



جامعة الجزائر 3

كلية علوم الاعلام والاتصال

قسم علوم الاتصال

مطبوعة محاضرات: ملتنى المنهجية

السنة الأولى ماستر – تخصص اتصال وعلاقات عامة

اعداد الأستاذة: مكيد حياة

2026-2025

اسم المادة: ملتقى المنهجية

الميدان: العلوم الإنسانية والاجتماعية

الفرع: علوم الإعلام والاتصال

للسنة: الأولى ماستر

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

التأشيرات:

رئيس المجلس العلمي	مسؤول مكتبة الكلية

المحتويات

5	مقدمة
6	المحور الأول: اعداد الرسالة الجامعية
9	1- اختيار موضوع البحث
13	2- اختيار المشرف
14	3- صفات الباحث
14	4- تحديد وضبط مشروع البحث
18	المحور الثاني: الخطوات الإجرائية للبحث
18	1- إشكالية البحث
22	2- تحديد التساؤلات البحثية و/أو فرضيات البحث
28	3- أهمية الدراسة وأهدافها
31	4- تحديد الإطار النظري للبحث
33	5- حدود البحث (الزمنية-المكانية-الموضوعية)
35	6- مفاهيم ومصطلحات البحث
36	7- الدراسات السابقة
38	المحور الثالث: مناهج البحث الأكثر استخداما في مجال علوم الاعلام والاتصال
39	1- المنهج المسحي
42	2- المنهج التاريخي
45	3- منهج دراسة الحالة

47	4- المنهج المقارن
50	المحور الرابع: أدوات البحث العلمي
50	1- الملاحظة العلمية
53	2- المقابلة العلمية
57	3- استمارة الاستبيان
60	4- تقنية تحليل المحتوى
64	المحور الخامس: اختيار وتحديد عينة البحث العلمي
69	المحور السادس: الفرق بين البحوث الكمية والبحوث الكيفية والإجراءات المنهجية الخاصة بكل نوع
75	قائمة المراجع

مقدمة:

نسعى من خلال هذه المادة لتقديم رؤية متكاملة لمراحل إعداد الرسالة الجامعية ومنهجية البحث العلمي في مجال علوم الإعلام والاتصال، حيث ننطلق من المحور الأول الذي يعرف الطالب بمرحلة التمهيد للبحث من خلال اختيار الموضوع والمشرف، والتعرف على صفات التي يجب أن يتحلى بها من بداية البحث إلى نهايته، ثم ضبط مشروع البحث لتقديمه للأستاذ المشرف.

ثم ينتقل في المحور الثاني المتمثل في الخطوات الإجرائية للبحث، بدءاً من صياغة الإشكالية والتساؤلات و/أو الفرضيات، مروراً بتحديد الأهمية والأهداف والإطار النظري، وضبط حدود البحث والمفاهيم، وصولاً إلى تحليل الدراسات السابقة.

أما المحور الثالث فيتعلق بتقديم أبرز المناهج المستخدمة في هذا التخصص، وهي المنهج المسحي والتاريخي ودراسة الحالة والمقارن، بينما يعرض المحور الرابع أدوات جمع البيانات كالملاحظة والمقابلة والاستبيان وتحليل المحتوى.

ويخصص المحور الخامس لآليات اختيار وتحديد عينة البحث، ليختتم البرنامج في المحور السادس بالتمييز بين البحوث الكمية والكيفية والإجراءات المنهجية الخاصة بكل نوع منها، وبهذا كل ما سبق سيسمح للطالب بتكوين رصيد معرفي علمي ومنهجي يساعده على إعداد رسالة بحثية متكاملة. وتعد المادة سداسية (سداسي الثاني) بمعدل 13 حصة دون احتساب حصة الامتحان في كل

سداسي..

المحور الأول: اعداد الرسالة الجامعية

مدخل:

تعد المعرفة العلمية من أرقى درجات المعرفة وأدقها، فهي تأتي نتيجة مجهود فكري منظم يتخصص بدراسة الأشياء والظواهر والحوادث دراسة موضوعية حيادية تعتمد على خواصها وطبيعتها والعلاقة بين ظاهرها وباطنها، وفي نفس الوقت تبتعد كل البعد عن التحيز والتعصب والأفكار الشخصية والذاتية التي يحملها الأشخاص الذين يقومون بدراساتها ووصفها وتحليلها.

فهي تعتمد على الوصف الموضوعي والتحليل العلمي والدراسة الشمولية والكلية للأشياء والظواهر التي تهتم بها. وهنا لا يمكن للباحث والدارس جمع الحقائق العلمية عن موضوعه البحثي دون معرفة الشيء المدروس معرفة حقيقية، ويتأتى ذلك من خلال التفاعل معه أو مشاهدته أو إجراء التجارب العلمية عليه أو قراءة الشيء الكثير عنه.

ويسعى عادة البحث العلمي لتحقيق ثلاث أهداف أساسية وهي: التفسير، والتنبؤ، والتحكم، وهذه الأهداف متتابعة بحيث يمهّد كل هدف للذي يليه ومن ثم لا يمكن تجاوز هذا الترتيب.

أ. التفسير:

يقوم البحث العلمي بتفسير الحوادث والظواهر من خلال تحديد الأسباب والعوامل المؤدية إليها، وتحديد علاقتها ببعضها البعض وفهم الظواهر التي تنتج عنها، ومن ثم يتمكن الباحث من صياغة التعميمات التي تفسر مجموعة محددة من الظواهر، فهدف البحث العلمي أن يصل إلى تصورات يتسع مداها باستمرار، فالفروض والنظريات والقوانين جميعها تعميمات تتزايد درجة عموميتها بالتدرج. (جودت عزت عطوي، 2007، ص17).

ولكي نفسر ظاهرة ما لا بد من فهم العناصر التالية:

- الظاهرة نفسها باعتبارها متغيرا تابعا أو نتيجة لوجود عوامل وظواهر أخرى سببت حدوثها.
- الظروف والعوامل والظواهر الأخرى التي أدت إلى حدوث هذه الظاهرة باعتبارها متغيرات مستقلة مسؤولة عن وقوع الظاهرة التي نريد دراستها.
- العلاقة بين الظاهرة التي نريد دراستها وبين الظروف والعوامل الأخرى التي أدت إلى إحداث هذه الظاهرة من حيث نوعها وحجمها ومقدارها لنعرف هل أن زيادة المتغير المستقل تنتج زيادة في المتغير التابع، أم تحدث نقصا فيه (إحسان محمد الحسن، 1982، ص13).

ب. التنبؤ:

يقصد بالتنبؤ، قدرة الباحث على أن يستنتج من فهمه للظاهرة وقوانينها، نتائج أخرى مرتبطة بهذا الفهم، أي أنه يتنبأ بما سيحدث في المستقبل كنتيجة طبيعية تترتب على مقدمات معينة، ولا شك أن العلماء يسعون في نشاطهم العلمي إلى التحقق من صدق تنبؤاتهم بالتجربة والبحث العلمي.

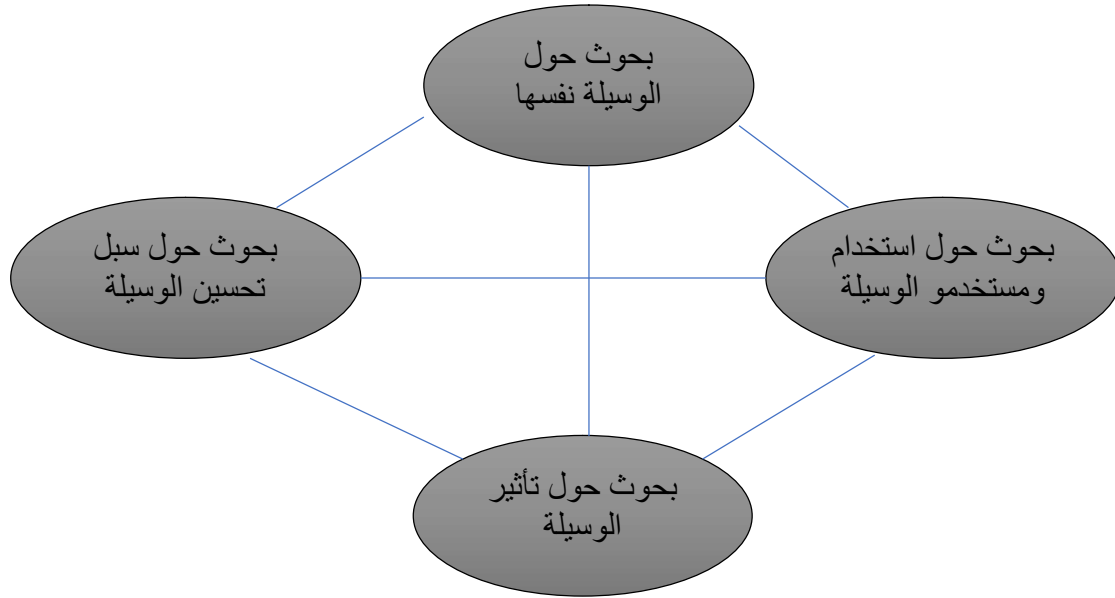
فالتنبؤ هو التوقع العلمي والتنبؤ بكيفية عمل وتطور وسير الأحداث والظواهر الطبيعية وغير الطبيعية (مانيو جدير، د.س.ن، ص12).

ويشار هنا أن التنبؤ في العلوم الاجتماعية يواجه صعوبات كثيرة مقارنة بالعلوم الطبيعية، لذا فإن كل ما تم التوصل إليه ذو طابع تقريبي أو مقصور على مشكلات بسيطة نسبيا، ومما يزيد من القدرة على التنبؤ هو القبول بمسلمة الثبات والاطراد التي تعني أن هنالك درجة من التشابه بين بعض الظواهر.

على هذا الأساس يعد التنبؤ عملية الاستنتاج التي يقوم بها الباحث بناء على معرفته السابقة بظاهرة معينة. وهذا الاستنتاج لا يعتبر صحيحا إلا إذا استطاع الباحث إثبات صحته تجريبيا (جودت عزت عطوي، 2007، ص18).

ج- التحكم:

يهدف البحث العلمي إلى التحكم بالظواهر المختلفة والسيطرة عليها بحيث يتدخل للإنتاج ظواهر مرغوب بها أو يمنع وقوع حوادث غير مرغوب فيها، فالباحث حين يفسر الظاهرة فإنه يفهم العوامل التي تؤثر عليها وتنتجها، وبهذا يكون قادرا على السيطرة على هذه العوامل أو تقليل أثرها أو زيادته حسبما يريد.

أهم توجهات البحوث في مجال علوم الاعلام والاتصال:**بحوث حول الوسيلة نفسها:**

- شرح ما هي الوسيلة؟ كيف تعمل؟
- ما هي التكنولوجيات التي تستخدمها؟
- كم هي مشابهة أو مختلفة عما لدينا؟
- ما هي الوظائف والخدمات التي تقدمها؟
- من له الحق في استعمالها؟
- كم هي تكلفتها؟

بحوث حول استخدام ومستخدمو الوسيلة:

- كيف يستخدم الناس الوسيلة في حياتهم؟ مثلاً للحصول على معلومات، للترفيه، لتوفير الوقت،...؟

- هل يستخدمها البالغون، الذكور، الاناث، الأطفال؟

- ما هي الاشباكات التي تقدمها لكل فئة؟

بحوث حول تأثيرات الوسيلة:

- تفصي تأثيراتها الاجتماعية، النفسية، الاقتصادية...؟

- كم يقضي الناس من الوقت في استخدامها؟

- هل تحدث تغيرات في وجهات نظرهم مواقفهم؟

- هل لها منافع؟

- هل لها أضرار؟

بحوث حول كيفية تحسين الوسيلة:

- هل تقدم معلومات ومعرفة؟

- هل يمكن تقديمها لمجموعات من الناس؟

- هل يمكن تحسينها وتطوير آدائها؟

1- اختيار موضوع البحث:

إن أول وأهم مشكلة تواجه الباحث بعد انجاز دراسته المقررة وشروعه في اعداد رسالته الجامعية هي اختيار موضوعها، حيث يجب أن يتم هذا الاختيار بمنتهى الدقة والاحتراس، إذ كلما كان الاختيار موفقا كلما تذلت الكثير من المشاكل والصعاب أمامه في بدايتها والعكس صحيح.

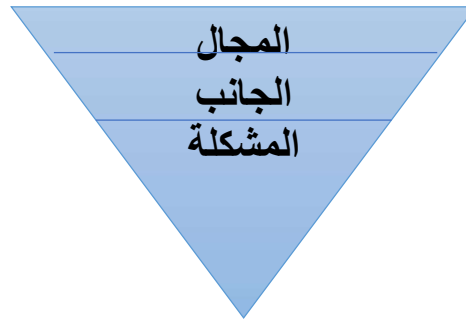
لذا يقوم اختيار موضوع البحث على تحديد المشكلة التي يجب أن تكون:

- جديرة بالدراسة.
 - ذات أثر واضح في تقدم المعرفة العلمية أو حل معضلة ما.
 - تتفق مع اهتمامات الباحث واستعداده العلمي.
- حيث حدد بورق وقول (1979) في كتابهما "المدخل في البحث التربوي" أهم طرق اختيار مجال البحث فيما يلي:

القراءة المنظمة/ النظريات المرتبطة بمجال الدراسة/ الخبرة العلمية/ الخبرة العملية/ الرسائل العلمية/ الإعادة/ الملاحظة الهادفة/ الاستشارة.

- القراءة المنظمة:

يمكن تصوير هذه الخطوات بمثل مقلوب يبدأ بقاعدة عريضة وهي المجال ويتوسطه الجانب ثم ينتهي رأسه بالمسكلة، حيث يحدد الباحث مجال بحثه بدقة من خلال قراءة مسحية لأكبر قدر ممكن من البحوث التي كتبت في مجاله، ثم يختار عدد من الكتب والبحوث الشاملة في مجال بحثه، ومن ثم يحدد الجانب الذي يميل إليه ولديه الاستعداد العلمي لبحثه، وفي الأخير يختار مشكلة موضوع ما للبحث.



- النظرية:

تعد النظريات وتحقيقها من مصادر اختيار مشكلة البحث، اما بالتحقق من صحتها أو سعيًا للوصول لنظرية جديدة.

