأسباب التي أدت بالباحث إلى تناول هذا الموضوع(الحيزان، 2004، ص42)، وفي هذه المرحلة يقوم الباحث بالاتي:
  - ملاحظة مشكلة محل اهتمام الناس أو وسائل الإعلام في مكان وزمان معين، أو مجال معين، أو قطاع من قطاعات المجتمع..
  - القراءة الأولية حول الموضوع، لمعالجة أي ظاهرة أو مشكلة لا بد أن ينطلق الباحث من قراءة أولية حولها، توضح الصورة العامة، وقد يكون مصدر هذه القراءة كتب أو مجلات متخصصة أو دراسة سابقة، أو رسائل أكاديمية منجزة حول الموضوع (مصباح، 2008، ص29،30).
  - تجميع الحقائق ذات العلاقة بمشكلة البحث.
  - اقتراح تفسيرات خاصة بوجود المشكلة وأسبابها من خلال صياغة المبدئية للعلاقة بين الحقائق وبعضها، أو بين المتغيرات وبعضها، وتقترب هذه المهام التي يقوم بها الباحث من الخطوات المنهجية للدراسات الاستكشافية أو الاستطلاعية التي تهدف بالدرجة الأولى إلى الكشف عن المشكلات والظاهرات العلمية (عبد الحميد، 1992، ص64).

- **تقويم الإشكالية:** في هذه المرحلة يطرح الباحث مجموعة من الأسئلة هي:

- ما حدة المشكلة؟، أو الظاهرة؟ موضوع الاهتمام والدراسة؟
- هل هناك دراسات سابقة حول الظاهرة يمكن الحصول عليها خلال فترة زمنية معقولة أو لا؟ (عبيدات وآخرون، 1999)، ص25).
- هل مشكلة الدراسة تستحق الدراسة؟ ذلك أن إشكالية الدراسة قد تكون محدودة جدا لا تمثل نتائجها قيمة علمية، أو واسعة جدا لا يسمح جهد الباحث أو إمكانياته بتحقيقها في الوقت المناسب.
- هل الدراسة قابلة لتحقق؟ وما مدى قابلية الإشكالية للدراسة؟ وهذا يعني البحث في إمكانية استخدام المنهج العلمي وأدوات البحث في تحقيقها (الضامن، 2007، ص69).

وبناءا على نوعية الإجابات التي يمكن الحصول عليها من هذه الأسئلة يمكن تحديد الإشكالية بشكل واضح ودقيق يستدل منها على نوعية العلاقة بين مسبباتها والعوامل التي أدت إليها (عبيدات وآخرون، 1999، ص 25)، وأولى خطوات تحديد الإشكالية تتجسد في:

- **صياغة الإشكالية وتحديدها:** قد تكون الإشكالية التي تم اختيارها غامضة و غير معروفة، لذا فان الإشكالية يجب أن يتم التعريف بها وهذه العملية من أصعب الخطوات إذ يتطلب ذلك قراءة مكثفة حولها من اجل فهمها، **فما المقصود بالصياغة؟.**

صياغة الإشكالية تعني تحويل المشكلة البحثية إلى سؤال بحثي، إذ يكون الاهتمام بتحديد الإشكالية، ولماذا سيتم دراستها؟ فالصياغة يجب أن تتضمن ماذا؟ ولماذا؟، وهي مرحلة التعبير اللفظي عن الإشكالية بحيث تتم صياغتها على شكل سؤال أو مجموعة أسئلة، أو بأسلوب تقريري يوضح حدود هذه الإشكالية (الحسن، 1986، ص45).

إذن بعد اتضاح الصورة العامة حول الموضوع، ينتقل الباحث إلى مستوى أخر من البحث، وهو بلورة هذه الصورة في ذهنه وكل ما لا حظه أو قرأه في شكل إشكالية قابلة للمعالجة والبحث ، وتتجسد صياغة الإشكالية بتحديد عنوان واضح للدراسة.

2. عنوان البحث والدراسة:

يعتبر عنوان البحث انعكاسا حقيقيا لمضمون البحث، حيث يعطي الانطباع الأول عنه لان المكتوب يقرأ من عنوانه، فكلما كان مصاغا بشكل جيد، دقيق ومختصر، واضح في الدلالة على مضمون البحث كلما كان موصوفا بالدقة (مركز نون للتأليف والترجمة، 2016، ص85)، وعلى الباحث التأكد من اختيار العبارات المناسبة لعنوان البحث إذ يتناول العنوان الموضوع الدقيق للبحث والمكان والمدة الزمنية التي يغطيها (المشهداني، 2017، ص40).

حيث يسهم العنوان في تحديد الآتي:

- عناصر الإشكالية (المتغيرات) المراد دراستها.
- العلاقة بين هذه المتغيرات والعناصر.
- الإطار الزمني للبحث.
- الإطار البشري للبحث والذي يوضح مجتمع البحث أو مفرداته.
- الإطار الجغرافي للبحث والذي يوضح مكان تطبيق الدراسة (عبد الحميد، 1992، ص67).

وإذا أردنا تعريف أو تحديد مضمون الإشكالية العلمية، فان معظم الباحثين يجمعون أنها:

3. المفاهيم الدراسة:

بعد أن يحصر الباحث إشكالية البحث، ويحدد عناصرها الأساسية، يشرع بعملية البحث عن حلول لها، فبمجرد طرح سؤال البحث كمرحلة أولى من تحديد الإشكالية يبقى الانتقال إلى عماليتية هذه الإشكالية، حتى يصبح سؤال البحث عبارة عن ظاهرة يمكن ملاحظتها في الواقع تتضمن مختلف هذه العمليات أولا تحويل سؤال البحث إلى فرضية أو فرضيات، وانطلاقا من هذه الفرضية أو الفرضيات نستخرج المفاهيم التي لابد من تحليليها بغية منحها طابعا ملموسا (أنجرس،2004، ص150).

فقبل مباشرة وضع الفرضيات على الباحث أن يحدد المفاهيم والمصطلحات التي يستعملها في البحث وهي خطوة إجرائية مهمة وتسمى هذه الخطوة بالتحليل المفهومي تساعد على الانتقال من الجانب المجرد إلى الجانب الملموس للبحث.

فبمجرد ما يتم تحديد المفاهيم التي نريد أن نستخدمها في البحث، نقوم بإعطاء تعريف بكل منها، لان هذه العملية من التعريف للمفاهيم تسمح بإزالة أي غموض وضبط موضوع البحث مما يسهل الخطوات الموالية (أنجرس، 2009، ص159).

تعريف المفهوم:

إن الحدود المستعملة في طرح التساؤلات أو صياغة الفرضيات العلمية تأخذ صبغة مفاهيم، هذه الأخيرة ما هي في الواقع إلا تصورات ذهنية لمجموعة متنوعة من الظواهر التي نريد ملاحظتها، وعملية تحديد المفاهيم العلمية ضرورة منهجية لتجنب الالتباس بما يشكل من مصطلحات علمية مشتركة لفظيا، ولكنها متباينة مدلولا وهذا يفيد في توجيه البحث الوجهة التي يقصدها الباحث (العسكري، 2004، ص36).

إن المفاهيم في تكتسي أهمية كبيرة في عملية البحث العلمي والإعلامي، فعن طريق هذا التحديد يمكن للباحث أن يحصر المعلومات التي عليه جمعها، كما يمكن للقارئ منذ البداية أن يعرف ماذا يقصد الباحث بهذا المفهوم، ذلك أن العديد من المفاهيم قد يكون لها أكثر من معنى.

وعلى هذا على الباحث أن يحدد مفاهيم بحثه وفق ثلاثة مستويات، الضبط اللغوي ، والاصطلاحي، والإجرائي للمفاهيم، ففي مرحلة المفاهيم الإجرائية يقوم الباحث بتحويل المفاهيم من حالتها المجردة النظرية إلى مفهوم إجرائي Operational Concept يمكن قياس أبعاده في الواقع، ويعتبر ستيورت دود من الأوائل الذين استعملوا التعاريف الإجرائية وتعرف هذه الأخيرة بأنها: " التعريفات الإجرائية هي التعبير بوضوح عن ظاهرة أو إجراء، ويمكن التحقق من صحته، ويتم استخدام هذه التعريفات الإجرائية في البحوث الاجتماعية، نظرا لصعوبة الاتفاق على المفاهيم أو تعريفات موحدة في العلوم الاجتماعية (أبراش، 2009، ص238)، ولقد أعطيت للمفاهيم الكثير من التعريفات نذكر منها:

عرف قاموس وبستر المفهوم بانه "لفظ عام يعبر عن مجموعة متجانسة من الأشياء، وهو عبارة عن تجريد للواقع يسمح لنا بان نعبر عن هذا الواقع من خلاله، وفي الموسوعة الفلسفية العربية فالمفهوم هو توحيد المتنوع في الفكرة الواحدة.

وهناك من يرى أن "المفهوم هو الوسيلة التي يستعين بها الباحث لتعبر عن الأفكار والمعاني المختلفة بهدف توصيل الفكرة للآخرين..، وهناك من يعرف المفهوم "بأنه لفظة تعكس تجريدا يلخص

عددا من الملاحظات (الهمالي، 1988، ص26)، هذه المفاهيم تقوم بوظيفة في البحث العلمي حيث تعمل على:

- تساعد على إدراك العلاقة بين الظواهر المدروسة.
- تساعد على إجراء الاستنتاجات العلمية والتعميم.
- تساعد على عملية تصنيف الظواهر.
- تفيد في بناء مجموعة من النظريات وبالتالي في التفسيرات والتنبؤات المستقبلية لدراسة الظواهر (مصباح، 2008، ص23).