- الرسائل العلمية:

معظم الدراسات والرسائل العلمية تنتهي بمقترحات لعدد من البحوث المستقبلية توصل إليها الباحث عند معالجته لموضوعه، لكن على الباحث أن يكون دقيقاً فيما يقرأ أو فيما لا يقرأ، فيما يأخذ وفيما يترك.

- الإعادة:

قد يقوم الباحث بإعادة بحث مشكلة سبق أن بحثت، لكن يجب أن يجب أولاً على الأسئلة التالية:

✓ هل لدراسة المشكلة أثر واضح في تقدم المعرفة؟

✓ هل الإعادة سوف تضيف أشياء جديدة، أو توضح بعض النقاط التي لم يوضحها الباحث

سابقاً؟

✓ هل هناك شكوك مبررة علمياً حول صحة نتائج الدراسة السابقة؟

- الملاحظة الهادفة:

أي أن الباحث قبل أن يقوم بالبحث قد كان خاضعاً في ملاحظته لهدف معين، أي كان مركزاً على موضع أو جانب معين اثار اهتمامه.

- الخبرة العلمية:

من خلال تسجيل الباحث لمعلومات كاملة حول الموضوعات التي طرأت عليه من خلال القراءة أو المحاضرات أو الملتقيات، مثل متى عرض عليه الموضوع؟ وأين؟ ومن عرضه عليه؟ حتى يسهل عليه الرجوع إليه في حالة اختياره للبحث.

- الاستشارة:

من خلال استشارة عدد من الأساتذة أو بعض الباحثين في مجال تخصصه، بحكم تجاربهم السابقة ودرابته بتطورات البحث العلمي فيه.

من جانب آخر أكد *إزلك ومايكل* (1981) على ضرورة مراعات عدد من الاعتبارات الشخصية والاعتبارات الاجتماعية عند اختيار موضوع أو مشكلة البحث وهي:

الاعتبارات الشخصية:

- هل المشكلة تتفق مع اهدافي المستقبلية؟
- هل لدي حقيقة الرغبة للدراسة العلمية المجردة دونما أدنى تحيز عاطفي لهذه المشكلة؟
- هل أملك أو سوف أستطيع أن أملك المهارات والقدرات والخلفية العلمية الضرورية لدراسة هذه المشكلة؟
- هل لدي الوقت والامكانيات المادية للبحث؟
- هل أستطيع أن أحصل على المعلومات ذات العلاقة بها؟
- هل تنطبق على المشكلة المختارة المتطلبات والشروط المطلوبة من الجهات المشرفة على البحث أو التي ستشره؟
- هل سوف يجد الباحث دعماً إدارياً وتعاوناً من الجهات المعنية بالبحث؟

الاعتبارات الاجتماعية:

- هل سيكون لنتائج الدراسة أثر في تقدم المعرفة أو تقديم حل لمشكلة ملحة؟
- هل سوف يكون لنتائج الدراسة قيمة علمية لدأهل الاختصاص أو الجمهور العام؟
- ما مدى إمكانية تعميم النتائج المتوصل إليها في البحث؟
- هل سبق التطرق للمشكلة من قبل؟
- إذا كان الأمر كذلك ما هي مبررات اعدت بحثها؟
- هل أدوات البحث متوفرة ويمكن للباحث استخدامها دون عراقيل؟
- هل الدراسة ستؤدي لدراسات علمية أخرى مستقبلاً؟

كما أكد *ايزاك ومايكل* على مبدئين هامين في اختيار موضوع البحث وهما:

- القبول الاجتماعي: اختيار موضوع لا يتعارض مع قيم وعادات المجتمع الذي يعيش فيه الباحث.
- المبدأ الأخلاقي: عدم اهماله بحجة أن ضرورة البحث تملّي ذلك.

2- اختيار المشرف على البحث:

يتم اختيار الأستاذ المشرف على المذكرة أو الأطروحة بناء على مجموعة من الميزات والخصائص، أهمها أن يتصف المشرف بالصبر وعدم التشدد في الآراء والمواقف، حيث يتعين عليه تشجيع الباحث قدر المستطاع، فلا يسخر من عمله مهما كان ناقصا وأن يساير أفكاره وألا يفرض عليه آراءه الشخصية أو توجهاته مهما كان مقتنعا بصواب رأيه.

فالبحث هو بحث الطالب وليس الأستاذ



الطالب هو المسؤول الأول والأخير عن بحثه وما يترتب عنه من نتائج

وتفسيرات للمشكلة المطروحة.

لذا يجب على الطالب أن يحسن اختيار الأستاذ المشرف وفق ما يلي:

- 1- أن يكون المشرف مختصا في الموضوع الذي اختاره الطالب الباحث، لأنه إذا لم يكن ملما بموضوع البحث لن يفيد الطالب أو يرشده بشكل صحيح خلال رحلته البحثية.
- 2- أن يختار الطالب الأستاذ الذي يرتاح له ويستطيع التفاهم معه بسهولة، فاللغة المشتركة والأفكار والأخلاق والالتزام في العمل من أساسيات تحقيق هذا التفاهم.
- 3- يجب أن يكون الطالب على علم مسبق بأفكار المشرف حول موضوع بحثه، حتى لا يقع في صدام معه في مرحلة متأخرة من العمل البحثي.

4- يفضل أن يختار الطالب الباحث أحد الأساتذة الذين درسوه خلال مساره الدراسي، أو حصل على معلومات إيجابية عن أحدهم من قبل أساتذة آخرين.

5- ألا يكون الأستاذ المشرف ممن لديه عدد كبير من الطلبة الذين يشرف عليهم في آن واحد، بحيث يصعب عليه تقديم الاهتمام اللازم لكل واحد منهم، أو أن يتواجد في مكان بعيد أين يصعب التواصل.

3- صفات الباحث:

يجب بداية أن يتصف الباحث بالوعي والحياد الفكري، والتجرد التام من الأهواء والميول والأمانة العلمية، والشعور بالمسؤولية والقدرة على التحليل والتأمل والتفكير العميق، والتحلي بالتواضع واحترام الغير والنقد البناء للمضامين العلمية والبحثية.

وعلى الطالب الباحث الالتزام خلال بحثه بما يلي:

- عدم ابداء آرائه الشخصية دون أن يسندها بآراء مفكرين وعلماء لهم مكانة علمية.
- عدم اعتبار الآراء المطروحة من قبل أشخاص مختصين حقيقة ثابتة لا تقبل الجدل والنقاش.
- عدم اعتبار الرأي الصادر عن لجنة المناقشة حقيقة مسلم بها وتؤخذ كما هي.
- عدم اعتبار القياس والمثابغة حقيقة لا تقبل النقاش.
- عدم اقتباس معلومات من أناس غير موثوقين.
- عدم جواز حذف أي دليل أو حجة أو نظرية لا تتفق مع رأي الباحث وميوله.

4- تحديد وضبط مشروع البحث:

اعداد مشروع البحث هي المرحلة التي تسبق البدء في البحث العلمي، حيث يتجه الباحث إلى الأستاذ المشرف ويعرض عليه موضوعه من اجل الاتفاق على الاشراف والانطلاق في العمل البحثي.

بداية يجب على الباحث القيام بمسح عام وقراءة أولية لما كتب حول هذا الموضوع، فبعد أن يستقر رأي الباحث على الموضوع الذي يريد البحث فيه، ويتأكد من فائدته، وحداثه، وإمكانية اكماله، يبدأ بكتابة مشروع البحث على أن يتبع الخطوات التسلسلية التالية:

1- ضبط عنوان البحث، حيث يجب أن يصاغ بدقة ووضوح، وفق نمط العنوان الرئيسي والعنوان الفرعي:

يتطلب الدقة، الإيجاز، والشمولية لمتغيرات الدراسة (المستقل والتابع) والجمهور المستهدف. يجب أن يكون العنوان واضحاً، غير مضلل، ومبتكراً، ويعكس مشكلة البحث، مع إمكانية استخدام العنوان الفرعي لتحديد الإطار الزمني/المكاني أو المنهجية.

- الدقة والوضوح: استخدام مصطلحات علمية دقيقة وواضحة تعكس محتوى البحث.
- الإيجاز والشمولية: تجنب الإطالة مع تضمين المتغيرات الأساسية (مثال: أثر [متغير مستقل] على [متغير تابع]).

- الجذب والابتكار: أن يكون العنوان مبتكراً وغير تقليدي ويثير اهتمام القارئ.

- تجنب الأخطاء: خلو العنوان من الأخطاء اللغوية والنحوية.

- الارتباط بالبحث: أن يعكس العنوان بدقة مشكلة البحث وأهدافه.

صياغة العنوان الفرعي Subtitle:

- توضيح السياق: يُستخدم لتوفير سياق إضافي للعنوان الرئيسي.
- تحديد الحدود: يحدد النطاق الزمني أو المكاني للدراسة (مثال: "... دراسة ميدانية على طلاب الجامعات في الجزائر 2024").

- إذا كانت الدراسة تاريخية يمكن أن نحدد الفترة الزمنية المقصودة بالبحث.

- إبراز المنهجية: يمكن أن يوضح المنهج المستخدم (مثال: "... دراسة تحليلية مقارنة").

- الجمهور المستهدف: الإشارة إلى العينة أو الجمهور محل الدراسة.

مثال تطبيقي:

عنوان رئيسي: "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي"

عنوان فرعي: "دراسة ميدانية على عينة من المراهقين في مدينة الجزائر العاصمة (2025-2026)".

2- تقديم مشكلة البحث في فقرة تبين خلفية الموضوع ويجب أن لا تزيد عن صفحة.

تقديمها أيضا في سؤال رئيسي واسئلة فرعية أو فرضيات.

3- تحديد أهداف البحث (ماذا تريد أن تحقق؟ ما هي الثغرة العلمية التي تريد أن تسدها؟ في ثلاثة أو

أربعة أسطر).

4- توضيح أهمية البحث (العلمية، الاجتماعية، الشخصية) في صفحة.

5- تحديد نوع الدراسة والمنهج أو المناهج البحثية والأدوات اللازمة للبحث، والجهات التي سيتواصل

معها الباحث لتحصيل معلوماته والمصادر العلمية الضرورية لإنجاز البحث.

6- خطة مبدئية للبحث في فصول أو محاور.

7- قائمة أولية للمراجع والدراسات السابقة التي سينطلق منها البحث، ويفضل أن تكون متنوعة

وحدثة.

الباب الأول

الفصل الأول :

المبحث الأول

المبحث الثاني

المبحث الثالث

الفصل الثاني:

المبحث الأول

المبحث الثاني

المبحث الثالث

الباب الثاني

الفصل الثالث

للمبحث الأول

للمبحث الثاني

للمبحث الثالث

للمبحث الرابع

للمبحث الأول

للمبحث الثاني

بالنسبة للخطة:

لدينا النموذج الكلاسيكي:

نمذج المهور:

	الفصل الأول
	1- التعريف بالبحث
	1-1
	2-1
	3-1
	الفصل الثاني
	2- الدراسات النظرية والمرتبطة
	1-2 الدراسات النظرية
	1-1-2
	2-1-2
	2-2 الدراسات المرتبطة
	1-2-2
	2-2-2
	الفصل الثالث
	3- منهجية البحث
	1-3 منهج البحث
	2-3
	3-3
	الفصل الرابع
	4- عرض النتائج ومناقشتها
	1-4 عرض النتائج
	1-1-4
	2-1-4
	2-4 مناقشة النتائج
	1-2-4
2-2-4	
الفصل الخامس	
5- الاستنتاجات والتوصيات	
1-5 الاستنتاجات	
2-5 التوصيات	

جامعة الجزائر 3 - إبراهيم سلطان شيبوط

كلية علوم الاعلام والاتصال

قسم علوم الاتصال



مشروع مذكرة في علوم الاعلام والاتصال بعنوان:

دور الاتصال

دراسة حالة

اشراف الأستاذ

اعداد الطالبة:

- في الختام يجب التأكيد على مبدئين هاميين في اختيار موضوع البحث وهما:
- القبول الاجتماعي: اختيار موضوع لا يتعارض مع قيم وعادات المجتمع الذي يعيش فيه الباحث.
 - المبدأ الأخلاقي: عدم اهماله بحجة أن ضرورة البحث تملّي ذلك.

المحور الثاني: الخطوات الإجرائية للبحث

1- إشكالية البحث:

"عبارة عن موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية وإعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم" (محمد عبد الحميد، 2000، ص129).

إن العديد من البحوث والدراسات العلمية قد تفشل بشكل كبير بسبب اخفاق باحثيها في تحديد مشكلاتهم البحثية بدقة ووضوح، حيث يغفلون توضيح الأسباب التي أدت لبروزها من جهة والأبعاد المكونة للمشكلة نفسها من جهة أخرى.

لذا فإن عملية تحديد مشكلة البحث ليست عملية سهلة على الإطلاق، وتحتاج إلى معرفة وجهد كبيرين من الباحث.

- لبلوغ هذه المرحلة لابد للباحث أن يتعرف على مصادرها والتي تشمل عامة:
- ✓ التخصص الذي يدرسه الباحث والمعرفة بالإنجازات العلمية في المجال، والمشكلات التي درست والتي لا تزال قائمة وتحتاج إلى جهود علمية لدراستها.
 - ✓ الدراسات العليا وما تقدمه من حلقات دراسية ومقررات.

✓ الآبرة العلمفة والعملفة فف مفءان العمل أو الوظففة.

✓ الدراسات الجامعفة.

✓ النقارفر والإآصاءات.

✓ أوراق المؤتمرات والندوات والمقالات العلمفة.

✓ الكتب والمراجع.

✓ الاتصاءات الشأصففة مع الآبراء والمأآصففن.

✓ المشرف أو الأستاذ الأكاءمفف.

✓ الزملاء فف المهنة أو العمل.

صفاة المشكلة العلمفة:

إن صفاة المشكلة فف عبارات واضآة ومفهومة ومآءةة تعبفر عن مضمون المشكلة ومآالها، وتوجه البأآ إلى العنافة المباشرة بمشآلته، وجمع المعلومات والبنانات المتعلقة بها وترشد البأآ إلى مصادر المعلومات المتعلقة بمشآلته، تتطلب من البأآ آآفر الألفاظ والمصطلآات لعبارات المشكلة أو الأسئلة التي تطرحها للبحث بصورة تعبفر عن مضمون المشكلة بءقة بآف لا تكون موسعة متعددة الآوانب، كآفرة التفاصيل أو ضفقة مآءةة للآافة وفسعب فهم المقصوء منها بءقة ووضوح (آوءت عزت عطاوف، 2007، ص 64).

وففترض فف صفاة المشكلة العلمفة: الإفآاز - الشمول - الترففب طبقا للقواعد اللآوففة والمنهجفة معا - آآنب الغموض من آلال عءم اسآآءام ألفاظ أءبفة وآآرى ذات ءلائل متعددة. بالنسبة للصفاة هناك شكلفن:

1- صياغتها على شكل فقرة تقريرية: من خلال عرض مشكلة البحث في شكل فقرة تفسيرية وصفية تُكتب بأسلوب علمي تحليلي، دون طرح سؤال مباشر في البداية، بل يتم تقديم المشكلة كحقيقة أو وضع علمي يحتاج إلى دراسة.

2- صياغتها في شكل سؤال مباشر أو سؤال رئيسي واسئلة فرعية: وهي الطريقة الأفضل والأكثر شيوعاً.

وهنا نعيد التأكيد على ضرورة إجابة الباحث في صياغته للمشكلة البحثية على الأسئلة التالية:

- ما العلاقة بين المتغيرات الداخلة في الدراسة؟ وهل هي محددة وقابلة للقياس؟
- إمكانية صياغة الإشكالية في سؤال واضح ومحدد؟
- إمكانية جمع البيانات عن المشكلة لاختبارها؟
- ابتعاد المشكلة عن القضايا الأخلاقية والدينية.
- قابلية حلها ضمن الوقت والإمكانات المتاحة له؟
- إمكانية تعميم نتائجها والفائدة العلمية من دراستها خاصة بالنسبة لتطور المجتمع؟

مثال تطبيقي:

تكون الأفكار عن المشكلة البحثية في ذهن الباحث بداية عامة وواسعة ثم مع تقدم تفكيره وفهمه لها تتطور قدرته على صياغتها بطريقة أكثر تحديداً وأضيق مجالاً:

مثال: مشكلة بحث حول العلاقات العامة الرقمية (الظاهرة العامة المراد دراستها)، بصورة

محددة أكثر مكانياً: العلاقات العامة الرقمية في الجزائر

الآن تحديد الوضع المراد تفسيره:

وجود اختلاف في صورة المؤسسات لدى الجمهور رغم نشاطها الرقمي المكثف.

هنا نبدأ في طرح الأسئلة:

- هل النشاط الرقمي فعال فعلا؟
- هل يؤثر على سمعة المؤسسة؟
- هل المشكلة تكمن في الاستراتيجية المتبعة أم في تفاعل الجمهور المستهدف؟

صياغة المشكلة: تحويل المشكلة إلى سؤال علمي

من خلال تحديد طبيعة العلاقة بين الممارسات الرقمية للعلاقات العامة في المؤسسة وتعزيز السمعة المؤسسية لدى الجمهور المستهدف

تحديد المتغيرات:

المتغير المستقل: العلاقات العامة الرقمية

المتغير التابع: السمعة المؤسسية

المرحلة	الصياغة
المجال	علوم الاعلام والاتصال
التخصص	العلاقات العامة
الموضوع	العلاقات العامة الرقمية
الظاهرة	تفاوت صورة المؤسسة لدى الجمهور
الفجوة المعرفية	غموض تأثير النشاط الرقمي على السمعة

المشكلة العلمية: ما هو دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز السمعة المؤسسية؟

بشكل أكثر دقة: ما هو دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز السمعة المؤسسية في الجزائر من خلال

نموذج مؤسسة اتصالات الجزائر؟

2- حديد التساؤلات البحثية و/أو فرضيات البحث:

أ. التساؤلات الفرعية للبحث:

هي أسئلة فرعية منبثقة عن الإشكالية الرئيسية يمثل الإجابة عنها كلها إجابة عن هذه الإشكالية. عادة ما يمثل كل تساؤل من تساؤلات البحث محورا من محاور الدراسة، ومن الضروري أن يعبر عن الاستفهام بخصوص العلاقة الموجودة بين مختلف عوامل الظاهرة أو تحديد المتغيرات ذات الصلة بالظواهر المدروسة (أحمد بن مرسل، 2005، ص89).

من الضروري عند صياغة التساؤلات، التزام الدقة والإيجاز والوضوح، حتى يسهل حصر الهدف المراد الوصول إليه من خلال الإجابة عن هذا التساؤل.

استئلة فرعية لموضوع العلاقات العامة الرقمية:

1- أسئلة فرعية حول ممارسات العلاقات العامة الرقمية:

- ما أهم أدوات العلاقات العامة الرقمية التي تعتمد عليها المؤسسة في التواصل مع جمهورها؟
- ما طبيعة المحتوى الرقمي الذي تنشره المؤسسة عبر منصاتها الرقمية؟
- ما مستوى التفاعل الرقمي بين المؤسسة والجمهور؟

2- أسئلة فرعية حول الجمهور والتفاعل:

- ما درجة متابعة الجمهور للمنصات الرقمية الخاصة بالمؤسسة؟
- ما أشكال تفاعل الجمهور مع المحتوى الرقمي للمؤسسة (إعجاب، تعليق، مشاركة)؟
- ما مستوى ثقة الجمهور بالمعلومات المنشورة عبر المنصات الرقمية؟

3- أسئلة فرعية حول السمعة المؤسسية (المتغير التابع):

- كيف يدرك الجمهور صورة المؤسسة عبر الاتصال الرقمي؟

- هل تسهم العلاقات العامة الرقمية في تحسين الانطباع العام عن المؤسسة؟

- ما مستوى رضا الجمهور عن التواصل الرقمي للمؤسسة؟

4- أسئلة تربط بين المتغيرين (الأهم منهجياً):

- هل توجد علاقة بين مستوى التفاعل الرقمي وتعزيز السمعة المؤسسية؟

- هل يؤثر المحتوى الرقمي للعلاقات العامة في ثقة الجمهور بالمؤسسة؟

- إلى أي مدى تسهم سرعة استجابة المؤسسة رقمياً في تحسين صورتها لدى الجمهور؟

5- أسئلة تقييمية وتفسيرية:

- ما التحديات التي تواجه تطبيق العلاقات العامة الرقمية داخل المؤسسة؟

- ما العوامل التي تحد من فعالية العلاقات العامة الرقمية في بناء السمعة المؤسسية؟

- ما المقترحات التي يمكن أن تعزز فعالية العلاقات العامة الرقمية؟

في الختام يجب التأكيد على أنه لا يوجد عدد محدد للتساؤلات التي يمكن طرحها في البحث،

وانما يجب مراعاة ما يلي:

✓ تغطي أبعاد المشكلة دون تكرار

✓ ترتبط مباشرة بالمتغيرات

✓ يمكن الإجابة عنها ميدانياً

✓ تتحول بسهولة إلى فرضيات أو محاور في أداة استبيان

إذا زادت كثيراً ← يصبح البحث مشتتاً.

إذا كانت قليلة جداً ← لا تغطي المشكلة علمياً.

من 3 إلى 7 والأفضل يكون متوسط 5 تساؤلات.

مثال اخر عن تحويل مبادئ النظرية المعتمدة في البحث إلى تساؤلات بحثية:

نظرية الاستخدامات والإشباع: تقوم هذه النظرية على أن الجمهور (أو العاملين هنا) يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق حاجات معينة.

مبادئ النظرية:

ترى النظرية أن الأفراد يستخدمون الاتصال لتحقيق إشباعات مختلفة، أهمها:

- الإشباع المعرفي (الحصول على المعلومات)

- الإشباع الاجتماعي (الانتماء والتفاعل)

- الإشباع النفسي (الشعور بالتقدير)

- الإشباع الوظيفي (تسهيل أداء العمل)

تحويل المبادئ إلى متغيرات بحثية:

المتغير في البحث	مبدأ النظرية
فعالية تدفق المعلومات	الإشباع المعرفي
مستوى التفاعل بين العاملين	الإشباع الاجتماعي
الرضا الوظيفي	الإشباع النفسي
تحسين الأداء المهني	الإشباع الوظيفي

التساؤل الرئيسي:

ما دور الاتصال الداخلي في تحسين أداء العاملين داخل المؤسسة؟

التساؤلات الفرعية (المشتقة من النظرية):

- إلى أي مدى يسهم الاتصال الداخلي في تزويد العاملين بالمعلومات اللازمة لأداء عملهم؟

- ما مستوى التفاعل الذي يحققه الاتصال الداخلي بين العاملين والإدارة؟

- هل يساهم الاتصال الداخلي في تعزيز شعور العاملين بالرضا الوظيفي؟

- كيف يؤثر الاتصال الداخلي في تحسين الأداء المهني للعاملين؟

ب. الفرضيات البحثية:

الفروض هي حلول مقترحة يضعها الباحث لحل مشكلة البحث أو لتفسير الحقائق أو الظروف أو أنواع السلوك التي تجري مشاهدتها، ولم تتأيد بعد عن طريق الحقائق العلمية. وهي إجابة محتملة لأسئلة البحث. وتمثل الفروض علاقة بين متغيرين. متغير مستقل ومتغير تابع (جودت عزت عطوي، 2007، ص 74).

وتكون بعض العناصر أو العلاقات التي تتضمنها الفروض حقائق معروفة، في حين أن البعض الآخر يكون حقائق متخيلة أو متصورة من قبل الباحث للوصول لمعرفة وحقيقة جديدة.

العلاقة بين الفروض والحقيقة-النظرية-القانون:

- الفروض والحقائق: إن الخطوة الأولى للاتجاه نحو الحقيقة بعد التخمينات أو الاقتراحات العشوائية هي الفروض التي تمثل تخمينات منطقية ذكية والتي إذا ما تم إثباتها وصلت إلى مرتبة الحقيقة. فالحقيقة إذا هي فروض ثبتت صحتها.

- الفروض والنظريات: تتشابه الفروض والنظريات في أنها تصورات ذهنية في طبيعتها وفي أن كليهما يسعى لتفسير الظواهر. وعادة ما تقدم النظرية تفسيراً أكثر عمومية من الفرض البسيط. ولما كانت النظرية تقدم إطاراً تصورياً أكثر شمولاً من الفرض، فإنها تتناول حقائق أكثر وفي الواقع قد تحتوي النظرية في إطارها على عدة فروض بينها علاقات منطقية. ويتطلب تأييد النظرية قدراً من الأدلة التجريبية أكبر مما يتطلبه تأييد الفرض. ويجعل هذا القدر من الأدلة احتمال اليقين بالنسبة للنظرية أكبر منه بالنسبة لفرض مؤيد تأييداً ضعيفاً. على أن هذا لا يجعل من النظرية حقيقة مطلقة.

- الفروض والقوانين: يمثل القانون المستوى الأعلى لليقين العلمي. إنه يقدم التفسير الأكثر شمولاً للظواهرات ولذا يمكن تطبيقه على مجموعة كبيرة متنوعة من المواقف. والقانون يمثل علاقة ثابتة بين متغيرين أو أكثر تحت ظروف معينة. والقانون أكثر ثقة من النظريات والفروض (جودت عزت عطوي، 2007، ص 75).

أهمية الفروض العلمية في البحث:

- تزيد من قدرة الباحث على فهم المشكلة أو الظاهرة المدروسة من خلال تفسير العلاقات بين المتغيرات والعناصر المختلفة المكونة لهذه المشكلة أو الظاهرة.
- ترشد الباحث في جمع البيانات ذات الصلة بالموضوع أو المشكلة، يعتبر جمع كم من البيانات عن موضوع معين بلا هدف أمراً عقيماً، لذلك فإن الفروض ضرورية لتوجيه العمل في اتجاهات معينة.
- تساعد الفروض على تحديد الأساليب والإجراءات وطرق البحث المناسبة لاختبار الحل المقترح للمشكلة، مثل تحديد أداة الاستبيان لجمع المعلومات أو الأسلوب الإحصائي لتحليل البيانات وتفسيرها.

صياغة الفروض في البحوث العلمية:

يمكن أن تصاغ بطريقتين:

1. طريقة الإثبات: تعرف الفرضيات في مثل هذه الحالة بالفرضيات المباشرة وتصادغ على شكل يؤكد وجود علاقة موجبة (طرديّة) أو علاقة سالبة (عكسية) بين متغيرين. ففي العلاقة الطردية كلما زاد أحد المتغيرين زاد الآخر وكلما انخفض أحد المتغيرين انخفض الآخر، وفي العلاقة التي تكون عكسية كلما زاد المتغير المستقل انخفض المتغير التابع أو العكس.

امثلة عن طريقة الإثبات:

العلاقة الطردية:

- توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومستوى التفاعل الجماهيري مع المؤسسة.
- كلما زادت شفافية الاتصال المؤسسي زادت ثقة الجمهور بالمؤسسة.

العلاقة العكسية:

- توجد علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين إدارة الالتزامات ومستوى ثقة الجمهور في المؤسسة
- كلما زاد الاتصال غير الرسمي وغير المنظم في المؤسسة، انخفض مستوى الانضباط التنظيمي لدى الموظفين.

2. طريقة النفي: تعرف الفرضيات في هذه الحالة بالفرضيات الصفرية وتصاغ بأسلوب ينفي وجود علاقة بين متغيرين أو أكثر. إن الباحث هنا ينفي وجود الفروق لأنه ليس لديه علم بوجود هذه الفروق. ولا يستطيع التحدث عنها منذ بداية بحثه، ولكنه يعطي نفسه الحق في متابعة الحدث. والفرض الصفري أكثر سهولة لأنه أكثر تحديدا وبالتالي يمكن قياسه والتحقق من صدقه (جودت عزت عطوي، 2007، ص 77)

امثلة عن طريقة النفي:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين فعالية الاتصال الداخلي ومستوى الرضا الوظيفي لدى العاملين.
- لا توجد علاقة بين استخدام البريد الإلكتروني الداخلي ومستوى التنسيق بين أقسام المؤسسة.
- لا توجد علاقة بين سرعة استجابة المؤسسة عبر المنصات الرقمية ورضا الجمهور.