ثالثا: تساؤلات البحث ووضع الفروض العلمية:

أسئلة البحث:

تمثل مرحلة وضع تساؤلات البحث وفرضياته إحدى أهم الخطوات التي يلجأ إليها الباحث بعد أن يفرغ من تحديد إشكالية الدراسة، إذ أن تحديد تساؤلا الدراسة أو صياغة فرضياتها تهدف في الواقع إلى القيام بتجزئة مشكلة الدراسة بأسلوب أكثر تفصيلا بما يعين على تحقيق الغرض منها بشكل شمولي، وهو ما يعني إيضاح عموميات الإشكالية.

تحدد أسئلة الدراسة وفرضياتها أركان عناصر الإشكالية، غير أن التساؤلات تكون أكثر مباشرة في الإشارة إلى ذلك، وهي أكثر استخداما لدى الباحثين وربما يعود ذلك إلى أن أعداد الدراسات وفقا لصيغة الاستفهام تعد الطريقة الأنسب للكشف عن معلومات جديدة تكاد تكون مجهولة تماما، في حين اللجوء إلى الفرضيات يقوم على أساس أن هناك معلومات أو نظريات أسهمت في إدراك العلاقة بين متغيرات محددة مرتبطة بالظاهرة المدروسة (الحيزان، 2004، ص45).

وأسئلة البحث: هي الأسئلة التي تشتق من إشكالية البحث، ويطلب من الباحث دراستها والتأكد من صحتها على أن تغطي هذه الأسئلة جميع جوانب موضوع الدراسة.

وهي عبارة عن أسئلة استفهامية يطرحها الباحث يثير من خلالها النتائج المتوقعة في بحثه على مستوى محاور الدراسة، وذلك عن طريق ربط كل محور بسؤال، وهذا قصد حصر المعلومات على مستوى كل محور (بن مرسلي، 2010، ص89).

معايير جودة أسئلة البحث:

1. أن تكون الأسئلة بسيطة وغير مركبة.
2. تكون واضحة محددة وتمثل بشكل مباشر مشكلة البحث، وأهدافه والإمكانيات العلمية والمادية والبشرية المتوفرة.
3. قابلة للقياس، ويمكن التوصل لإجابتها في ضوء المعرفة الإنسانية، والإمكانيات العلمية والمادية والبشرية المتوفرة.
4. أن تندرج التساؤلات صمن إطار الإشكالية المطروحة(عمر، 2008، ص103).

فرضيات البحث:

لا تقل هذه الخطوة أهمية عن سابقتها، من حيث الضبط والتحكم في مسار واتجاه البحث، وغالبا ما تؤسس وتصاغ الفرضيات بناءا على التساؤلات الواردة في الإشكالية، بحيث يكون من الأفضل بناء كل فرضية على سؤال، ويعد الفرض العلمي Hypothesis أو لخطة في الطريق لإيجاد حل للمشكلة التي هي موضوع البحث، فالفروض هي حلول مقترحة للمشكلة، يضعها الباحث على شكل تعميمات أو مقترحات تحاول تفسير حالات أو أحداث لم تتأكد بعد عن طريق الحقائق، وعادة يبدأ الباحث هنا عمله بالتخمين والتخيل ولا نقصد هنا التخيل السطحي ولا الخيالين بل نقصد به عملية التفكير المركز على مشكلة البحث، والتي تستند على وقائع وتبحث عن حقائق.

تعريف الفرض العلمي:

اختلف الباحثون في تعريف الفرضيات، هناك من يعرفها بتحديد معناها وأنواعها كخاصيات لها، يرى أن " الفرض العلمي هو علاقة وظيفية بين متغيرين أو أكثر احدهما مستقل والأخر تابع، أو هو قضية أو عبارة عن تقرير وجود علاقة بين ظاهرتين تحتمل الصدق أو الكذب، وشرط صياغتها السماح باشتقاق قضايا أخرى منها (جبارة، 2001، ص197).

يعرفها موريس أنجرس بأنها " تصريح بتنبؤ بعلاقة بين عنصرين أو أكثر وتتضمن تحقيق إمبريقي، وهي إجابة مقترحة لسؤال البحث، يمكن تعريفها حسب الخصائص الثلاثة الآتية:

التصريح: الفرضية عبارة عن تصريح يوضح في جملة أو أكثر علاقة قائمة بين حدين أو أكثر.

التنبؤ: هي عبارة عن تنبؤ لما سنكشفه في الواقع، فهي اذن جواب مفترض ومعقول للسؤال الذي نطرحه.

وسيلة للتحقق: وهي أيضا وسيلة للتحقق الإمبريقي يتم من خلالها معرفة مدى مطابقة التوقعات أو الافتراضات للواقع أي الظواهر (أنجرس، 2004، ص150، 151).

كما تعرف بأنها "تفسير محتمل أو حل مؤقت للمشكلة المدروسة، ولكن صحتها دائما تحتاج إلى إثبات علمي لذلك يستخدم الباحث الوسائل والأدوات المناسبة لجمع الحقائق والبيانات التي تثبت صحتها من خطئها(بن نوار، 2012، ص171).

كما تعرف كذلك بأنها " تخمين أو مجموعة من الأفكار يضعها الباحث مؤقتا وتتعلق بموضوع بحثه، وتربط بين الظاهرة موضوع الدراسة واحد العوامل المرتبطة بها أو المسببة لها، أو انه فكرة مبدئية تربط بين متغيرين احدهما مستقل والأخر تابع (أبراش ، 2009، ص239).

عرفه محمد عبد الحميد بأنه " تعميم مبدئي تظل صلاحيته محل اختبار ناو انه حدس مؤقت لم يثبت بعد، أو انه علاقة أولية بين متغيرين لم تثبت صحتها بعد، فانه عند ثبوت صحة هذا الفرض من خلال الملاحظة العلمية أو التجريب، وعدم وجود فروض أخرى تنقضه أو تتعارض معه فانه يتحول بعد ذلك إلى تعميم نهائي بين المتغيرين ويأخذ هذا التعميم شكل القانون الذي يحكم العلاقة بين هذه المتغيرات وحركتها مما لا يحتاج إلى تجربته مرة أخرى(عبد الحميد2000، ص17،18).

أنواع الفرضيات: هناك العديد من التصنيفات لأنواع الفروض العلمية، فهناك من يصنفها بناءا على طريقة الاشتقاق إلى:

فروض استقرائية: والتي يتم الوصول إليها من خلال الاستقراء، وملاحظة الجزء للوصول إلى تعميمات الكلية.

فروض استنباطية أو استدلالية: التي يتم اشتقاقها من نظريات قائمة فتقدم دليل يدعم هذه النظرية او يطورها أو يناقضها (عبد الحميد، 2000، ص113).

وتصنف الفرضيات بشكل عام إلى ثلاثة أنواع:

أولا: الفرض البحثي أو الفرض التجريبي: يشتق الفرض البحثي عادة اشتقاقا مباشرا من إطار نظري معين، وهو يربط بين الظاهرة المراد تفسيرها وبين المتغيرات التي تم استخدامها في هذا التفسير، وهو عبارة عن حدس جيد أو توقع معقول للنتيجة البحث الجيد للعلاقة بين المتغيرات، ونتيجة الدراسة المعمقة للأدبيات السابقة أو نظريات معينة، ويصاغ الفرض التجريبي عادة في عبارة تقريرية يمكن الحكم عليها بعد ذلك بالصحة أو الخطأ (بسيوني، 1993، ص49).

والفرضية البحثية تصاغ بأسلوب الإثبات والتقرير، وهي ما تعيننا على بحوث الإعلام ودراسات الاتصال الجماهيري، وتنقسم هذه الفرضيات إلى قسمين:

أ. **فروض موجهة Directional**: وهو الفرض الذي يحدد فيه الباحث طبيعة العلاقة ونوعها واختلافها وتقديرها اللفظي (اقل/ أكثر/ أعلى/ تتزايد/ تتناقص..)

ب. **فروض غير موجه Nodirectional:** وهو الفرض الذي لا يحدد فيه الباحث طبيعة العلاقة الموجودة بين المتغيرات ونوعها واختلافها، ولا تقدم توقعا حول اتجاه العلاقة ولكنها تكتفي بالتقرير بوجود العلاقة (الحيزان، 2004، ص47).

ثانيا: الفروض الصفرية Hypothes Nul: ويسمى أيضا فرض العدم، والفرض الصفري يعبر عن قضية إذا أمكن رفض صحتها فان ذلك يؤدي إلى إبقاء فرض بحثي معين، وهو يعني أيضا عدم وجود علاقة بين المتغيرات، أي أن الفرض الصفري ينفي منذ البداية وجود العلاقة بين المتغيرات (عبد الحميد، 1992، ص115)

ثالثا: الفروض الإحصائية Statistical Hypothesis: والتي تتم صياغتها في شكل إحصائي، فهي تمهد لاستخدام الطرق والإجراءات الإحصائية متى توفرت لها مقوماتها، وقد يكون الفرض الإحصائي "فرض موجه" وهو صياغة الفرضية مع تحديد اتجاه العلاقة (سالبة أو موجبة) أو تحديد اتجاه الفرق بين المجموعات في المتغير التابع، وقد يكون فرض غير موجه، وهو صياغة الفرضية دون تحديد اتجاه العلاقة (سالبة أو موجبة) أو تحديد اتجاه الفروق بين المجموعات في المتغير التابع.