3- أهمية الدراسة وأهدافها:

تتعدد الطرق والأساليب التي تصاغ بها أهمية البحث، إلا أنها تدور بصفة عامة حول جانبين أساسيين هما:

الجانب الأول: أهمية البحث من الناحية العلمية (الأكاديمية)، أي ماذا سوف يضيفه البحث إلى الجانب العلمي؟ أي صياغة المبادئ العامة العلمية المعروفة في أطر جديدة وفق ظروف ومعطيات جديدة.

الجانب الثاني: أهمية البحث من الناحية العملية (التطبيقية)، وهنا يجب على الباحث أن يجيب على السؤال التالي: هل المشكلة التي يبحث فيها سوف تكون مفيدة بالنسبة للمنظمة التي يعمل بها أو المجتمع الذي يعيش فيه؟ (محمد عبد الفتاح الصيرفي، 2009، ص 53).

مثال تطبيقي 1:

حدد الباحث مشكلة البحث على النحو التالي:

ما هو تقييم الجمهور لاستراتيجيات الإشهار المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المؤسسات التجارية؟

أهمية البحث:

تم صياغة أهمية البحث على النحو التالي:

1- من الناحية العلمية:

يسهم هذا البحث في إثراء الدراسات المتعلقة بالإشهار الرقمي واستراتيجيات الاتصال الإشهاري، كما يساهم في فهم كيفية تفاعل الجمهور مع الرسائل الإشهارية عبر الوسائط الرقمية.

2- من الناحية العملية:

يساعد هذا البحث في تشخيص فعالية الاستراتيجيات الإشهارية التي تعتمد عليها المؤسسات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مما يمكن المؤسسات من تحسين حملاتها الإشهارية وجعلها أكثر تأثيراً في الجمهور.

مثال تطبيقي 2:

دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة

حدد الباحث مشكلة البحث على النحو التالي:

ما دور استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة لدى جمهورها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

أهمية البحث:

يتم صياغة أهمية البحث على النحو التالي:

1- من الناحية العلمية:

يسهم هذا البحث في تطوير المعرفة العلمية المتعلقة بدور العلاقات العامة الرقمية في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات، كما يقدم إضافة أكاديمية إلى الدراسات الخاصة بالاتصال المؤسسي.

2- من الناحية العملية:

يساعد هذا البحث المؤسسات على معرفة مدى فاعلية استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في تحسين صورتها لدى الجمهور، مما يساهم في تطوير ممارسات الاتصال داخل المؤسسات.

صياغة أهداف البحث:

أولا نطرح سؤال: ما هو الهدف؟

أن الهدف هو ما نسعى للوصول إليه مستغلين في ذلك كافة الموارد المتاحة لدينا، أفضل استغلال ممكن، فهو السبب الذي من أجله تمت صياغة البحث وكتابته.

والأهداف نوعان:

أ/ هدف رئيسي:

وهو الذي يتحكم ويسيطر على باقي أهدافنا وهو أول الأهداف التي يتم وضعها.

ب/ هدف فرعي:

وهو ذلك الهدف الذي يساهم في الوصول إلى الهدف الرئيسي مع ملاحظة أن:

هدف فرعي + هدف فرعي + هدف فرعي..... = خطة البحث

مثال: بحث بعنوان

دور الإشهار عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على السلوك الشرائي للمستهلك

أ/ الهدف الرئيسي:

التعرف على دور الإشهار عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على السلوك الشرائي للمستهلكين.

ب/ الأهداف الفرعية:

1- التعرف على مدى تعرض الجمهور للإشهار عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

2- تحديد الوسائل الإشهارية الأكثر استخداماً من قبل المؤسسات عبر هذه المنصات.

3- معرفة مدى تأثير الرسائل الإشهارية على قرارات الشراء لدى المستهلكين.

4- الكشف عن اتجاهات الجمهور نحو الإشهار الرقمي.

4- تحديد الإطار النظري للبحث:

يعد الإطار النظري حجر الأساس في البحث العلمي، حيث يوفر الأسس المنطقية والنظرية لتصميم الدراسة وتفسير النتائج، كما يساعد في تحديد المشكلة البحثية وصياغة الفرضيات والأهداف.

ما هي معايير اختيار الإطار النظري للبحث؟

يتم تحديد الإطار النظري المناسب للبحث بعد عملية منظمة تشمل المراجع والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة، حيث تربط بشكل منطقي بمتغيرات البحث، فالنظرية يمكنها تفسير أو توضيح العلاقات الترابطية بينها.

كيف يتم اختيار الإطار النظري المناسب للبحث؟

على الباحث أن يختار بن النظريات المفسرة للظواهر المرتبطة بتخصصه بصورة مباشرة أولاً وقبل كل شيء، ثم إذا عجز عن إيجاد ما يخدم بحثه مما يتوفر في مجاله، يتجه لمجالات أخرى ذات ارتباط بموضوع بحثه.

وتصنف النظريات في البحث العلمي إلى ثلاثة أنواع:

- (1) نظريات وصفية: (تهدف لوصف الظاهرة المدروسة).
- (2) نظريات تفسيرية: (تهدف لتفسير العلاقات والأسباب المؤدية لوقوعها).
- (3) نظريات تنبؤية: (تهدف للتنبؤ بمستقبل الظاهرة المدروسة).

أمثلة توضيحية:

1- نظريات وصفية:

(تهدف إلى وصف الظاهرة الاتصالية كما هي دون تفسير أسبابها).

مثلاً:

- نظرية الاستخدامات والإشباع

تصف كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام لإشباع حاجاته مثل الترفيه أو الحصول على المعلومات.

- نظرية انتشار المبتكرات (الابتكارات)

تصف كيفية انتشار الأفكار أو التقنيات الجديدة عبر وسائل الاتصال داخل المجتمع. ملاحظة: هذه النظريات تركز أساساً على وصف سلوك الجمهور في استخدام وسائل الاتصال. أمثلة توضيحية:

2- نظريات تفسيرية

(تهدف إلى تفسير العلاقات والأسباب المؤدية لحدوث الظاهرة الاتصالية).

مثلاً:

- نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة):

تفسر كيف تؤثر وسائل الإعلام في تحديد القضايا التي يهتم بها الجمهور.

- نظرية دوامة الصمت:

تفسر سبب ميل الأفراد إلى الصمت عندما يشعرون أن آراءهم مخالفة للرأي السائد في المجتمع.

ملاحظة: هذه النظريات تحاول تفسير تأثير وسائل الإعلام في الجمهور والمجتمع.

أمثلة توضيحية:

3- نظريات تنبؤية

(تهدف إلى التنبؤ بما قد يحدث في المستقبل).

مثلاً:

- نظرية الغرس الثقافي

تتنبأ بأن التعرض الطويل لوسائل الإعلام قد يؤثر في إدراك الأفراد للواقع الاجتماعي مستقبلاً.

- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تفترض أنه كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام زاد تأثيرها في معارفهم واتجاهاتهم وسلوكهم.

ملاحظة: هذه النظريات تساعد الباحث على التنبؤ بآثار وسائل الإعلام على الجمهور مستقبلاً.

5- حدود البحث (الزمنية-المكانية-الموضوعية):

تعريف حدود أو أطر البحث العلمي:

هي العناصر التي توضح للباحث والقارئ نطاق الدراسة وحدودها الزمنية، والمكانية، والموضوعية، حيث تساعد الحدود في تقليص حجم البحث بحيث يتناسب مع إمكانيات الباحث وقدراته، كما توضح ما يمكن للباحث معالجته وما هو خارج نطاق بحثه، لذا فإن فهم هذه الحدود يساعد الباحث على صياغة أهداف واضحة ويجنبه الخروج عن الموضوع.

ونتقسم إلى:

1/ الحدود الموضوعية:

تعبر الحدود الموضوعية عن الجوانب أو الموضوعات التي سيعالجها البحث، مما يساعد الباحث على تحقيق تركيز أعمق، حيث تحدد له منذ البداية نطاق ومضمون الدراسة وتفرض عليه الالتزام بما يشمل البحث وما يستبعده، أي ماذا تدرس؟ وما الذي لا تدرسه؟

مثال: في موضوع دور العلاقات العامة الرقمية في تحسين الصورة الذهنية لدى جمهور مؤسسة أوريدو.

تشمل الحدود الموضوعية التركيز على نوع وشكل الرسائل المقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، دون التطرق إلى الجوانب التقنية لتصميم المواقع الإلكترونية.

2/ الحدود الزمنية:

تحدد الحدود الزمنية المدة الزمنية التي يغطيها البحث، يختار بعض الباحثين تضمينها لتحديد الفترة الزمنية التي تركز عليها الدراسة، ويمكن الاستغناء عنها إذا لم تكن هناك ضرورة لتحديدها، إلا أنها تضمن مصداقية البحث خاصة إذا كان ميدانيا، ويستحسن أن تتوافق مع الفترة التي تكون فيها الظاهرة المدروسة في ذروتها.

مثال: في موضوع دور العلاقات العامة الرقمية في تحسين الصورة الذهنية لدى جمهور مؤسسة أوريدو.

تشمل الحدود الزمنية في هذه الدراسة الفترة الممتدة من 2023 إلى 2025، وهي فترة عرفت تزايد استخدام الاتصال الرقمي في المؤسسات.

3/ الحدود المكانية:

تشير الحدود المكانية إلى البيئة الجغرافية التي يتم فيها إجراء البحث، حيث تضاف عند الحاجة لتوضيح السياق الجغرافي أو المؤسسي للدراسة بما يخدم نتائج البحث.

مثال: في موضوع دور العلاقات العامة الرقمية في تحسين الصورة الذهنية لدى جمهور مؤسسة أوريدو.

تشمل الحدود المكانية أو أن البحث يجري على مستوى فروع مؤسسة أوريدو، مع التركيز على الولاية (.....)، البلدية (.....)، فيكون فرع واحد إذا كانت دراسة حالة أو عدة فروع في نطاق جغرافي متقارب.

وعليه ينبغي أن تتسم حدود البحث:

بالانسجام مع مختلف عناصر البحث مثل المشكلة والأهداف والفرضيات، بحيث يظهر البحث كوحدة متكاملة، كما يجب أن تجمع بين الشمولية والاقتصار، أي تغطية الجوانب الأساسية للدراسة دون الخوض في تفاصيل غير ضرورية، مع الحرص على صياغتها بلغة واضحة ودقيقة تبين ما يشملها البحث وما يستبعده، كما ينبغي أن تكون واقعية وقابلة للتطبيق في ضوء الإمكانيات المتاحة، وأن تُعرض بموضوعية وحياد دون تبرير أو تحيز، مع تنظيمها بطريقة منهجية واضحة تسهل فهمها.

6- مفاهيم ومصطلحات البحث:

عرف قاموس **Webster** المفهوم بأنه «لفظ عام يعبر عن مجموعة متجانسة من الأشياء، وهو عبارة عن تجريد للواقع بما يسمح لنا بأن نعبر عن هذا الواقع من خلاله».

كما عرف المصطلح بأنه «الوسيلة الرمزية التي يستعين بها الإنسان للتعبير عن المعاني، والأفكار المختلفة بغية توصيلها لغيره من الناس».

اذن فالمفهوم تعبير عن أشياء متجانسة، دون أن يعني شيئاً واحداً؛ فهو عبارة عن وصف تجريدي لوقائع ملحوظة، ولكنه لا يتحدث عن واقعة بعينها.

مثال الاتصال الداخلي، هنا هل نقصد الاتصال الداخلي في مؤسسة وطنية أو خاصة أو اجنبية، في قطاع سلعي أو خدماتي، تعمل في نطاق جغرافي محدود أو وطني أو دولي....

هناك عدة طرق لتحديد المفاهيم والمصطلحات من أهمها:

أ. التعريف اللغوي: (تعريف القواميس) وهو الذي يعتمد على ذكر ما يساوي الكلمة أو المصطلح

أو المفهوم، وعادة يكون التعريف على أساس لغوي ويطلق عليه الأسلوب أو الطريقة المعجمية أو اللغوية.

ب. التعريف الاصطلاحي: (الاشتراطي) يعتمد على تحديد المعنى الذي يجب أن يستخدم به المفهوم أو مصطلح معين في سياق معين، أي من يقوم بالتعريف يشترط أنه سوف يستخدمه بمفهوم معين بمعنى محدد، وهذا التعريف أيضا يسمى بالعرفات النظرية وهو عبارة عن تعريفات أساسية لأنها تضع الأساس النظري لاستخدام المفهوم أو المصطلح ولا بد عند تعريف مصطلح أو مفهوم أن نبدأ بالتعريف النظري، حتى يكون أساس المفهوم واستخدامه واضحا.

ت. التعريف الاجرائي: وهو الذي يحاول تحديد المفاهيم والمصطلحات في صورة عملياتها الإجرائية والتي يمكن قياسها (نادية سعيد عاشور، عد الرحمان برقوق، 2017، ص78).

وعليه يتوجب على الباحث أن يضبط مفاهيم دراسته، والتي تستخرج عادة من عنوان البحث أو من إشكالية الدراسة، ثم ينتقل بعدها لتقديم التعريفات المختلفة لهذه المفاهيم بحسب مختلف الرؤى والمدارس وفي الأخير يتوجب عليه وضع التعريف الإجرائي والذي يقصد به المعنى المتبنى أو المستخدم في البحث، ويكون وضع التعريفات الإجرائية إما من خلال تبني تعريف قائم أصلا أو الجمع بين عدة تعريفات من أجل الخروج بتعريف أكثر شمولاً.

مثال: فعالية الاتصال الرقمي في المؤسسات الخدمائية في الجزائر - دراسة حالة مؤسسة أوريدو

المفاهيم اللازمة: الاتصال، الاتصال الرقمي، المؤسسات الخدمائية، التكنولوجيات الاتصالية، الرقمنة.