رابعا: أدوات جمع البيانات في دراسات الاتصال الجماهيري:

تستخدم في بحوث الإعلام و دراسات الاتصال الجماهيري الكثير من الأدوات البحثية، ومن أكثرها شيوعا استمارة الاستبيان، والمقابلة والملاحظة الميدانية، الوثائق..، ويتم اختيار هذه الأدوات بناءا على

أسس عملية للوصول إلى البيانات المطلوبة، وبالتالي تحقيق أهداف البحوث في مجال الدراسات الإعلامية ودراسات الاتصال الجماهيري، ويمكن استخدام هذه الأدوات منفردة أو مجتمعة، وذلك تبعا لطبيعة البحث وأهدافه وهذه الأدوات هي:

- الاستبيانQuestionnaire
- المقابلة Interview
- الملاحظة Observation

ولكل طريقة من الطرق السابقة خصائصها ومميزاتها الايجابية والسلبية، ويعتمد اختيار الباحث لطريقة جمع المعلومات على عدة عوامل هي:

- طبيعة البحث مدى ملائمة طريقة جمع المعلومات.
- طبيعة مجتمع البحث وعينة الدراسة.
- ظروف الباحث وقدراته المالية والوقت المتاح له.
- مدى معرفة الباحث بالطريقة أو الأداة المستخدمة (عليان، 2001، ص89).

وفيما يلي تعريف وشرح لكل أداة:

1. **الاستبيان Questionnaire** : هناك تعريفات عديدة يصعب حصرها من بينها:

" الاستمارة أو الاستقصاء وهو من أكثر أدوات البحوث في مجال دراسات الإعلام و دراسات الاتصال الجماهيري، والاستقصاء هو عبارة عن مجموعة من الخطوات المنتظمة التي تبدأ بتحديد البيانات المطلوبة وتنتهي باستقبال استمارات الاستقصاء عن المبحوثين، كما تعتبر الاستمارة من أكثر أدوات جمع البيانات شيوعا واستخداما في منهج المسح كونه أكثر ملائمة لدراسة أعداد كبيرة من المفردات (المشهداني، 2017، ص94).

وتعرف الاستمارة " بأنها مجموعة من الأسئلة تطرح على أفراد عينة البحث، والتي تعطينا إجابات لتفسير موضوع البحث"، وتعرف أيضا أنها " وسيلة لجمع البيانات تعتمد على مجموعة من الأسئلة تتم الإجابة عنها من طرف المبحوثين" (زرواتي، 2007، ص219).

" هي أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية. التي تتطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث " (عليان، 1992، ص90).

ويستخدم الاستبيان بشكل رئيسي في مجال الدراسات التي تهدف إلى استكشاف حقائق عن ممارسات حالية، واستطلاعات الرأي العام وميول الأفراد.

أنواع الأسئلة المستخدمة في الاستمارة: يتوقف نوع الاستبيان أو الاستمارة على الإجابات المنتظر الحصول عليها ويمكننا تقسيم الاستمارات حسب طبيعة الأسئلة والأجوبة المتوقعة كالأتي:

الاستبيان المقنن (المغلق):

وهو الذي يتضمن أسئلة تستهدف التعرف على الحقائق، أو سلوك محدد من خلال مجموعة من الأسئلة المعدة مسبقا، ذات البدائل المحدودة في استجابات المبحوثين (عبد الحميد، 1992، ص365). ويحتاج هذا النوع من الاستبيانات أسئلة تحتاج إلى أجوبة محددة، مثل اجب "بنعم" أو "لا"، أو قد يتضمن الاستبيان اختيار بديل واحد من بين عدة بدائل جاهزة ومحددة للمستجيب، ويتميز هذا النوع بسهولة تصنيف الإجابات ووضعها في قوائم وجداول إحصائية يسهل على الباحث تلخيصها وتحليلها (العسكري، 2004، ص171).

وفي هذا النوع من الأسئلة يحدد الباحث الإجابة الممكنة أو المحتملة لكل سؤال ويطلب من المستجيب اختيار احدها أو أكثر، أي أن يقيده في اختيار الإجابة ولا يعطيه الحرية لإعطاء إجابة من عنده، ويمتاز هذا النوع من الأسئلة بالمميزات التالية:

- الإجابة محددة وموحدة مما يمكن الباحث من المقارنة بسهولة.
- سهولة عملية تصنيف وتحليل الإجابات، مما يوفر الوقت والمال على الباحث.
- سهولة التعامل مع الأسئلة المطروحة في الاستمارة التي تحتوي إجاباتها على أرقام مثل العمر والدخل (الرفاعي، 1998، ص187،188).

الاستبيان المفتوح أو غير المقنن:

وهو الاستبيان الذي يتضمن مجموعة من الأسئلة العامة في شكل عناوين رئيسية لأهم القضايا المبحوثة، يشير من خلالها الباحث إلى النقاط المطروحة أمام المبحوث ليفسح له المجال بالإجابة قصد

الحصول على اكبر قدر ممكن من المعلومات، كما يمكن للباحث أن يتدخل أثناء الإجابة بأسئلة إضافية مكملة لتوجيه الحوار نحو أهدافه النهائية (بن مرسلي، 2010، ص221).

وفي هذا النوع من الاستبيان يترك للمبحوث حرية الإجابة عن السؤال المطروح بطريقته وبلغته وأسلوبه الذي يراه مناسبا، ويستخدم هذا النوع من الأسئلة عندما يكون لدى الباحث معلومات كافية عن موضوع الدراسة ويرغب في الحصول على معلومات موسعة وتفصيلية ومعمقة حول الظاهرة أو المشكلة، ويمتاز هذا النوع من الأسئلة بأنه لا يقيد المبحوث بإجابات محددة مسبقا، بل يعطيه الحرية في كتابة ما يريد من معلومات (الرفاعي، 1998، ص 188)

ويمتاز هذا النوع من الأسئلة بالمميزات التالية:

- يمكن استخدامها في حالة صعوبة حصر الإجابات في خيارات محددة.
- تسهل على المستجيب التعبير عن نفسه وتوضيح رأيه حول الموضوع.
- تعطي مجال للخلق والإبداع في الإجابة لدى المستجيب.
- شعور المستجيب بأهميته وانه لم تفرض عليه إجابات محددة (عليان، 2001، ص98،99).

مزايا الاستبيان:

- يمكن الحصول على معلومات من عدد كبير من الأفراد متباعدين جغرافيا، لأقصر وقت ممكن مقارنة بوسائل جمع البيانات البديلة.
- يعتبر كثير من الباحثين المعلومات التي تتوفر عن طريق الاستبيان أكثر موضوعية من إجابات المقابلة أو غيرها من طرق جمع البيانات، بسبب أن معظم الاستبيانات لا تحمل اسم المستجيب مما يحفز على إعطاء معلومات موثوقة وصحيحة.
- يوفر الاستبيان وقتا كافيا للمستجيب للتفكير في إجابته، مما يقلل الضغط عليه، ويدفعه إلى التدقيق في معلوماته (العسكري، 2004، ص176).
- يتضمن أسئلة يمكن إجابتها بسهولة وسرعة قدر الإمكان.
- تصميم الاستبيان ووحدة الأسئلة يسهل عملية تجميع المعلومات وتصنيفها، وبالتالي تفسيرها والوصول إلى الاستنتاجات المطلوبة.

- يمكن لأفراد عينة الدراسة اختيار الوقت المناسب للإجابة على أسئلة الاستبيان، إي في الوقت الذي يكون فيه مهيأ نفسيا وفكريا.
- الاستبيان غير مكلف ماديا من حيث تصميمه وانجازه وتوزيعه، وجمع المعلومات، مقارنة بالوسائل الأخرى (الضامن، 2007، ص162).

عيوب الاستبيان:

- قد تتضمن استمارة الاستبيان أسئلة متشابهة ومتداخلة مما قد يتعذر عن المبحوث فهم بعض الأسئلة.
- طول الاستبيان أحيانا يؤدي إلى الملل وبالتالي عزوف المبحوث عن الإجابة عليه.
- قد تكون العينة المختارة غير ممثلة لخصائص المجتمع الأصلي للبحث والدراسة (خليل، 1997، ص244).
- انخفاض نسبة الردود، وهذا يعني أن احتمالية أن تكون أراء أصحاب الاستبيان مختلفة عن أفراد المجتمع الأصلي للدراسة، وهذا يعني إمكانية التعميم تصيح غير ممكنة بشكل كبير (عبيدات وآخرون، 1999، ص71).

2. المقابلة:

إضافة إلى الاستبيان والملاحظة تعتبر المقابلة من أهم الوسائل البحثية في جمع البيانات والمعلومات، وينظر إلى المقابلة على أنها عملية اجتماعية صرفة كونها تحدث بين الباحث الذي يجمع المعلومات ويصنفها، وبين المبحوث الذي يدلي بهذه المعلومات وهو يجيب على الأسئلة الموجهة إليه، لذلك يختص استعمال أداة المقابلة على الأبحاث الميدانية التي تهدف الى جمع المعلومات من وحدات مجتمع البحث (بن نوار، 2012، ص180).

وتعرف المقابلة" بأنها المحادثة التي تتم بين الباحث والمبحوث بغرض جمع البيانات التي يحتاجها إليها الباحث، والمقابلة من أكثر الأدوات البحثية استخداما في جمع البيانات في كثير من العلوم الإنسانية والاجتماعية من بينها الإعلام نظرا لميزتها المتعددة ومرونتها (بدوي، دون سنة، ص266).

كما تعرف بأنها " حوار يدور بين الباحث (المقابل)، والشخص الذي تتم مقابلته (المستجيب)، يبدأ هذا الحوار بخلق علاقة ثقة بينهما ليضمن الباحث الحد الأدنى من تعاون المستجيب، ثم يشرح

الباحث الغرض من المقابلة، وبعد أن يشعر الباحث بان المستجيب على استعداد للتعاون يبدأ الأسئلة التي يحددها مسبقا، ثم يسجل الإجابات بكلمات المستجيب وهكذا يلاحظ ان المقابلة عبارة عن استبانة شفوية(سليمان، 1992، ص188).

يعرفها موريس أنجرس بأنها " تقنية مباشرة تستعمل من اجل مساءلة الأفراد بكيفية منعزلة، وفي بعض الحالات مساءلة جماعية بطريقة نصف موجهة تسمح بأخذ معلومات كيفية بهدف التعرف العميق على الأشخاص المبحوثين (أنجرس، 2004، ص197).

تهدف المقابلة بشكل أساسي إلى الحصول على البيانات والمعلومات التي يريدها الباحث من المبحوثين، والتعرف على ملامح ومشاعر وتصرفات المبحوثين في موقف محددة، وان أهمية المقابلة تكمن عندما يواجه الباحث صعوبات في تامين المعلومات اللازمة لمعالجة بحثه ومن هذه الصعوبات ما يلي:

- عدم قدرة المبحوثين على القراءة والكتابة.
- وجود عوائق مادية ومعنوية لدى المبحوثين.
- وجوب الحصول على معلومات وبيانات على العلاقات ذات طبيعة خاصة من الأشخاص موضوع المقابلة وبنفس الوقت إبراز أهميتهم، وإشعارهم أن لهم دور في حل المشكلة المدروسة (شلي، 2016، ص93).

أنواع المقابلة: من حيث طبيعة الأسئلة تقسم إلى:

1. **المقابلة المقننة:**

وهي التي تكون أسئلتها وتسلسل طرح هذه الأسئلة محددين مسبقا من قبل الباحث، كما قد تكون الأسئلة المطروحة في هذا النوع من المقابلات ذات متغيرات أو إجابات محددة حيث يعطي الباحث المبحوث الخيارات التي يود اختيار احدها للإجابة، أو قد تصاغ بشكل مفتوح بمعنى أن يترك للمبحوث حرية استخدام العبارات والألفاظ والطريقة التي يريدها في الإجابة، يمتاز هذا النوع من المقابلات بسرعة إجرائها وسهولة تصنيف إجاباتها لغايات التحليل (عبيدات وآخرون، 1999، ص57).

كما تسمى بالمقابلة المبرمجة أو المقننة، وهي التي تكون أسئلتها محددة ومتسلسلة من قبل الباحث، والتالي تطرح نفس الأسئلة في كل مقابلة ونفس التسلسل، حيث يكون لدى الباحث قائمة بالأسئلة التي سيتم طرحها أو مناقشتها، ويحاول عادة التقيد بهذه الأسئلة، إلا أن ذلك لا يمنع من طرح أسئلة أخرى غير مخطط لها إذا رأى الباحث ضرورة لذلك، ويمتاز هذا النوع من المقابلات بسرعة إجرائها وسهولة تصنيف وتحليل إجاباتها (سليمان، 1992، ص109).

2. مقابلة الحرة أو غير المقننة:

وفيها لا يضع الباحث أسئلة المحاور، إذ لا يحدد الحديث ولكن فقط يحدد محاور الحديث عن الموضوع المدروس (زرواتي، 2007، ص249).

المقابلة الحرة أو غير المقننة، وفيها لا تكون الأسئلة موضوعة مسبقا، بل يطرح الباحث سؤالا عاما حول الإشكالية، ومن خلال إجابة المبحوث يتسلسل في طرح الأسئلة الأخرى، وعادة ما يكون لدى الباحث الإطار العام أو الأسئلة العامة حول الموضوع، ويستخدم هذا النوع في المقابلات الاستطلاعية وعندما يكون الباحث غير ملم بالإشكالية أو الظاهرة وليس لديه خلفية كاملة حولها، ويمتاز هذا النوع من المقابلات بغزارة المعلومات التي يوفرها، ويؤخذ عليه صعوبة تحليل الإجابات التي يقدمها المبحوثين (عليان، 2001، ص108).

مزايا المقابلة:

- يمكن استخدامها في الحالات التي يصعب فيها استخدام الاستبيان.
- توفر عمقا في الإجابة بسبب إمكانية توضيح وإعادة طرح الأسئلة.
- توفر إمكانية الحصول على إجابات من معظم المبحوثين.
- ارتفاع نسبة الردود والاستجابات مقارنة مع غيرها من وسائل جمع المعلومات كالاستبيان (عليان، 2001، ص11، 112).
- المرونة في التطبيق، يتمكن من يستخدم المقابلة كأداة لجمع المعلومات من تطويع أسئلته لما يمكنه من تحقيق غرضه.
- توفر المقابلة مؤشرات بحثية مساعدة غير لفظية

- سهولة حصر وترتيب الإجابات وتوسيعها مع المبحوث لكون الباحث حاضرا مع المبحوث (زرواتي، 2007، ص25).

عيوب المقابلة:

- مكلفة من حيث الجهد وتحتاج وقت طويل للإعداد، وجهد اكبر في التنقل والحركة.
- إجراء المقابلة يتطلب مهارات وإمكانيات وجرأة قد لا تتوفر في كل باحث (الحيزان، 2003، ص104).
- يصعب مقالة عدد كبير نسبيا من الأفراد، لان مقابلة الفرد الواحد تستغرق وقتا طويلا من الباحث.
- صعوبة التقدير الكمي للإجابات أو إخضاعها إلى التحليلات الكمية، وبخاصة في المقابلة المفتوحة.
- صعوبة تسجيل الإجابات وصعوبة تجهيز أدوات التسجيل في مكان المقابلة الذي يحدده المستجيب غالبا (عليان، 2001، ص113).

3. الملاحظة:

عندما يفكر الباحث في دراسة نوعية فانه يضع في اعتباره القيام بجمع معلومات عن طريق الملاحظة، فالملاحظة هي عملية جمع المعلومات عن طريق ملاحظة الناس والأماكن، وعلى عكس البحوث الكمية فان البحوث النوعية لا تستخدم أدوات مطورة من قبل الباحثين آخرين، بل يطورون إشكال من الملاحظة لجمع البيانات، فعن طريق الملاحظة يمكن للباحث أن يسجل المعلومات كما تحصل عليها في الواقع، وكذلك دراسة السلوك الحقيقي، وتتطلب الملاحظة مهارات إصغاء وانتباه جيد للتفاصيل المراد ملاحظتها (الضامن، 2007، ص94،95).

وهي من أقدم وسائل جمع المعلومات، استخدمت للتعرف على الظواهر والأحداث بشكل عام، وفي العلوم الاجتماعية بشكل خاص، وتعد احد الوسائل المتعلقة بجمع البيانات والمعلومات عن السلوك والموافق والاتجاهات بالنسبة للفرد، ولها طبيعة خاصة لأنها تؤدي إلى معلومات لا يمكن للوسائل الأخرى الحصول عليها بالوسائل الأخرى.

وتعرف الملاحظة بأنها " عملية مراقبة لسلوك الظواهر والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية، ومتابعة سيرها واتجاهاتها، وعلاقاتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف، بقصد تفسير العلاقة بين المتغيرات، والتنبؤ بسلوك الظاهرة أو الحدث وتوجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية متطلباته (دشلي، 2016، ص86).

أنواع الملاحظة: تصنف الملاحظة من حيث درجة الضبط فيها إلى:

1. **الملاحظة البسيطة:** وتستخدم في الدراسات الاستكشافية حيث يلاحظ الباحث الظاهرة أو الحالة دون أن يكون لديه مخطط مسبق لنوعية المعلومات والأهداف أو السلوك الذي سيخضع للملاحظة.
2. **الملاحظة المنظمة:** ويحدد فيها الباحث الحوادث والمشاهدات والسلوكيات التي يريد أن يجمع عنها المعلومات، وبالتالي تكون المعلومات أكثر دقة وتحديدا عنها في الملاحظة البسيطة، وتستخدم الملاحظة المنظمة في الدراسات الوصفية لكافة أنواعها (عليان، 2001، ص118).