7- الدراسات السابقة:

لأن المعرفة العلمية تراكمية، فمن الضروري ألا تتطلق الدراسات الجديدة من فراغ، فهي إما تتطلق مما توقف عنده الآخرون، أو تحاول أن تقدم رؤية مغايرة تتفادى تكرار ما تم القيام به أو التوصل إليه. وتمسى مراجعة الدراسات السابقة بمراجعة أدبيات البحث العلمي.

لذا فأدبيات أي بحث علمي تقسم إلى ثلاثة أنواع:

. دراسات سابقة

. دراسات مشابهة

. دراسات مرتبطة.

1. الدراسات السابقة: هي الدراسات التي تعرضت إلى نفس الموضوع وب نفس المقاربة والمنهج

تقريباً مع اختلافات طفيفة مرتبطة بالإطارين الزمني والمكاني للدراسة.

2. الدراسات المشابهة: هي الدراسات التي تناولت موضوعاً مشابهاً للدراسة التي يتم إجراؤها مع

اختلافات قد تكون مرتبطة بالوسيلة أو بالعينة أو ربما بالمنهج وأدوات البحث.

3. الدراسات المرتبطة: فهي تلك الدراسات المرتبطة جزئياً بالدراسة التي ينوي الباحث القيام بها.

ويمكن تحديد أهمية الدراسات السابقة فيما يلي:

- إن الاطلاع على الدراسات السابقة يساعد الباحث على الاختيار السليم لبحثه ويجنبه مشقة تكرار بحث سابق كما تمكنه من التأكد أن جميع العوامل التي تؤثر في حل المشكلة قد تضمنها البحث.
- يعرف الباحث بالصعوبات لاتي وقع فيها الباحثون الآخرون وما هي الحلول التي توصلوا إليها لمواجهة تلك الصعاب ومن ثم يتجنب الوقوع في الأخطاء التي وقع فيها الآخرون.
- تزويد الباحث بالعديد من المراجع والمصادر المتعلقة بموضوع بحثه حيث غالباً ما تحتوي تلك الدراسات على بعض التقارير الهامة أو الوثائق الهامة التي لم يطلع عليها الباحث بعد.
- تزويد الباحث بالأدوات والإجراءات والاختبارات التي يمكن أن يستفيد منها في إجراءاته لحل

مشكلته (محمد عبد الفتاح الصيرفي، 2009، ص93).

ويتوجب على الباحث أن يقوم باستعراض أدبيات بحثه العلمي من خلال تقسيمها وتبويبها على النحو المذكور أعلاه، كما يجب استعراض كل دراسة على النحو التالي:

1. ذكر بيانات الدراسة: عنوانها، صاحب الدراسة، في أي إطار؟ (ليسانس، ماجستير، دكتوراه)، السنة، المؤسسة الجامعية.

2. تقديم الإشكالية وتساؤلاتها وفرضياتها.

3. تقديم المنهج المستخدم وأدوات جمع المعلومات.

4. تقديم أهم النتائج المتوصل إليها.

5. نقد شخصي للدراسة (جوانب النقص، والجوانب الإيجابية، وجوانب الاستفادة).

وعند استعراض الدراسات، من الضروري مراعاة الجانب الزمني، إذ يستحسن أن ننطلق من أقدم دراسة حتى نصل إلى أحدث دراسة، كما يمكن مراعاة اختلاف اللغات في ترتيب الدراسات السابقة المعتمدة في البحث. مثلاً: عربية، فرنسية، انجليزية.

المحور الثالث: مناهج البحث الأكثر استخداماً في مجال علوم الاعلام والاتصال

تعريف المنهج:

المنهج هو مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم أو هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة من أجل اكتشاف الحقيقة (صلاح الدين شروخ، 2003، ص92).

وتختلف المناهج باختلاف المواضيع، ولكل وظيفته وخصائصه التي يستخدمها كل باحث، في ميدان تخصصه، والمنهج أيا كان نوعه هو الطريق الذي يسلكه الباحث للوصول إلى نتيجة معينة (عمار بوحوش، 2007، ص102).

وفيما يلي نقدم أهم المناهج المعتمدة في أبحاث علوم الاعلام والاتصال:

1- المنهج المسحي:

يعرف المسح لغة بـ: "إلقاء نظرة شاملة وفاحصة على موضوع معين بغرض فهمه وإدراك مختلف جوانبه وتداخلاته وأبعاده" (عبد الحفيظ عبد الحبيبة وآخرون، 2000، ص91)، ويعرف المنهج المسحي بأنه "جهد منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث". (سمير محمد حسين، 1976، ص76) وهو أيضا "تصوير للوضع الراهن وتحديد للعلاقات التي توجد بين الظاهرات والاتجاهات"، كما أنه "ليس مجرد وصف لما هو ظاهر للعيان بل إنه يتضمن الكثير من التقصي، ومعرفة الأسباب والمسببات لما هو ظاهر للعيان" (نوال محمد عمر، 1986، ص107).

ويعرف المنهج المسحي في اللغة الفرنسية بـ **Méthode d'enquête**، أي منهج التحقيق العلمي الذي يستخدمه الباحث في دراسة موقف معين، من خلال بحث الشواهد والتجارب والوثائق المكونة لوضعه الطبيعي، لجمع البيانات والمعلومات المحققة للغرض العلمي المنشود.

وعرف الباحث **نوقان عبيدات** المنهج المسحي بأنه "المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها". (نوقان عبيدات وآخرون، 1984، ص187)

ويعد منهج المسح من أكثر المناهج العلمية استخداما وفي جميع مجالات البحث تقريبا، وهذا الاستخدام الواسع لمنهج المسح للظواهر في مجالاتها العلمية المتعددة وميادينها المختلفة جعل منه المنهج القابل للتطبيق مع جميع أدوات البحث العلمي المعروفة.

خطوات المنهج المسحي:

تتمثل خطوات المنهج المسحي فيما يلي:

1. الشعور بمشكلة البحث وجمع معلومات وبيانات تساعد على تحديدها.
2. وضع أسئلة الدراسة حول المشكلة التي نريد بحثها.
3. وضع فرضيات الدراسة كحلول مبدئية للمشكلة يعمل الباحث بموجبها للوصول إلى الحل المطلوب.
4. اختيار عينة الدراسة المناسبة.
5. اختيار أدوات البحث التي يستخدمها في الحصول على المعلومات كالاستبيان أو المقابلة أو الاختبار أو للملاحظة وذلك وفقا لطبيعة المشكلة وفروضة ثم يقوم بحساب صدقها وثباتها.
6. القيام بجمع المعلومات المطلوبة بطريقة دقيقة ومنظمة.
7. وضع قواعد لتصنيف البيانات بطريقة تتسم بعدم الغموض وملاءمة فرضيات الدراسة والقدرة على إبراز أوجه التشابه والاختلاف في العلاقات ذات المغزى.
8. الوصول إلى النتائج وتنظيمها وتصنيفها.
9. تحليل النتائج وتفسيرها في عبارات واضحة ومحددة واستخلاص التعميمات والاستنتاجات منها (جودت عزت عطوي، 2007، ص ص 174-175).

ومن أبرز التصميمات المنهجية لمسح جمهور المتلقين في مجال الاعلام والاتصال نجد نوعين

أساسيين هما:

- المسح الوصفى: الذي يهتم بجمع البيانات وتحليلها بهدف الوصف والقياس الدقيق لمتغير أو أكثر وصياغة النتائج في أطر مستقلة ترتبط بهذه المتغيرات.
- المسح الاستدلالي أو التفسيري أو التحليلي: الذي يشرح ويفسر لماذا تستمر حالة أو ظاهرة ما، ويستخدم عادة لاختبار العلاقة بين المتغيرات ورسم الاستدلالات التفسيرية.

ومن امثلة ذلك:

مسوح الرأي العام التي تستهدف التعرف ميدانيا على الآراء والأفكار والاتجاهات والقيم والمفاهيم والدوافع والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المختلفة الخاصة بجمهور معين، أيضا باستخدام أداة تحليل المحتوى (المضمون) يمكن تحليل الموارد المنشورة في وسائل الاعلام قصد التعرف على ما قدم فيها من موضوعات، وفي مسوح جماهير وسائل الاعلام بغرض التعرف على خصائص جمهور معين من أجل اعداد برامج تتناسب مع حاجاته ورغباته، أو بغرض اجراء دراسات قياسية لأثر ما تبثه وسائل الاعلام من مواد إعلامية على جماهيرها، وأيضا مسح النشاطات المختلفة لوسائل الاعلام الخاصة بالبث والنشر والتوزيع والاعلان وسير العمل الإعلامي والتسييري والإداري والمالي والاجتماعي الخاص بالعاملين بها، وقس على ذلك كل ما يتعلق بالاتصال والعلاقات العامة والاشهار في شكلها التقليدي و/ أو الرقمي.

مميزات المنهج المسحي:

- يتميز المنهج المسحي في البحث العلمي بمجموعة من المميزات يمكن تلخيصها في الآتي:
- سهولة في الاستخدام ومن ثم تعدد مجالات التطبيق.
- القدرة كبيرة على تغطية وحدات كثيرة من المجتمع المدروس باستخدام منهج العينة في أغلب الأحيان.
- يتناول ظواهر معاصرة ذات قيمة وفائدة ونفع لجميع أفراد المجتمع محل الدراسة.

- يمكن جمع كم كبير من البيانات بسهولة نسبية من أفراد متنوعين،
- تسمح التقنية المسحية للباحث اختبار عدد كبير من المتغيرات، واستخدام العديد من أنواع الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات.
- يتجاوز معضلة الحدود الجغرافية، إذ يمكن إجراؤه في أي مكان.

عيوب المنهج المسحي:

- يعاب عليه بعض النقاط والتي تتمثل في الآتي:
- يصعب على مستخدميه السيطرة على جميع متغيرات الدراسة.
- ترتبط قيمته بدقة العينة المختارة للدراسة ومدى جودة أدوات جمع البيانات والمعلومات.
- التحيز من قبل الباحث وذلك بالنسبة لبعض الجوانب في الدراسة.
- تتزايد صعوبة إجراء بعض البحوث المسحية لأن نسبة المشاركة تتناقص باستمرار.
- الأخطاء المرتكبة في عملية الاستبانة (تصميم الاستبيان واللغة المعتمدة) ينتج عنه تحيزاً في النتائج.

2- المنهج التاريخي:

تعريفه المنهج التاريخي:

هو مجموعة الطرائق والتقنيات التي يتبعها الباحث بهدف الوصول إلى الحقيقة التاريخية، وإعادة بناء الماضي بكل وقائعه وزواياه، وكما كان عليه في مكانه وزمانه.

وهو تسجيل ووصف للأحداث الماضية وتحليلها وتفسيرها على أسس منهجية علمية دقيقة لفهم الحاضر والمستقبل (رحيم يونس كرو العزاوي، 2008، ص79).

لذا فهو أسلوب بحث نوعي يستخدم لجمع الأدلة عن الأحداث الماضية، وصياغة النظريات والأفكار حولها، ويتألف من عدة قواعد وتقنيات منهجية لتحليل البيانات ذات الصلة بالموضوع أو المرحلة التاريخية.

ويستخدم المنهج التاريخي في البحث العلمي في الحالات الآتية:

- الكشف عن المجهول.
- الإجابة عن الأسئلة التي لم يجب عليها حتى الآن.
- البحث وتحديد علاقة الأحداث السابقة وعلاقتها بالحاضر.
- تسجيل وتقييم الأنشطة والإنجازات السابقة للأفراد والوكالات والمؤسسات.
- المساعدة على فهم الثقافة البشرية.

ويعتمد هذا المنهج على نوعين من المصادر:

(1) المصادر الأولية للمعلومات:

هي المصادر الأساسية للمعلومات وعادة ما تكون وثائق وعناصر أصلية مرتبطة بالنتائج المباشرة لحدث ما أو تجربة ما، وبشكل عام، يتم إنشاء المصادر الأولية في وقت الحدث التاريخي الذي يتم وصفه أو بالقرب منه متمثلة بالمستندات القانونية الأصلية أو القطع الأثرية أو السجلات أو أي معلومات أخرى.

(2) المصادر الثانوية للمعلومات:

هي أوصاف روايات لأشخاص لا يعتبرون شهود عيان على الحدث أو الذين لم يعرفوا شخصياً الشخص محل الدراسة، وهم من الأشخاص الذين لم يتواجدوا على الفور في وقت الحدث، كما تتضمن تحليلات للمصادر الأولية التي أعدها أشخاص مؤهلون كالمؤرخين وعلماء الاجتماع، ويمكن أن تكون المصادر الثانوية على شكل السير الذاتية، والمقالات العلمية، والكتب الشعبية، والكتب المرجعية،

والكتب المدرسية، وسجلات المحكمة، والمعلومات المخبرية، والموسوعات، والمقالات الصحفية، وحتى إشعارات النعي، ويعتبر الكلام المتناقل شفويا مصدرا أساسيا أو ثانويا حسب نوع الدراسة.

والمصادر الثانوية مهمة جدا فقد تدل الباحث على مصادر أصلية هامة، ومن خلالها يكون صورة عامة عن الموضوع الذي هو بصدد دراسته وبالتالي الوصول إلى تحديد مشكلته البحثية.

(المعهد الوطني لتكوين مستخدمي التربية وتحسين مستواهم، سند تكويني، 2005، ص19/17)

مزايا المنهج التاريخي:

- النزاهة والحيادية التي تضمن عدم تفاعل الباحث مع موضوع البحث الذي يعتمد المنهج التاريخي.
- مساعدة تحليل البيانات التاريخية على تفسير الأحداث الحالية والتنبؤ بالأحداث المستقبلية.

عيوب المنهج التاريخي:

- إمكانية عدم اكتمال البيانات التاريخية، بسبب أنها عرضة للفقدان (تدمير المستندات بسبب الحروب أو بمرور الوقت).
- الحاجة للكثير من البحث والتركيز والنزاهة، لأنه من الممكن أن يكون توثيق التاريخ غير صحيح في كثير من الأحداث.
- يعتبر المنهج التاريخي معقد وواسع ويحتاج اعتماده للكثير من الوقت والصبر.