كما تصنف الملاحظة من حيث دور الباحث إلى:

1. **الملاحظة بالمشاركة:** أو الملاحظة المباشرة وهي تتطلب اتصال مباشر بالمبحوثين، بقصد ملاحظة سلوك معين، حيث يشارك الباحث مشاركة فعلية حياة المبحوثين ويعيش وسط الجماعة موضع الدراسة ويسايرها ويتجاوب معها ويمر بنفس ظروفها ويخضع لجميع المؤثرات التي تخضع لها ويتعايش معها، وفي هذا النوع من الملاحظة على الباحث أن يحاول فهم الإطار المرجعي للجماعة التي يدرسها، فيتعرف على أسلوب حياتهم وخصائصهم وطبيعة ونمط تصرفاتهم وطريقة سلوكهم (شفيق، 2008، ص124).
2. **الملاحظة دون مشركة:** أو الملاحظة غير المباشرة، وفيها يقوم الباحث بأخذ موقف أو مكان يراقب منه الأحداث أو الظاهرة أو السلوك دون أن شارك أفراد العينة المدروسة بالأدوار التي يقومون بها.

خامسا: تحديد مجتمع البحث واختيار العينـــة.

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في بحوث الإعلام ودراسات الاتصال الجماهيري، وهي تتطلب من الباحث دقة كبيرة حيث تتوقف عليها إجراءات البحث وتصميمه،

ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نطاق مجتمع البحث (اختيار مجتمع البحث، والعينة)، فكلما زاد عدد المفردات المختارة التي يشملها البحث أصبحت النتائج مستندة إلى أساس اقوي، إلا أن الباحث غالبا ما يجد نفسه غير قادر على القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث، فيكتفي بعدد قليل من تلك المفردات يأخذها في حدود الوقت والجهد والإمكانيات المتاحة، ويبدأ بدراستها، وهذه هي طريقة العينة (شفيق، 2008، 177).

العينة هي جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة، يختارها الباحث لإجراء الدراسة عليه وفق أسس وقواعد خاصة كي تمثل هذا المجتمع تمثيلا صحيحا، وتنقسم البحوث والدراسات الاجتماعية من حيث درجة الشمول إلى بحوث بطريقة الحصر الشامل وأخرى بطريقة العينات.

وتستخدم طريقة الحصر الشامل عندما يكون الباحث جاهلا تماما بطبيعة مفردات مجتمع البحث، حيث لا يستطيع اختيار عينة ممثلة لهذا المجتمع، أما البحث بطريقة طريقة العينات فهو يستخدم في حالة كون الباحث يمتلك بعض المعلومات عن مجتمع البحث تساعده على اختيار العينة المناسبة التي تمثل ذلك المجتمع تمثيلا جيدا، وكذلك في حالة تعذر أو استحالة الحصر الشامل لمجتمع البحث لأسباب مختلفة (العزاوي، 2008، ص161،162).

تعريف العينة:

هناك من يعرف العينة بأنها " مجموعة صغيرة من مجتمع البحث، والتي يمكن من خلالها دراسة مجتمع البحث البحثي الذي أخذت منه "، كما تعرف كذاك بأنها " جزء من مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، وهي تعتبر جزءا من الكل، بمعنى انه تؤخذ مجموعة من أفراد مجتمع البحث على أن تكون ممثله له "(مصباح، 1998، ص211).

في تعريف آخر " العينة هي مجموعة من الأفراد أو العناصر لها خصائص مشتركة التي تكون محل اهتمام الباحث والتي تستخرج من مجتمع البحث الأصلي، فقد يتعلق الأمر بأشخاص أو بعناصر يراد دراستها" (نفوسي، 2016، ص133).

في تعريف أخر "العينة هي ذلك الجزء من مجتمع البحث الذي تجمع من خلاله المعطيات في ميدان العلم، نتطلع أن تسمح لنا العينة المتكونة من بعض العشرات، المئات أو الآلاف من العناصر، وذلك حسب الحالة، والمأخوذة من مجتمع بحث معين بالوصول إلى التقديرات التي يمكن تعميمها على

مجتمع البحث الأصلي إذن العينة هي مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين تأخذ منه لتمثله" (أنجرس، 2004، ص301).

خطوات اختيار العينة:

أ. **تحديد أهداف البحث:** يجب أن نحدد هذه الأهداف بدقة، حيث على أساسها يتم تحديد حجم ونوع العينة.

ب. **تحديد المجتمع الأصلي للدراسة:** وتحديد المجتمع يقتضي معرفة العناصر والعوامل المكونة له.

ت. **إعداد قائمة بالمجتمع الأصلي:** في حالة تحديد المجتمع الأصلي لا بد أن يحصل الباحث على قائمة كاملة وصحيحة يضعها بنفسه تشمل جميع وحدات المجتمع.

ث. **انتقاء عينة ممثلة:** بعد تحديد المجتمع ووضع قائمة تتضمن جميع الأجزاء والوحدات يتم انتقاء وحدات من القائمة.

ج. **الحصول على العينة المناسبة:** ليس هناك قواعد ثابتة للحصول على عينة مناسبة، لان لكل موقف خصائصه، فقد تكون الظاهرة موضوع الدراسة متجانسة فعينة صغيرة يمكن أن تمثل مجتمع البحث الأصلي، أما إذا كانت مفردات البحث متباينة وجب اخذ عينة اكبر للحصول على عينة تمثل هذا المجتمع(العزاوي، 2008، ص164).

أنواع العينات:

تختلف العينة وطرق اختيارها وتمثيلها للمجتمع الأصلي للبحث من بحث لأخر، وبالتالي تختلف ميزاتها فصلاحيتها لتمثيل المجتمع الأصلي يتم حسب موضوع الدراسة، واختلاف جانب تطبيقها. وعند اختيار الباحث لعينة الدراسة يجد نفسه أمام اختيار أسلوب معاينة من العينات الاحتمالية، والعينات غير الاحتمالية، وعلى هذا ففي مجال العينات يوجد نوعين كبيرين من المعاينة: الاحتمالية وغير الاحتمالية.

أولا: العينات الاحتمالية (العشوائية).Probability Sampling:

هي التي يتم اختيار عناصرها ووحداتها وفقا لنظرية الاحتمالات، أي وفقا لمعايير رياضية حسابية، بحيث تكون هناك فرصة أو احتمال أمام كل مفردة أو وحدة من المجتمع مساوية لغيرها في أن تكون ضمن عينة الدراسة (التساوي في فرصة السحب لكل المفردات)، ومن أهم مزايا العينات الاحتمالية (العشوائية) أنها تمكن الباحث من حساب أخطاء المعاينة، وغالبا ما يختار الباحث أفراد العينة الاحتمالية

على أساس عمليات نظامية مثل جدول الأرقام العشوائية، واستخدام الكومبيوتر في اختيار العينة..(الخياط، 2010، ص85) ومن العينات غير الاحتمالية:

العينة العشوائية البسيطة Simple Random Sample :

وهي معاينة من نوع احتمالي، بمعنى أن احتمال اختيار العينة يكون معروفا، بمعنى أن تكون لدى الباحث قاعدة مجتمع البحث المتكونة من قائمة تشمل عناصر هذا المجتمع، يلجأ الباحث إلى هذا النوع من المعاينة لما يود الحصول على عينة ممثلة لمجتمع البحث الأصلي، ما صنف هذه المعاينة فهو عشوائي، بمعنى يتم انتقاء عناصر العينة بالصدفة من مجتمع البحث، ويجب التأكد في هذه الحالة من أن تكون لكل عنصر من مجتمع الدراسة فرص متساوية في الظهور(نفوسي، 2016، ص136). من مميزاتها:

- تستخدم على مستوى المجتمعات المتجانسة المعروفة المفردات.
- أنها تختار على أساس عشوائي بإعطاء جميع مفردات المجتمع الأصلي نفس الفرصة في الاختيار.
- لا تتقيد بترتيب معين أو نظام مقصود.
- لا تتطلب معرفة سابقة بخصائص مفردات مجتمع البحث الأصلي.
- تتفادى احتمالات التحيز لاعتمداها إلى حد كبير على قانون الاحتمالات (نظرية الاحتمالات) (شفيق، 2008، ص190، 191).

ويتم اختيارها بالطرق التالية:

- التدوير والخلط والانتقاء المباشر في حالة كون عدد مفردات العينة صغيرا عن طريق الاقتراع المباشر، عن طريق كتابة أسماء الوحدات أو أرقامها المتسلسلة على بطاقات متشابهة تماما، ثم خلط وتدوير هذه البطاقات حتى يختفي اثر الترتيب، ثم اختيار أفراد العينة بالواحدة بعدد أفراد العينة (زرواتي، 2007، ص341).
- استخدام جداول عشوائية يتم بها الاختيار، في حالة ما إذا كان مجتمع البحث كبير الحجم، حيث يقوم الباحث بإعداد جدول يتم ترقيمها عشوائيا (العزاوي، 2008، ص168).

العينة العشوائية المنتظمة Systematic Random sample :

من أكثر العينات استخدام في دراسات الإعلام والاتصال الجماهيري، وهي تشبه إلى حد بعيد العينة العشوائية البسيطة، إذ كليهما تعتمد على الفرز من خلال قائمة مرقمة شاملة لكل عناصر مجتمع البحث، غير أنها تزيد عليها عند اختيار المفردات الموالية لطريقة منتظمة على أساس تساوي البعد الزمني بين كل مفردة وأخرى تبعا لنسبة تمثيل العينة إلى المجتمع الأصلي (عبد الحميد، 2010، ص102، 103).

يتم فيها اختيار المفردة الأولى بطريقة عشوائية ثم يقوم الباحث باختيار بقية المفردات على أبعاد رقمية منتظمة بين المفردات، بحيث تكون المسافة بين أي وحدتين متتاليتين ثابتة في كل الحالات، وطبقا لما يقتضيه حجم العينة يختار الباحث العدد المطلوب للعينة من الأسماء المدرجة في القوائم، فمثلا إذا أردنا اختيار عينة من الدراسة لـ 1000 مفردة وكان حجم العينة 100 مفردة، فان كل مفردة من العينة تمثل 10 مفردات من المجتمع الأصلي في هذه الحالة يقوم الباحث باختيار المفردة رقم (1) من بين الأعداد العشرة الأولى بطريقة عشوائية، ثم يبدأ بعد ذلك بتحديد رقم المفردات التالية بإضافة عشرة إلى المفردة السابقة. (شفيق، 2008، ص191).

وتسمى هذه العلمية **مبدأ مسافة الاختيار**" وفقا للمعادلة التالية:

م أ = ن م/ ن ع

حيث = م أ = مسافة الاختيار

ن م = حجم مجتمع البحث

ن ع = حجم العينة المختارة.

م أ = 100/1000= 10مسافة الاختيار هي (10).

العينة العشوائية الطبقية Stratified Random Sample:

وهي صنف من المعاينة الذي ينطلق من فكرة أن هناك خصائص أو عدة خصائص تميز عناصر مجتمع البحث، والتي لابد من أخذها بعين الاعتبار قبل الانتقاء، وفي هذا النوع من العينات يهدف الباحث إلى أن تكون العينة التي يتعامل معها ممثلة لمختلف الفئات أو الطبقات أو المجموعات التي تتجانس خصائصها (طعيمة، 2004، ص247).

تراعي هذه الطريقة اختيار عينة ممثلة للمجتمع الأصلي لها كافة الخصائص التي يشتمل عليها هذا المجتمع، أي أن تكون خصائص العينة متشابهة مع خصائص المفردات من كافة النواحي (كالسن والنوع، المهنة، الحالة العائلية،...) وتتطلب هذه الطريقة معرفة مسبقة بخصائص مفردات مجتمع البحث الأصلي وتحليلا دقيقا؛ حيث يقوم الباحث بتقسيم المجتمع الكلي إلى طبقات مختلفة، وتكون كل طبقة في داخلها متسمة بالتجانس فينا بينها، ويتبع ذلك اختيار عينات صغيرة العدد نسبيا من هذه الطبقات (شفيق، 2008، ص192).

يستخدم هذا النوع من العينات بهدف الحصول على بيانات دقيقة وهي عملية يقسم فيها مجتمع الدراسة إلى فئات متجانسة الخصائص ومنسجمة المتغيرات التي لها علاقة بالظاهرة المدروسة، ثم يأخذ الباحث من كل شريحة عدد من المفردات، يتناسب مع العدد الكلي لأفراد تلك الفئة، وهي الطريقة التي تسمى بالعينة العشوائية الطبقية النسبية، وإذا اختار الباحث عددا متساوي من مفردات مجتمع البحث سميت هذه الطريقة بالعينة العشوائية الطبقية غير النسبية، وبذلك نكون أمام نوعين من العينة الطبقية:

- **العينة العشوائية النسبية الطبقية:** يختار الباحث عدد مفرداتها من كل فئة بشكل يتناسب مع حجمها، في هذه الحالة لا يوزع مفردات العينة بالتساوي مع فئات البحث.
- **العينة العشوائية الطبقية غير النسبية:** يختار الباحث عدد مفرداتها بالتساوي من كل فئة من فئات المجتمع الأصلي (مصباح، 2008، ص218، 219).

العينة العشوائية العنقودية (عينة التجمعات، العينة متعددة المراحل) Cluster Random Sample:

ربما يكون من المستحيل في البداية الحصول على قائمة لكل العناصر التي سنسحب منها العينة، كما قد يكون وضعها مكلف أو طويلا، والمعاينة العنقودية تسمح بتجاوز هذه الصعوبة مع ضمان حصولنا على معاينة احتمالية، في هذه الحالة فان الأمر يتعلق بإجراء القرعة ليس على العناصر في حد ذاتها، ولكن على الوحدات الأخرى التي تشتمل عليها.

إن قاعدة مجتمع البحث في المعاينة العنقودية ليست هي إذا قائمة العناصر التي يتكون منها مجتمع البحث، فربما تكون هذه القاعدة قائمة الأقاليم أو الأيام، أو الساعات.. أو غيرها، إذ يمكن اعتبار كل وحدة من هذه الوحدات كعنقود، ثم بعد الاختيار العشوائي للعناقيد نقوم بجمع المعطيات عن كل

العناصر المنتمية إلى هذه العناقيد، وهنا نستطيع أن نحدد مفردات التي تنتمي إليها والقيام لسحبهم بطريقة عشوائية (أنجرس، 2004، ص306،307).

ثانيا: العينات غير الاحتمالية (غير العشوائية):

يستخدم هذا النوع من العينات في حالة عدم معرفة حدود المجتمع الأصلي للدراسة، وهي عكس العينات الاحتمالية أو العشوائية، لا تخضع لقانون الصدفة أو الإحصاء ولا تكون فيها فرص السحب والظهور متساوية، وتشمل أنواع:

العينة القصدية Purposive Sample:

أو العمدية ومعناها مشتق من لفظها، وهو التعمد والقصد والغاية في انتقاء عينة ممثلة لمجتمع البحث، تختار وحداتها بالغرض الذي يخدم البحث، وتعرف العينة القصدية بأنها" تلك العينة التي يقرر الباحث مقدما مفرداتها، فقد تتوفر للباحث معلومات حول مجتمع معين وتتضمن المعلومات ما يفيد بان وحدات معينة من هذا المجتمع تمثل المجتمع تمثيلا جيدا (التير، 1986، ص110، 111)

وتستخدم العينة القصدية عادة في الدراسات الاستطلاعية التي تتطلب القياس أو اختبار فرضيات وبخاصة إذا كان مجتمع البحث غير معلوم، بالتالي لا يوجد إطار دقيق يمكن من اختيار العينة عشوائيا، ففي مثل هذه البحوث يلجا الباحث لاختيار مجموعة من الوحدات التي تتلاءم وأغراض بحثه (زرواتي، 2007، ص347).

وتستخدم هذه العينة بكثرة في بحوث ودراسات الإعلام و دراسات الاتصال الجماهيري منها:

- مجالات بحوث الرأي العام خاصة دراسة الموافق السياسية للجمهور إزاء قضايا معينة، حيث يتعذر على الباحث الحصول على قائمة بأسماء مجتمع البحث، لذلك يلجأ الباحثون عند إجراء هذا النوع من البحوث إلى العينات القصدية (الرشيدي، 2000، ص158).

العينة الحصصية Quota Sample:

تعتمد العينة الحصصية على بعض مميزات مجتمع البحث التي تسعى لإعادة إنتاجها في صورة نسب في العينة، إذ أن استخدامها يتطلب منا امتلاك بعض المعطيات الرقمية حول مجتمع البحث.

أن المعاينة غير الاحتمالية الحصصية تشبه المعاينة الاحتمالية الطبقية، إلا أن الأولى لا تكون بحاجة إلى سحب عن طريق القرعة، لهذا يستحيل قياس درجة تمثيلية العينة التي تكونت بهذه الطريقة (أنجرس، 2004، ص312)، ويتم في العينة الحصصية تحديد خصائص كل فئة من الفئات ذات العلاقة بالدراسة كالذكور والإناث، الريف الحضر.. وبعد تحديد العينات يقوم الباحث بتحديد المبحوثين لكل فئة من هذه الفئات، ومن ثم يختار الباحث العدد بالطريقة حصية.

ويكون غرض الباحث في مثل هذه العينات الحصول على عينة تمثل الفئات المختلفة في المجتمع الأصلين وبنسبة معينة التي توجد بها، والتي هي مركز اهتمام في بحثه (القصبي، 2004، ص 121، 122).

عينة الصدفة (العرضية) Haphazard Sample :

وفي هذا النوع من العينات يقوم الباحث بمقابلة أي عدد من الناس الذين يتصادف وجودهم في مكان البحث، ويستمر الباحث في مقابلة من يتصادف معهم حتى يستكمل العدد المطلوب من العينة (نجم، 2015، ص133)، ويستخدم هذا النوع من العينات في الدراسات الاستطلاعية عندما يكون مجتمع البحث غير معلوم وغير مضبوط الأبعاد وبالتالي لا يوجد إطار دقيق يمكن على أساسه اختيار العينة عشوائيا، فلا يخضع اختيار مفرداتها لأي معيار سوى التعرض العابر، أو الأفراد الذين يتصادف وجودهم في الشارع أو منطقة إجراء المقابلة معهم، وعادة ما تستخدم مثل هذه العينات في ملاحظات السلوك العابر لوسائل الإعلان ، أو ملاحظة التعليقات السريعة على بعض الأحداث الخارجية من المارين في منطقة معينة وفي وقت معين(الرشيدي، 2000، ص159).

عينة كرة الثلج Snowball Sample:

تعرف أحيانا بعينة الشبكة Net Sampling، أو عينة السلسلة Chain Sampling، وتستخدم في البحوث النوعية حيث يقوم الباحث بمقابلة الأشخاص وبعد انتهاء المقابلة يسال الباحث كل من اشترك فيها أن يذكر اسم أشخاص آخرين لديهم نفس المعايير والذين يرغبون بالمشاركة في الدراسة، ومصطلح كرة الثلج يشير إلى تراكم عدد المشاركين من خلال عملية جمع المعلومات، وهذه الطريقة جيدة عندما لا يكون بوسع الباحث أو وجد عصوبة في إيجاد المشاركين في الدراسة (الضامن، 2007، ص171، 172).