أمثلة عن دراسات في مجال الاتصال تستخدم المنهج المسحي و/ أو المنهج التاريخي:

❖ دور العلاقات العامة الرقمية في تحسين صورة المؤسسة (دراسة مسحية على متعاملي شركة أوريدو)

❖ تطور الإشهار في الجزائر من الوسائل التقليدية إلى الرقمية (دراسة تاريخية)

❖ تطور الاتصال الرقمي في المؤسسات الجزائرية وتأثيره على الأداء الوظيفي (دراسة تاريخية

+ مسحية)

- تاريخياً: تتبع ظهور الاتصال الرقمي

- مسحياً: دراسة تأثيره الحالي على الموظفين

❖ تطور الإشهار عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره على سلوك المستهلك (دراسة تاريخية

ومسحية)

- تاريخياً: تطور الإشهار الرقمي

- مسحياً: تحليل سلوك الجمهور

3- منهج دراسة الحالة:

عرف عالم الاجتماع الأمريكي **فيرتشايلد Fairchild** دراسة الحالة بأنها منهج في البحث

الاجتماعي يمكن عن طريقه جمع البيانات ودراستها، بحيث يمكن رسم صورة كلية لوحدة معينة في

علاقاتها المتنوعة وأوضاعها الثقافية. (Schutt R, 1966)

ودراسة الحالة هي الدراسة التي تهتم بحالة فرد أو جماعة أو مؤسسة يصعب على الباحث

استخدام المناهج الاخرى من أجل جمع معلومات معمقة حولها.

حيث تتسم بالعمق والتكامل ولكن نتائج مثل هذه الدراسة لا تستثمر إلا في نطاق ضيق وهو

نطاق الحالة المدروسة ونادرا ما تقبل النتائج للتعميم على حالات أخرى. (جودت عزت عطوي، 2007،

ص181)

خطوات دراسة الحالة:

1- تحديد مشكلة الدراسة أو نوع السلوك المطلوب دراسته.

- 2- تحديد المفاهيم والفروض العلمية والتأكد من توفر البيانات المتعلقة.
 - 3- تحديد الحالة المدروسة.
 - 4- تحديد وسائل جمع البيانات كالملاحظة والمقابلة والوثائق الشخصية كتواريخ الحياة والسير والمفكرات... الخ.
 - 5- تدريب جامعي البيانات وتوضيح نوع البيانات والمعلومات المراد جمعها.
 - 6- جمع البيانات وتسجيلها وتحليلها.
 - 7- وضع النتائج والاستخلاص. (عبد الباسط محمد حسن، 1990، ص380)
- وتأتي بيانات دراسة الحالة من مصادر متعددة منها:
- دراسة أقوال المبحوثين بأن يطلب منهم في مقابلات أو استمارات استرجاع خبرات سابقة متنوعة أو التعبير عن رغباتهم الحالية.
 - تحليل الوثائق المتعلقة بالحالة مثل السجلات، المذكرات الشخصية، الاختبارات أو المقاييس الجسمية أو النفسية أو الاجتماعية.
 - دراسة الجماعة المرجعية للحالة مثل الوالدين أو الإخوة والأخوات والأصدقاء والمعارف ومختلف سجلات المحاكم والمدارس والمستشفيات والهيئات الاجتماعية والدينية.

مزايا منهج دراسة الحالة:

- تساعد المعلومات التي يحصل عليها الباحث من دراسة حالة ما في فهم ودراسة حالات أخرى لها نفس الظروف. فالعوامل التي أدت إلى ادمان طفل على الألعاب الالكترونية، يمكن أن تؤثر أيضا على طفل آخر من نفس المستوى الاجتماعي والاقتصادي للطفل الأول.

عيوب منهج دراسة الحالة:

- صعوبة انتقاء وحدات للدراسة تكون ممثلة للمجتمع الأصلي مما يؤدي إلى صعوبة تعميم نتائج دراسة الحالة.
- قد تكون المعلومات التي يقدمها المبحوث عن نفسه وخبراته الماضية أو الحاضرة غير دقيقة سواء أكان ذلك عمداً أو عن طريق النسيان وبذلك تضيق بعض التفاصيل الهامة.
- قد تتدخل العناصر الذاتية عند جمع المعلومات.
- قد تكون البيانات والمعلومات المجموعة غير دقيقة نتيجة أخطاء الإدراك أو الذاكرة أو الخداع المقصود أو الانحياز اللاشعوري أو المبالغة في تقدير الأحداث غير العادية.

4- المنهج المقارن:

- هو أسلوب من أساليب البحث العلمي يعتمد على دراسة الظاهرة في سياقات أو بيئات أو أزمنة مختلفة، بهدف تحديد أوجه التشابه والاختلاف بينها، ثم تفسير هذه النتائج للوصول إلى تعميمات علمية، أو لفهم أسباب الظاهرة بشكل أعمق.
- هو منهج يجيب عن سؤال: "لماذا تختلف أو تتشابه هذه الظاهرة عندما تنتقل من مجتمع إلى آخر، أو من فترة زمنية إلى أخرى؟".
- حيث لا يقف عند حدود الوصف، بل يتجاوزها إلى التحليل والتفسير، مما يجعله أداة فعالة في خدمة البحث العلمي، ويمنح الباحث مرونة كبيرة لفهم الظواهر في سياقاتها المتعددة، ويمكن اعتباره شكلاً من أشكال "التجريب غير المباشر".

خصائصه الأساسية:

- المنهج المقارن بطبيعته: لا يدرس حالة واحدة بمعزل عن غيرها.

- يهدف للتفسير: لا يقتصر على وصف الفروق، بل يسعى لتفسير أسبابها ونتائجها.
- متعدد المستويات: يمكن تطبيقه على الدول، المؤسسات، النصوص، الجماهير، أو الفترات الزمنية.
- مثلا في علوم الإعلام والاتصال: قد تقارن بين طريقة تغطية قناة "الجزيرة" وقناة "بي بي سي" لأزمة سياسية كحرب الولايات المتحدة الأمريكية على إيران، أو بين أنظمة تنظيم الإنترنت في أوروبا مقابل آسيا، أو بين استخدام التكنولوجيات الاتصالية بين مؤسسة ومؤسسة منافسة لها في نفس المجال.

خطوات تطبيق المنهج المقارن:

- تحديد موضوع البحث وإشكاليته: حيث تبدأ عملية البحث بتحديد دقيق لموضوع المقارنة، وصياغة إشكالية البحث وما يرتبط بها من تساؤلات البحث العلمي الرئيسية والفرعية.
- صياغة الفرضيات وتحديد المتغيرات: وهنا يقوم الباحث في هذه المرحلة بوضع فرضيات البحث التي تمثل التفسيرات المبدئية للظاهرة، إلى جانب تحديد المتغيرات التي سيتم بناء المقارنة عليها، سواء أكانت هذه المتغيرات نقاط اتفاق أو اختلاف.
- تحديد المصطلحات الإجرائية: يحدد الباحث المصطلحات والمفاهيم العلمية التي سيستخدمها في بحثه بشكل إجرائي واضح.
- جمع البيانات والمعلومات: وتشمل هذه الخطوة جمع البيانات النظرية (من الدراسات السابقة والمؤلفات) والبيانات الميدانية (من الواقع العملي أو من تجارب مختلفة).
- تنظيم المعلومات وتصنيفها: يقوم الباحث بترتيب وتجميع البيانات بشكل منطقي، ثم تصنيفها وفق أوجه التشابه والاختلاف.
- المقارنة والتحليل: في هذه المرحلة يبدأ الباحث بعقد المقارنات وفق معايير محددة مسبقاً، مثل البنية، الأهداف، النتائج، أو طرق الأداء.

- التفسير والتحقق: يقوم الباحث بتفسير النتائج وتوضيح ما تعكسه من دلالات نظرية وعملية، مع التأكد من مدى صدقها وصحتها عبر اختبارها على الفرضيات الموضوعية سابقاً.
- صياغة النتائج وتعميمها: يقوم الباحث أخيراً بكتابة النتائج النهائية بشكل علمي منظم، مع تعميمها قدر الإمكان بما يخدم المعرفة العلمية.

مميزات وعيوب المنهج المقارن:

1- المميزات:

- فهم السياق: يسمح بمعرفة كيف تؤثر البيئة (سياسياً، اقتصادياً، ثقافياً) على الإعلام.
- اختبار النظريات: يمكن التحقق من صحة النظريات الاتصالية في مجتمعات مختلفة.
- تطوير السياسات: يساعد صناع القرار بالاستفادة من تجارب الآخرين الناجحة والفاشلة.
- تجنب الانحياز: يكسر النظرة المركزية الغربية ويظهر تنوع النماذج الإعلامية.
- تمييز العام من الخاص: يفصل بين الظواهر العالمية (مثل الأخبار الزائفة) والمحلية.
- إثراء التعليم: ينمي التفكير النقدي والمقارن لدى طلاب الإعلام.
- كشف الأسباب العميقة: يذهب لما هو أبعد من الوصف السطحي للظواهر الإعلامية.

2- العيوب:

- تكافؤ الحالات: من الصعب جداً العثور على مجتمعين متماثلين للمقارنة العادلة.
- مشكلة المفاهيم: نفس المفهوم (مثل "الموضوعية" أو "الحرية") يختلف تعريفه من ثقافة لأخرى.
- جمع البيانات صعب: ليس كل الدول توفر بيانات إعلامية موثوقة أو متشابهة.
- التبسيط المفرط: قد يختزل الباحث ظواهر معقدة في متغيرات قليلة جداً.
- حيز الباحث: خلفية الباحث الثقافية تؤثر على اختياره للحالات وتفسيره للنتائج.
- مكلف ويستغرق وقتاً: يحتاج فرقاً متعددة اللغات، وسفرأ، وجهداً كبيراً.

- نتائج غير قطعية: غالباً ما تقدم النتائج تفسيرات احتمالية وليس حقائق مطلقة. صعوبة العزو السببي: من الصعب الجزم أن سبب الاختلاف يعود لمتغير محدد بدقة (ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، 2000، ص58/56)

امثلة عن دراسات حول:

منهج دراسة الحالة:

- دور منصة تيك توك في تشكيل الثقافة الاستهلاكية لدى فئة المراهقين الجزائريين- دراسة حالة ثانوية الاخوين حامية بالقبة الجزائر العاصمة
- إدارة الأزمات الاتصالية في المؤسسات العمومية الجزائرية: دراسة حالة مؤسسة سوناطراك
- استخدام الذكاء الاصطناعي في غرفة الأخبار: دراسة حالة لقناة العربية

المنهج المقارن:

- تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية: دراسة مقارنة بين الشباب الجزائري والشباب التونسي
- أثر الاتصال الخارجي على الصورة الذهنية للمؤسسات الاتصالية الجزائرية: دراسة مقارنة بين مؤسستي أوريدو وجيزي.

المحور الرابع: أدوات البحث العلمي

1- الملاحظة العلمية:

- هي المشاهدة الدقيقة لظاهرة ما، مع الاستعانة بأساليب البحث والدراسة التي تتلاءم مع طبيعة الظاهرة المدروسة، فالبحث العلمي يقوم على الملاحظة الواقعية للأشياء والظواهر، حيث أشار بيكون

إلى أسلوب الملاحظة فقال: "الملاحظة والتجربة من أجل تجميع المواد والاستقراء والقياس من أجل استخراج النتائج، هذه الآلات الفكرية الصحيحة". (إبراهيم إبراش، 2009، ص261/262)

ويقول دي غرو *DeGroat*: "إن الملاحظة تستخدم في جمع البيانات التي يصعب الحصول عليها عن طريق المقابلة والاستفتاء وذلك لعدم تعاون المبحوثين، كما تستخدم الملاحظة في البحوث الاستكشافية والوصفية والتجريبية". (كمال محمد المغربي، 2011، ص130)

شروط الملاحظة كأداة من أدوات البحث العلمي:

- أن تكون معدة بعناية حتى يرى الباحث ما هو مفروض أن يراه.
- أن تكون موجهة لغرض محدد.
- أن تكون منظمة.
- أن تسجل بدقة وحرص، بموضوعية وعدم استباق للأحداث.
- أن تخضع للضوابط الأساسية كالدقة في تحديد الأسئلة التي يجب الإجابة عنها، والأمانة العلمية والموضوعية، ككل أدوات البحث العلمي الأخرى. (وائل عبد الرحمان وآخرون، 2007، ص78)
- يجب أن يكون الملاحظ مؤهلاً للملاحظة ومستعداً لها، وقادراً على القيام بها وهذا يتطلب سلامة الحواس والبعد عن القلق والتوتر عند إجرائها.
- يجب تسجيل الأمور الملاحظة بأسرع ما يمكن، وفي الحال إن أمكن أو عقب الملاحظة مباشرة، ذلك لأن الاعتماد على الذاكرة أمر غير مضمون العواقب.
- يجب أن يستعين الملاحظ بكل وسيلة أو أداة تعينه على الدقة مثل آلة التسجيل أو آلة تصوير أو اختبارات نفسية. (كمال محمد المغربي، 2011، ص133)

أنواع الملاحظة:

- 1- الملاحظة البسيطة (العفوية، غير مضبوطة): تحدث تلقائيا وتكون عادة في بداية البحث، حيث قد تكون السبب في لفت انتباهه للظاهرة الواجب دراستها. (كامل محمد المغربي، 2011، ص131)
- 2- ملاحظة علمية أو منظمة: تقوم على أسس منظمة ومركزة بعناية وموجهة إلى غرض محدد بحيث تسجل بدقة كبيرة.
- 3- الملاحظة بدون مشاركة: وتقوم على مجرد ملاحظة الباحث للظاهرة دون أن يشارك في أعمالها.
- 4- ملاحظة بالمشاركة: وتحدث عندما يشارك الباحث في الظاهرة محل الدراسة، بسبب ضرورة وأهمية التقرب أكثر من العينة المدروسة، أو سرية وحساسية الظروف المحيطة بالظاهرة المدروسة. (إبراهيم إبراش، 2009، ص264)

مزايا الملاحظة العلمية:

- تستخدم في مجالات واسعة خاصة فيما يتعلق بالسلوك الإنساني.
- لا تتطلب عددا كبيرا من الأفراد ليكونوا موضوع البحث.
- تلاحظ الحادث حين وقوعه.
- تلاحظ الحاضر ولا تعتمد على الماضي.
- لا تتطلب عددا كبيرا من العينة مقارنة بالأدوات الأخرى.
- لا تعتمد كثيرا على الاستنتاجات. (وائل عبد الرحمان التل، 2007، ص80)

عيوب الملاحظة العلمية:

- صعوبة ملاحظة كل أفراد مجتمع البحث في وقت واحد.
- صعوبة التقيد بالموضوعية عند الملاحظة.

- في حالة عدم الملاحظة بشكل مستمر، يؤدي هذا إلى غياب الانسجام المنطقي وتقويت فرصة ملاحظة بعض الظواهر المهمة.
- في أسلوب الملاحظة بالمشاركة، قد تحدث علاقات صداقة أو تعاطف م بين الباحث والمبحوثين، مما يؤثر على مصداقية نتائج البحث.
- في حالة عدم امتلاك الباحث للمؤهلات اللازمة للملاحظة، لا تحقق جمع جيد للبيانات والمعلومات كأن يكون الباحث عصبي المزاج أو متسرعا أو عاطفيا يتأثر بسهولة.
- إن لم تسجل الملاحظة في نفس الوقت ولجأ الباحث للذاكرة قد تضيع تفاصيل أو معلومات مهمة تؤثر على نتائج البحث.
- أن الملاحظة محدودة بزمان معين، أو حالة معينة وهنا قد يشعر أفراد العينة بأنهم مراقبون فيتعمدون تغيير أو تعديل سلوكهم، وإعطاء انطباعات مصطنعة. (وائل عبد الرحمان، 2007، ص80)

2- المقابلة العلمية:

التعريف المقابلة العلمية:

تعرف بأنها "المحادثة الجادة الموجهة نحو هدف محدد غير مجرد الرغبة في المحادثة لذاتها". (جودت عزت عطوي، 2007، ص110) وهي بالتالي تعتبر محادثة ذات هدف معين وهذا الهدف علمي قائم على أسس معرفية مضبوطة للإجابة على بعض التساؤلات البحثية، وهي تستخدم للحصول على

معلومات واسعة عن ظواهر معينة لا سيما فيما يخص تصرفات الأفراد والجماعات تجاه قضايا معينة في فترات تاريخية هامة.

يعتمد أسلوب المقابلة بشكل كبير على التقارير الشفوية من الأشخاص الذين تتم مقابلتهم بهدف الحصول على معلومات عن تصرفات معينة قاموا بها في الحال أو في الماضي.

وتسمح المقابلة الشخصية بإجراء مزيد من التعمق في البحث والاستفسار عن المقصود من الأسئلة وتتميط وتوحيد المعنى العام من السؤال، وإزالة أي لبس أو سوء فهم للسؤال واحداث شكل من أشكال التفاعل والألفة بين الباحث وبين المفردة التي يستقي منها البيانات والمعلومات (محمد عبد الغني سعد حسن، محسن أحمد الخصري، 1992، ص70).

أنواع المقابلة:

تختلف المقابلة من حيث نوعية الأسئلة التي تتضمنها ومدى الضبط المبني في تصميمها وفي تنظيمها ووضعها بشكل محدد من قبل الباحث وتبعاً لذلك فإن هنالك نوعين من المقابلة.

أ. المقابلة المنظمة: ويطلق عليها أيضاً المقابلة المقننة، وتكون الأسئلة فيها والإجابات التي سيختارها الباحث محددة بشكل مسبق قبل إجراء المقابلة. وهي تتضمن توجيه أسئلة موحدة في الشكل والمعنى والعبارة لعدد من الأشخاص المستجوبين دون إحداث أي تغيير مهما كان. ولكن في كل الحالات للمستجوب الحرية في طريقة الإجابة من خلال التحليل والتفسير أو الاختصار. وفي هذا النوع من المقابلات هناك عدة أنواع من الأسئلة منها:

1. أسئلة مغلقة: وهي التي يتم فيها تحديد إجابة المستجيب بعدد من الخيارات الموضوعة له والتي

تكون عبارة عن إجابات من نوع (نعم) أو (لا) و (موافق) أو (غير موافق)، ويمكن إضافة خيار

ثالث وهو (لا أعرف)، كما يمكن وضع الإجابة بأشكال أخرى محددة سلفاً تزيد عن ثلاث خيارات

مثل (أوافق بشدة)، (أوافق)، (أعارض)، (أعارض بشدة).

ويتميز هذا النوع من الأسئلة بأنه أكثر كفاءة وسهولة في استخراج النتائج سواء من خلال عملية التفريغ أو القراءة الكمية التي غالبا ما تكون من الأعلى إلى الأدنى.

2. أسئلة مفتوحة: وهي الأسئلة التي تسمح بإجابة حرة للمستجيب بدلا من حصره في عدد من الإجابات المحددة له. والأسئلة تثير تساؤلا أو موضوعا معينا، ولكنها لا تعطي المستجيب أو تقترح له إجابة محددة. فالمستجيب له حرية الإجابة بطريقته ولغته الخاصة، وهي مهمة حينما يكون الموضوع معقدا وأبعاده غير معروفة لأنها تسمح للمستجيب إبداء رأيه في موضوع معين وكيفية النظر إلى ذلك الموضوع وشعوره وتوضح النقاط غير المفهومة، حيث أن ما يميزها عن الأسئلة المغلقة أنه يمكن تفسير أسباب حدوث الظاهرة، كما أنها تمكن الباحث من كشف معلومات مهمة لم تكن متوقعة لدى تصميم البحث وتقترح فرضيات. لكن من سلبياتها تعدد تحليل الأجوبة وتصنيفها والوقت الطويل الذي تأخذه، حيث أنه من الصعب تحليلها كميا وإحصائيا.

وعلى العموم فإنه في كلتا الحالتين يتم إتباع المقابلة المنظمة أو المقننة حرفيا ولا يسمح للشخص الذي يقوم بإجراء المقابلة إحداث أي تغيير عليها.

ب. المقابلة الحرة: تتسم بأن لها هدفا معينا مسيطرا على الأسئلة إلا أن صياغتها ومحتواها وترتيبها تترك بيد الشخص الذي يقوم بإجراء المقابلة. ويستخدم هذا النوع من المقابلات عندما يكون الباحث مهتما بدراسة اتجاهات وحوافز وتصورات الأشخاص بشكل متعمق لا تتيحه المقابلة المنظمة سواء بأسئلتها المغلقة أو المفتوحة، حيث يستطيع الباحث طلب معلومات أكثر تفصيلا عن بعض النقاط. (جودت عزت عطوي، 2007، ص112)

وضمن المقابلة الحرة نجد عدة أنواع منها:

1. المقابلة المركزة: يقوم الباحث خلال هذه المقابلة بتركيز اهتمامه على تجربة أو خبرة معينة لدى

المستجيب وتأثيراتها. ويكون لدى الباحث معرفة بالموضوع الذي سيقوم بالاستفسار عنه بشكل

مسبق. والأسئلة التي يتم توجيهها للمستجيب وتوقيتها تترك كلية للباحث أو مساعديه. وبالتالي يكون لديه حرية في الاستفسار عن الشعور والدوافع والأسباب ومتابعة النقاط التي تتم إثارتها برغم عدم توقعها، وتبعاً لذلك يستطيع الباحث التحكم وتوجيه المقابلة بالرغم من حرية الإجابة المتروكة للمستجيب.

2. المقابلة غير الموجهة: وتتميز هذه المقابلة بوجود حرية لدى المستجيب في الإجابة أو التعبير عن رأيه. وقد جاءت تسمية المقابلة من نوع العلاج النفسي الذي يتم فيه ترك المريض للتعبير عن شعره بدون أي توجيه أو اقتراح. (إحسان محمد الحسن، 1982، ص70)

شروط أسئلة المقابلة:

- هناك عدة شروط خاصة بالأسئلة التي يوجهها الباحث إلى المبحوث وهي على النحو التالي :
- أن تكون مباشرة لها علاقة فقط بموضوع الدراسة.
 - أن تكون واضحة ولا تستخدم الكلمات غير المستعملة لدى عامة الناس.
 - إذا كانت الأسئلة تتضمن بعض المصطلحات الخاصة فيجب أن توضع بين قوسين.
 - لا يجب أن يكون هناك سؤالان في سؤال واحد، حيث يجب فصل كل سؤال عن الآخر.
 - لا يجب على الباحث في المقابلات الموجهة أو المنظمة أن يقوم بشرح أسئلته إلى المبحوث لأن هذا الشرح قد يؤدي إلى توجيهه.

مزايا وحدود المقابلة:

من مزايا المقابلة:

1. تعتبر أفضل الطرق ملائمة لتقييم الصفات الشخصية.
2. لها فائدة كبيرة في عملية الاستشارة.
3. تزودنا بمعلومات تكمل طرقاً أخرى لتجميع البيانات.

4. يمكن استخدام المقابلة مع أداة الملاحظة، للتحقق من المعلومات التي يتم الحصول عليها بأدوات بحثية أخرى.

5. التعرف على ملامح أو مشاعر أو تصرفات المبحوثين في مواقف معينة.

من حدود المقابلة:

1. تستهلك كثيرا من الوقت والجهد ويمكن أن تكون باهظة التكاليف.
2. نجاح المقابلة يعتمد على رغبة المستجوب في الحديث وقدرته على التعبير بدقة عما يريد تقريره.
3. تتأثر المقابلة بعوامل متعددة من الضغوط والتوتر وغيرها من العوامل التي قد تؤثر على كل من القائم بالمقابلة والمستجوب.

3. استمارة الاستبيان:

التعريف الاستبيان:

الاستبيان هو عبارة عن مجموعة من الأسئلة التي تعد بقصد الحصول على معلومات وآراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين. وتعد الاستمارة من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية التي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات أو تصورات أو آراء الأفراد (عبيدات وآخرون، 1999، ص63).

وفي البحث العلمي الاستبيان هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيره عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة (أحمد بن مرسل، 2005، ص203).

ويتطلب الاستبيان تحديد مشكلة البحث بشكل واضح حتى يمكن عرضها على شكل أسئلة، وإلا فإن الغموض والتفسير الخاطئ سيكون لهما تأثير على النتائج ومدى صحتها وفائدتها.

أنواع الاستبيان: (إحسان محمد الحسن، 1982، ص 57/55)

أ. الاستبيان المغلق: وتكون الإجابة فيه على الأسئلة محددة بعدد من الخيارات مثل (نعم) أو (لا)، (موافق) أو (غير موافق). ويمتاز الاستبيان المغلق بالبساطة وسرعة تفريغ المعلومات وقلة التكاليف النسبية لدى القيام بعملية تحليل المعلومات الواردة فيه. كما وأنه يعتبر أكثر كفاءة عندما تكون خيارات الأجوبة الموضوعية معروفة ومحدد العدد وواضحة تماما.

ب. الاستبيان المفتوح: يتم تصميم هذا النوع بحيث يتيح الإجابة للمستجيب على الأسئلة الواردة في الاستبيان بدلا من حصر إجابته في عدد محدد من الخيارات. وهذا النوع من الأسئلة يثير عادة موضوعا معينا ولكنه لا يعطي أية إشارة أو اقتراح للمستجيب لكيفية الإجابة.

ت. الاستبيان المغلق-المفتوح: نظرا للصعوبات التي تنتج عن استخدام كل من الاستبيان المغلق والمفتوح، فإن بعض الدراسات تلجأ إلى أسلوب الأسئلة المغلقة والمفتوحة في آن واحد. ويتم ذلك عندما يكون الموضوع الذي تجري معالجته معقدا ويتطلب معلومات معمقة، ويتم بتوجيه سؤال مفتوح للمستجيب تتبعه مجموعة من الأسئلة المغلقة التي تصبح أكثر تخصيصا حول ما ذكره المستجيب.

إن وضع الأسئلة للاستبيانات بمختلف أنواعها يتم بحيث تكون بنفس الصيغة والكلمات ونفس الترتيب لجميع المستجيبين لضمان إجاباتهم على نفس الأسئلة وبالتالي فإن ترتيب الأسئلة قد تم الاتفاق عليه بشكل مسبق ولا يسمح بإضافة أو حذف أية أسئلة.

خصائص الاستبيان الجيد:

للاستبيان الجيد خصائص أهمها:

1. يوجه أسئلة كي يحصل على معلومات لتحقيق أهداف البحث.
2. يتضمن أسئلة ذات علاقة بالدراسة، ولا يتضمن أسئلة ليس لها علاقة بالموضوع أو ليست هامة.
3. لا يهدف للحصول على معلومات يمكن الحصول عليها بوسائل أخرى كالمعلومات التي نحصل عليها عن طريق الملاحظة.
4. لا يتضمن أسئلة خارج إطار ذاكرة المستجوب.
5. يتضمن أسئلة يمكن الإجابة عليها بسهولة وسرعة قدر الإمكان.
6. يتضمن كل سؤال إجابة واحدة.
7. ألا تثير الأسئلة الطرف المستجيب.
8. تتفح الأسئلة مطلوب كلما اقتضى الأمر ذلك. (منذر الضامن، 2006، ص94)

تصميم الاستبيان:

هناك عدة مراحل يمر بها الباحث حينما يسعى إلى تصميم الاستمارة البحثية يمكن حصرها في النقاط التالية:

1. تحديد نوعية المعلومات المطلوبة: وهي غالبا ما تكون من نوع المعلومات الشخصية كالسن والتعليم والجنس والدخل.
2. تحديد نوع الاستبيان المستخدم: كل أسئلة سواء أكانت مغلقة أو مفتوحة أو مغلقة-مفتوحة في آن واحد لها أهداف محددة مرتبطة أساسا بنوع المشكلة والظاهرة المدروسة وبالتالي فلا مجال للاستبيان الذي يتم قبل تحديد الظاهرة أو الإشكالية المدروسة بدقة.
3. المسودة الأولى للاستبيان: ويتطلب هذا الأمر تحديد الهدف الرئيسي للبحث وتقسيمه إلى أجزاء أو أهداف فرعية تعتبر خطوطا عريضة لمواضيع الاستبيان وكيفية ترتيبها سواء من ناحية منطقية

أم من ناحية نفسية. وبعد أن يتم تحديد المواضيع تتم المباشرة بكتابة الأسئلة لكل موضوع أو محور.