ويستخدم هذا النوع من العينات في دراسة فئة المنحرفين/ مثل تعاطي المخدرات، الذين من عاداتهم السرية عدم الإباحة عن سلوكهم مما يجعل من الصعب أحيانا على الباحث إعداد قائمة بأسماء وعناوين متعاطي المخدرات، لذلك يلجأ الباحث إلى مقابلة شخص واحد من المتعاطين، وبعد إجراء المقابلة معه يطلب منه أو يدله على متعاطين آخرين وهكذا حتى يكبر حجم العينة (زرواتي، 2007، ص347، 348).

مزايا العينة:

تتميز طريقة اختيار العينة في البحث العلمي بعدة خصائص تنعكس على البحث ذاته، ويمكن تحديدها في النقاط التالية:

- إن اختيار عينة من مجتمع بحث أصلي هي طريقة مناسبة وسهلة يختزل فيها الباحث المسافات وتوفر عليه الوقت والجهد والوقت أثناء قيامه ببحث معين، إذ ليس بمقدور أي باحث أن يبحث جميع مفردات مجتمع الدراسة.
- يؤدي استخدام العينات العشوائية الى خفض تكاليف الدراسات الميدانية بسبب صغر حجم العينة بالنسبة الى حجم المجتمع وهو ما يؤدي الى تخفيض الأعباء الادارية والفنية التي تتطلبها أي دراسة ميدانية
- تتمثل مزايا العينة في التمثيل: من خلال تمثيلها لمجتمع البحث، الدقة: أي لا يكون هناك تحيز، والإحكام والضبط: حيث يحكم على العينة من خلال الخطأ المعياري
- إذا تقيد الباحث بمعايير اختيار العينة، فسوف تحقق له أغراض البحث التي يسعى إليها
- تضاعف له إمكانية ضبط الرقابة والدقة مع زيادة حجم البيانات والجهد المطلوب لحجمها، واستخدام العينة يقلص من إمكانية فقد الدقة، كما يقلص من جهد الباحث، وإنفاقه خاصة إذا استخدم التحليل الإحصائي.
- عند مراعاة شرط التجانس داخل مجتمع الدراسة، فان النتائج المترتبة عن العينة المبحوثة تملك بدرجة عالية المصداقية العلمية وإمكانية التعميم (مصباح، 2008، ص223)

عيوب العينة:

- الخطأ في اختيار العينة يؤثر على نتائج الدراسة.
- اختيار العينة في بعض الاحيان لا يتناسب مع نوعية الدراسة ومستواها.
- عدم امكانية العينة على حصر عناصر المجتمع اذا كان المجتمع متباين، حيث يتطلب زيادة في حجم العينة لتشمل افراد جميع الفئات.
- النتائج الدقيقة تتطلب عينة كبيرة الحجم، بهدف تعميم النتائج على المجتمع الاصلي(قندلجي، 2006، ص94).
- نتائج دراسة العينة قد تكون غير نهائية، وقد تكون في حاجة الى تعميم، حيث تختلف النتائج باختلاف نوع العينة حتى باتباع الاسلوب العلمي في الاختيار.
- تتعرض دراسة العينات عموما من الاخطاء غير الاخطاء العادية وتسمى اخطاء المعاينة، وهي الاخطاء الناجمة عن دراسة بالعينة وان كانت الاخطاء تتميز بانه يمكن تقديريها والتحكم فيها باتباع الاساليب الاحصائية السليمة عند اختيار العينة
- خطأ الصدفة (الخطأ العشوائي) او ما يسميه البعض خطأ العينة، وهذا راجع الى طبيعة الاختيار العشوائي حيث قد تختلف نتائج العينة عن نتائج المجتمع، ويتوقف خطأ الصدفة على كل من حجم العينة وتباين المجتمع وطريقة اختيار العينة، وكلما كبرت العينة قل خطأ الصدفة وزادت الثقة في النتيجة والعكس.
- خطأ التحيز، وهذا النوع من الخطأ ليس قاصرا فقط على العينات بل قد يتعرض له الحصر الشامل نتيجة لعدم الدقة في القياس او عدم كفاءة الباحثين، وتتعرض العينات لخطأ التحيز لعدم وجود إطار سليم لسحب العينة(مصباح، 2008، ص223،224).

خاتمة:

في ختام يمكن القول بان دراسات الاتصال الجماهيري احتلت خلال العقود الأخيرة مكانا هاما في مجال البحوث الإعلامية ، وقد بدأ الاهتمام بها مع تعاظم الإحساس بقوة تأثير وسائل الإعلام في الجماهير على اختلاف أنواعها ، كما تطور الاهتمام بوسائل الإعلام والعملية الاتصالية الموجهة إلى الجمهور بوصفها موضوعات للبحث العلمي ، حيث بدأت الدراسات العلمية المنتظمة حول وظائف هذه الوسائل على الجمهور المتلقي ، اثر محتوى الاتصال على الجمهور المتلقي ، وبدأت الكثير من النظريات الاتصالية في الظهور نتيجة هذه الدراسات التي مست عناصر العملية الاتصالية برمتها ، ومن هنا اكتسب الاتصال الجماهيري مزيدا من المفاهيم والافتراضات في مجال البحوث العلمية.

قائمة المراجع:

1. أبراش، إبراهيم.(2009). **المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية**. الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
2. أبو العلا، محمد علي.(2013). **فن الاتصال بالجماهير بين النظرية والتطبيق**. دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع.
3. أبو سليمان، عبد الوهاب إبراهيم.(1987). **كتابة البحث العلمي صياغة جديدة**. جدة. دار الشروق.
4. بوحوش، عمار.(1985). **دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية**. طبعة2، الجزائر. المؤسسة الوطنية للكتاب.
5. بسيوني، شهيناز.(1993). **العلاقة بين التعرض لوسائل الاتصال وطبيعة الاتجاه نحو مشكلة الاتصال**. مجلة بحوث الاتصال. جامعة القاهرة. العدد 01.
6. بدوي، عبد الرحمان.(1977). **مناهج البحث العلمي**. الكويت. وكالة المطبوعات.
7. بن مرسلي، احمد.(2010). **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**. طبعة4. الجزائر. ديوان المطبوعات الجامعية.
8. بدر، احمد.(2008). **علوم الإعلام (البحث العلمي، المناهج، التطبيقات)**. القاهرة. دار قباء الحديثة للنشر والتوزيع.
9. البشر، محمد بن سعود.(2014). **نظريات التأثير الإعلامي**. الرياض. العبيكان للنشر.
10. البادي، محمد محمد.(2013). **سيكولوجيا الاتصال الجماهيري والعلاقات العامة**. دون دار نشر.
11. التير، مصطفى عمر.(1986). **مقدمة في مبادئ وأسس البحث الاجتماعي**. ليبيا. الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان.
12. جبارة، جبارة عطية.(2001). **علم الاجتماع الإعلام**. الإسكندرية. دار الوفاء للطباعة والنشر.

13. جابر، عبد الحميد.(2002). **مناهج البحث في التربية وعلم النفس**. القاهرة. دار النهضة العربية.

14. حسن، عبد الباسط محمد.(1971). **أصول البحث الاجتماعي**. طبعة3. القاهرة. مكتبة لأنجلو المصرية.

15. الحيزان، عبد المعاطي السيد.(2001). **علم اجتماع المعرفة. الإسكندرية**. دار المعارف الجامعية.

16. الحسن، إحسان محمد.(1994). **الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي**. طبعة3. بيروت. دار الطليعة للطباعة والنشر.

17. حمدواي، جميل.(2018). **مقومات البحث الإثنوغرافي**. صحيفة المثقف. العدد 4434.

18. حسين، سمير محمد.(1976). **بحوث الإعلام الأسس والمبادئ**. القاهرة. عالم الكتب.

19. خاطر، احمد بن مصطفى.(2008). **استخدام المنهج العلمي في بحوث الخدمة الاجتماعية**. الإسكندرية. المكتب الاجتماعي الحديث.

20. الخياط، ماجد محمد.(2010). **أساسيات البحوث الكمية والنوعية في العلوم الاجتماعية**. عمان. دار الراية للنشر والتوزيع.

21. دليو، فضيل.(2013). **تاريخ وسائل الإعلام والاتصال**. الجزائر. الخلدونية للنشر والتوزيع.

22. دهان، مريم.(2017). المقاربة الاثنوغرافية، تعريفها، مميزاتها، وعلاقاتها بدراسات الجمهور. مجلة تاريخ العلوم. جامعة الجزائر3. العدد الثامن. الجزء1.

23. رشتي، احمد جيهان.(1978). الأسس العلمية لنظريات الإعلام. **دار الفكر العربي**.

24. الرفاعي، احمد حسين.(1998). **مناهج البحث العلمي**. عمان. دار وائل.

25. سليمان، عودة أحمد.(1992). **البحث العلمي في التربية وفي العلوم الإنسانية**. اربد. مكتبة الكتاني.

26. الرشيدي/ بشير صالح.(2000). مناهج البحث التربوي رؤية تطبيقية مبسطة. الكويت. دار الكتاب الحديث.

27. السين، عزت أحمد.(2002). **إسهامات روبرت ميرتون في النظرية البنائية الوظيفية**. دراسة مقدمة استكمالا لمتطلبات درجة الماجستير في علم الاجتماع. كلية الدراسات العليا. الجامعة الأردنية.

28. شيا، محمد.(2018). **المنهجيات الكمية والكيفية في العلوم الإنسانية والاجتماعية.** حاضرة ألقيت في المعهد العالي للدكتوراه. الجامعة اللبنانية.

29. شرفي، خليل و السعيد بريكة.(2016). **المقاربات الكمية في التحليل الكيفي لبيانات دليل المقابلة.** مجلة البحوث الاقتصادية والمالية. أم البواقي. جامعة العربي بن مهيدي. العدد الخامس.

30. شفيق، محمد.(2008). **البحث العلمي الأسس والإعداد.** الإسكندرية. المكتب الجامعي الحديث.

31. شلي، كمال.(2016). **منهجية البحث العلمي.** مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية. كلية الاقتصاد.

32. الشمري، رشيد حسين.(دون سنة). **الطرائق والأساليب المنهجية في الدراسات الإعلامية.** مجلة الباحث الإعلامي. جامعة بغداد. كلية الإعلام. العدد41.

33. الشنقيطي، محمد فتحي.(1970). أسس المنطق والمنهج العلمي. بيروت. دار النهضة العربية.

34. الضامن، منذر.(2007). **أساسيات البحث العلمي.** عمان. دار المسيرة للنشر والتوزيع.

35. طايع، سامي.(2007). **مناهج البحث وكتابة المشروع المفتوح للبحث.** مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث الجامعية.

36. الطائي، مصطفى حميد و خير ميلاد أبو بكر.(2007). **مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية.** الإسكندرية. دار الوفاء لدنيا الطبع والنشر.

37. طعيمة، رشدي.(2004). **تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية.** القاهرة: دار الفكر العربي.

38. عليان، ربحي مصطفى.(2001). **البحث العلمي أسسه ومناهجه وأساليبه وإجراءاته.** الأردن. بيت الأفكار الدولية.

39. عليان، ربحي مصطفى.(2009). **أساليب البحث العلمي.** عمان. دار الصفاء للنشر والتوزيع.

40. عليان، ربحي مصطفى وعثمان محمد غنيم.(2000). **مناهج وأساليب البحث العلمي**. عمان. دار الصفاء للنشر والتوزيع.

41. عبيدات، محمد ومحمد أبو نصار وعقلة مبيضين.(1999). **منهجية البحث العلمي وقواعده والمراحل والتطبيقات**. عمان. دار وائل للطباعة والنشر.

42. عقيل، عقيل حسين.(1999). **فلسفة مناهج البحث العلمي**. مكتبة مدبولي.

43. عبيدات، ذوقان وآخرون.(1984). **البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه**. الأردن. مديرية المكتبات والوثائق الوطنية.

44. عبد الفتاح، لؤي و زين العابدين حمزاوي.(2012). **الوجيز في مناهج البحث العلمي وتقنياته المنهجية**. المغرب. مكتبة القادسية.

45. عادل، محمد ريان.(2003). **استخدام المدخلين الكيفي والكمي في البحث، دراسة استطلاعية لواقع أدبيات الإدارة العربية**. المؤتمر العربي الثالث للبحوث الإدارية والنشر.القاهرة. كلية التجارة. قسم إدارة الأعمال.

46. علي، ماهر أبو المعاطي.(2014). **الاتجاهات الحديثة في البحوث الكمية والبحوث الكيفية ودراسات الخدمة الاجتماعية**. دون دار نشر.

47. عبد العظيم، حسن إبراهيم.(2011). النظرية السسيولوجية وقضايا الإعلام والاتصال. مجلة الحوار المتمدن. العدد 3402.

48. عجوى، علي وآخرون.(1989). **مقدمة في وسائل الإعلام**. جدة. مكتبة مصباح.

49. عزوز، احمد.(2016). **الاتصال ومهاراته مدخل إلى فن التبليغ والحوار والكتابة**. جامعة احمد بن بلة. وهران. مختبر اللغة العربية.

50. عمر، محمد زيان.(1983). **البحث العلمي مناهجه وتقنياته**. جدة. دار الشروق.

51. علي، عاطف.(2006). **المنهج المقارن مع دراسات تطبيقية**. بيروت. مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

52. عبد الحميد، محمد.(2010). **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**. القاهرة. عالم الكتب نشر توزيع طباعة.

53. عبد الحميد، محمد.(2000). **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**. القاهرة. عالم الكتب نشر توزيع طباعة.

54. عبد الحميد، محمد.(1992). **بحوث الصحافة. القاهرة.** عالم الكتب نشر توزيع طباعة.

55. عبد المؤمن، على معمر.(2008). **مناهج البحث في العلوم الاجتماعية الأساسيات والتقنيات والأساليب.** القاهرة. المجموعة العربية للتدريب والنشر.

56. عبد الله محمد بابكر العوض.(1981). **الاتصال الدعوي أسسه المعرفية وتطبيقاته المنهجية.** المعهد العالي للفكر الإسلامي.

57. العسل، إبراهيم.(1997). **الأسس النظرية والأساليب التطبيقية في علم الاجتماع.** بيروت. المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

58. العسكري، عبود عبد الله.(2004). **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية.** دمشق. دار النمير.

59. العزاوي، سالم جاسم محمد.(دون سنة). **البحث الكيفي في العلاقات العامة.** مجلة الباحث الإعلامي. العدد38.

60. محمود، منا طلعت.(2002). **مدخل إلى علم الاتصال.** جامعة الإسكندرية. المعهد العالي للخدمة الاجتماعية.

61. الموسوي، محمد جاسم فلحي.(دون سنة). **نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري.** محاضرات مرحلة الماجستير. الدنمارك. الأكاديمية العربية المفتوحة. كلية الآداب والتربية. قسم الإعلام والاتصال.

62. مكاوي، حسن عماد وعاطف عدلي العبد.(2008). **نظريات الإعلام.** القاهرة. مركز بحوث الرأي العام.

63. مكاوي، حسن عماد وليلى حسين السيد.(1998). **الاتصال ونظرياته المعاصرة.** القاهرة. الدار المصرية اللبنانية.

64. مصطفى، محمد صلاح الدين وآخرون.(2010). **خطوات البحث العلمي.** جامعة الدول العربية. المشروع العربي لصحة الأسرة.

65. المشهداني، سعد سليمان.(2017). **مناهج البحث الإعلامي.** دار الكتاب الجامعي.

66. مركز نون للتأليف والترجمة.(2016). **البحث العلمي قواعده ومناهجه.** جمعية المعارف الإسلامية الثقافية.

67. مصباح، عامر.(2008). **منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام**. الجزائر. ديوان المطبوعات الجامعية.

68. المصلح، خضرة عمر.(2015). **الاتصال والمهارات والنظريات وأسس عامة**. عمان. دار حامد للنشر والتوزيع.

69. محمد، على محمد.(1986). **علم الاجتماع والمنهج العلمي**. طبعة3. الإسكندرية. دار المعارف الجامعية.

70. مختار، رفيق صفوت.(2010). **وسائل الاتصال والإعلام وتشكيل وعي الأطفال والشباب**. القاهرة. دار غريب للنشر والتوزيع.

71. المشاقبة، بسام عبد الرحمان.(2009). **مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب**. عمان. دار أسامة للنشر والتوزيع.

72. مصطفى/ محمد صلاح الدين وآخرون.(2010). **خطوات البحث العلمي ومناهجه**. دون دار نشر.

73. القصبي، عبد الغفار رشاد.(2004). **مناهج البحث في علم السياسة**. القاهرة. مكتب الآداب.

74. نفوسي، لمياء مرتاض.(2016). **تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية أسس وتطبيقا**. الجزائر. دار هما.

75. نجم، طه عبد العاطي.(2015). **مناهج البحث الإعلامي**. الاسكندرية. دار كلمة للنشر والتوزيع.

76. الهمالي، عبد الله عامر.(1988). **أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته. بنغازي**. منشورات جامعة قار يونس.

77. Ahmed, Taleb.(2004). **Méthodologie de préparation des mémoires et des thèses (guide du chercheur)** traduction: Bendimered Nacera. Algérie. Edition Dar el Gharb.

78. Pelletier, M. L. & Demers, M. (1994). **Recherche qualitative, recherche quantitative : expressions injustifiées.** Revue des sciences de l'éducation. Volume 20, numéro 4

متاح في الرابط : https://www.erudit.org/fr/revues/rse/1994-v20-n4-rse1853/031766ar.pdf

79.Christin , leray.(2008**). l'analyse de centenu dela théorie à la pratique-la méthode de morin chartier**- canada. presse de luniversité du ouebec .

80. Jean Claud, Adreani**. Méthodes d'analyse d'interppétation des études qualitative, eta de l'art en marketing.**

متاح في الرابط:
https://www.academia.edu/6938970/METHODES_DANALYSE_ET_DINTERPRETATION_DES_ETUDES_QUALITATIVES_ETAT_DE_LART_EN_MARKETING

81.Jean, bonville.(2000). l'analyse de contenu des médias de la problématique au traitement statique. Paris. département de Boek université.

82.Jean, bonvill.(2006). Lanalyse de contunu des médias.Bruxelles.Editions de boeck.