4. يعرض الاستبيان بعدها على أساتذة محكمين: (من 3 إلى 5) مختصين في الموضوع أو في المنهجية للحكم على مدى توافق الاستبيان مع الإشكالية المطروحة وخدمته لها. بعدها يتم تعديل الاستبيان بناء على الملاحظات المقدمة، على أن يتم الأخذ بالملاحظات التي توافق عليها أكثر من أستاذ محكم، في حين يترك الأمر للباحث لقبول التعديلات الواردة من أي أستاذ محكم بشكل فردي بناء على اقتناعه بالمبررات المقدمة.

5. يجري الباحث على استبيان اختبار الصدق والثبات: من خلال توزيعه على عينة تجريبية (من 15 إلى 20 بالمائة من العينة الإجمالية)، في فترتين متباينتين لقيس بطرق إحصائية مدى ثبات الاستبيان وصدقه.

4- تقنية تحليل المحتوى:

1. تفكيك مصطلح تحليل المحتوى:

أ. التحليل: هو عملية ملازمة للفكر الإنساني تستهدف إدراك الأشياء والظواهر بوضوح من خلال عزل عناصرها بعضها عن بعض، ومعرفة خصائص أو سمات هذه العناصر وطبيعة العلاقات التي تقوم بينها. وهي الفكرة العامة لعملية التحليل مهما اختلفت الأساليب والوسائل أو تطورت بتطور العلوم والمعارف.

ب. المحتوى: هو كل ما يقوله الفرد أو يكتبه ليحقق من خلاله أهدافا اتصالية مع آخرين، وهو عبارة عن رموز لغوية أو غير لغوية يتم تنظيمها بطريقة معينة ترتبط بشخصية الفرد (المصدر) وسماته الاجتماعية فيصبح مظهرا من مظاهر السلوك يميزه عن غيره من الأفراد، ويستهدف جمهورا

محددا بسماته واحتياجاته واهتماماته ليدرك ما في المحتوى من معاني وأفكار فيتحقق اللقاء والمشاركة بين المصدر والجمهور. (نسرين حسونة، د.س.ن، ص2)

2. تحديد مفهوم تحليل المحتوى:

هناك تعاريف عديدة لتحليل المضمون، إلا أن هناك شبه إجماع على تعريفي كل من **برنارد بيرلسون Bernard Berelson** بأنه "أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم والكمي للمحتوى الظاهر لمضمون الاتصال". (Bernard Berelson, 1952, P18)

وعرفه **أولي هولستي Oli Holsti** بأنه "وسيلة للقيام باستنتاجات عن طريق التحديد المنظم والموضوعي لسمات معينة في الرسائل الاتصالية" (Oli Holsti, 1969, P12).

من خلال تعريف **بيرلسون** يمكن استنباط ما يلي:

1. يتسم تحليل المضمون بالموضوعية، والموضوعية سمة مميزة للبحث العلمي، وعلى هذا الأساس على الباحث أن يتحرر من أي نزعة شخصية وألا يصدر أحكامه بناءً على ما يجب أن يكون. ففي إطار موضوعية البحث لا يمكن للباحث أن يتحيز لأي موقف أثناء دراسته للظاهرة محل الاهتمام، حتى يمكن لغيره أن يصل إلى نفس النتائج إذا ما أعيد تطبيق نفس الأداة من قبل باحثين آخرين.
2. يجب أن يتم تحليل مضمون مادة الاتصال بطريقة منظمة وموضوعية تتماشى وقواعد البحث العلمي. فالباحث يختار ما ينبغي دراسته على أسس علمية، ملتزماً بمستوى أو وحدة التحليل المناسبة، حتى يمكن الوصول إلى تعميمات علمية سليمة على المادة المدروسة.
3. يرتبط تطبيق أداة تحليل المضمون في العلوم الإنسانية والاجتماعية بوصف الظاهرة أو الظواهر المدروسة كمياً، ويستلزم في ذلك استخدام لغة الأرقام عن طريق رصد تكرارات الفئات المختلفة لوصف الظاهرة المدروسة.

4. يكون التحليل محصوراً في إطار المادة الاتصالية محل الدراسة، دون تجاوز الباحث للمادة المدروسة أثناء عملية الوصف المبدئي للظاهرة المدروسة. (Bernard Berelson, 1952, PP20-21)

خصائص تحليل المحتوى:

1. يسعى تحليل المحتوى عن طريق تصنيف البيانات وتبويبها إلى وصف المضمون الصريح أو المحتوى الظاهر للمادة الإعلامية.

2. يعتمد تحليل المحتوى على تكرارات أو ظهور الجمل أو الكلمات أو المصطلحات أو المعاني أو الرموز المتضمنة في قوائم التحليل في المادة الإعلامية بناءً على ما يقوم به الباحث من تحديد موضوعي لفئات التحليل ووحداته.

3. لا يقتصر تحليل المحتوى على الجوانب الموضوعية فقط، وإنما يشمل الجوانب الشكلية أيضاً.

4. ترتبط عملية تحليل المحتوى من النواحي الفنية أو المنهجية والإجرائية بالمشكلة العلمية للبحث وفروضه أو تساؤلاته وبالأهداف البحثية والأغراض التحليلية الشاملة.

5. تحليل المحتوى أداة وأسلوب للتحليل إلى جانب أساليب وأدوات أخرى.

6. يجب أن يتميز تحليل المحتوى بالموضوعية ويخضع لمتطلبات المنهجية.

7. ينبغي أن يكون تحليل المحتوى منتظماً.

8. يعتمد تحليل المحتوى أساساً على الأسلوب الكمي في عمليات التحليل بهدف القيام بالتحليل الكيفي على أسس موضوعية.

9. يجب أن تكون نتائج تحليل المحتوى متطابقة في حالة إعادة الدراسة التحليلية.

10. ينبغي أن تكون نتائج تحليل المحتوى قابلة للتعميم.

11. تدمج نتائج تحليل المحتوى مع بقية النتائج الأخرى للبحث لدراساتها في إطار أعم وأشمل وتحميل المادة الإعلامية تحميل متكاملًا في سياقها العام وظروفها الموضوعية المحيطة بها. (نشرين حسونة، د.س.ن، ص ص4-5)

تنظيم تحليل المحتوى:

يقوم تحليل المحتوى على تقطيع المادة المدروسة إلى وحدات (أجزاء تستخدم) في قياس مدى تردد الموضوع محل التحليل. وهي تعرف لدى الباحثين بوحدات العد والتسجيل، كونها تستخدم في الحساب التكراري لمدى ظهور البيانات في المضمون المعالج، وهي خمسة أنواع:

أ. وحدة الكلمة: هي الجزء الأصغر في اللغة المكتوبة أو في اللفظ المنطوق الذي يمكن استخدامه في حساب معنى معين أو مفهوم ما أو رمز محدد أو شخصية بذاتها يدور حولها النص.

ب. وحدة الموضوع: وتعرف أيضا بوحدة الفكرة التي يدور حولها الموضوع. لذا تستخدم كوحدة عد في قياس الموضوعات، وكوحدة تسجيل في حساب الأفكار الخاصة بالسباب والدوافع والآراء والتصرفات والقيم والاعتقادات والاتجاهات... إلخ.

ت. وحدة المساحة والزمن: وهي المقاييس المادية التي يستخدمها الباحث في حساب المضامين الصحفية فوق صفحات الجرائد والمجلات أو الوقت الذي يستغرقه بث برنامج معين.

ث. وحدة الشخصية: تطبق وحدة الشخصية في القياس الكمي لمحتويات القصص والمسرحيات والتمثيلات والمسلسلات والكتابات التي تتناول حياة الشخصيات، وسيرهم الذاتية لتحليل شخصياتهم الحقيقية والخيالية في النص المدروس للتعرف عليها وضبط درجة تكرارها وأسلوب إظهارها.

ج. وحدة مفردة النشر: وهي النوع الإعلامي الذي يختاره منتج المادة المدروسة في توصيل هذه الأخيرة إلى الجمهور المستهدف. مثل: كتاب، قصة، مقال، تحقيق، خبر، إعلان، صورة، برنامج

إذاعي، برنامج تلفزيوني، مسلسل، مسرحية، نشرة أخبار... إلخ.

ح. وحدة السياق: وحدات السياق هي الوحدات اللغوية (جملة، فقرة، نص كامل)، التي يعود إليها الباحث في بحثه عن المعاني الخاصة بالجوانب محل التحليل في المادة المدروسة. وهي الوحدة اللغوية الأكبر من وحدة التسجيل.

خ. وحدة العد: هي وحدة التحليل الأساسية، التي يستخدمها الباحث في القياس الكمي لحجم المادة المدروسة في شكلها المادي الذي ظهرت فيه. أي قياس الوحدات المادية مثل : المساحات والزمن ومفردة النشر...إلخ.

د. وحدة التسجيل: إن وحدة التسجيل تختلف عن وحدة العد كونها تعتمد على عنصر المعنى في ترميز المدلولات المستهدفة في التحليل والمشكلة لأغراضه النهائية.

ذ. فئات التحليل: هي التقسيمات والتوزيعات والأركان التي يعتمد عليها الباحث في توزيع وحدات التحليل المتوصل إليها في المادة المدروسة. كمثّل فئة ماذا قيل؟ تعنى بالموضوعات، وفئة كيف قيل؟ تعنى بشكل المادة، وفئة في أي اتجاه؟ تعنى بالتعرف على اتجاهات منتج المادة نحو موضوع معين (إيجابي، سلبي، مؤيد معارض...إلخ).

المحور الخامس: اختيار وتحديد عينة البحث العلمي

1. تعريف مبدأ المعاينة:

المعاينة تعني اختيار مفردات من مجتمع البحث تمتلك نفس خصائص المجتمع الذي نرغب في دراسته، ويتم الاعتماد على مبدأ المعاينة كبديل عن أسلوب الحصر الشامل الذي يعتمد التعداد لكل مفردة من مفردات المجتمع الإحصائي وذلك بتجميع بعض البيانات المتعلقة ببعض المتغيرات عن جميع مفردات المجتمع الأصلي. ومن أمثلة أسلوب الحصر الشامل التعداد السكاني والصناعي، حيث من نتائج مثل هذه الدراسات مؤشرات إحصائية يمكن الاهتداء بها في عملية التخطيط. ويعاب على

هذا الأسلوب تعذر استخدامه في كثير من البحوث وبخاصة إذا كان مجتمع الدراسة الأصلي كبير حيث ذلك يتطلب جهداً ووقتاً وتكلفة (أبو طاحون، 1998).

2. مصطلحات خاصة بالعينة:

- المجتمع النظري والمجتمع الممكن:

السؤال الأساسي الذي يحفز على اختيار العينة هو "على من تود أن تعمم نتائج دراستك"، في معظم البحوث نحن نهتم بما يتعدى الناس المشاركين في الدراسة. كما أننا نرغب أن نتحدث بلغة عامة تتجاوز الناس الذين قمنا بدراساتهم. الجماعة التي تود أن تعمم لها تعرف بالمجتمع. وهي الجماعة التي تود أن تختار منها العينة كما أنها هي الجماعة التي ستعمم عليها. أي أننا نسمى المجتمع الذي تود التعميم عليه بالمجتمع النظري والمجتمع الذي يمكن أن نصل إليه بالمجتمع الممكن.

- إطار العينة:

إطار العينة إما أن يكون قوائم تحمل أسماء المجتمع الممكن أو طريقة لاختيار العينة - الاتصال العشوائي عبر التلفون -، في حالة عدم وجود قوائم بأسماء المجتمع يجب على الباحث أن يصف بالتفصيل كيفية الاتصال بالمجتمع الممكن للحصول على التمثيل الكافي من خلال اختيار العينة.

3. أنواع العينة:

- العينة غير الاحتمالية:

الفرق بين العينة الاحتمالية والعينة غير الاحتمالية أن الأخيرة لا تقتضي الاختيار العشوائي في حين أن العينة الاحتمالية تقتضيه. الاختيار العشوائي يعنى إعطاء جميع الوحدات في المجتمع فرصاً متساوية في الاختيار. هل يعنى هذا أن العينة غير الاحتمالية لا تكون ممثلة للمجتمع؟ ليس بالضرورة. لكن هذا يعنى أن العينة غير الاحتمالية لا تستطيع الاعتماد على منطق نظرية الاحتمالات. في العينة

الاحتمالية نعرف على الأقل أننا مثّلنا المجتمع تمثيلاً كافياً. في العينة غير الاحتمالية قد نستطيع وقد لا نستطيع تمثيل المجتمع تمثيلاً كافياً.

يفضل الباحثون بصورة عامة طرق اختيار العينة الاحتمالية أو العشوائية على الطرق غير الاحتمالية ويعدونّها أكثر دقة وصرامة.

أحياناً في البحوث التطبيقية قد لا يكون مجدياً، عملياً أو مفيد نظرياً أن نطبق عليه العينة العشوائية، في مثل تلك الحالات نلجأ إلى عدة خيارات من العينة غير الاحتمالية. ويمكننا أن نقسم العينة غير الاحتمالية إلى نوعين عريضين: العرضية والقصدية.

1 - العينة العرضية:

يشمل هذا النوع العديد من طرق اختيار العينة مثل مقابلة من يتصادف وجودهم في الشارع. في العديد من المواقف يتم اختيار العينة من مجموعات من المتطوعين. المشكلة في هذا النوع من طرق اختيار العينة أن الباحث لا يمكن له في أي حال من الأحوال تقدير مدى تمثيلية العينة للمجتمع الأصلي (أحمد بن مرسلّي، 2005، ص195).

2 - العينة القصدية:

العينة القصدية هي العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصياً بانتقاء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلاً صحيحاً. (أحمد بن مرسلّي، 2005، ص197)

ب. العينة الاحتمالية:

السمة المميزة للينة الاحتمالية هي أننا يمكننا أن نحدد لكل وحدة عينة من مجتمع الدراسة الاحتمال الذي يمكن أن تدخل به العينة، بمعنى آخر إن وحدات العينة لها الاحتمال المتساوي لدخولها في عينة البحث.

توجد أربعة أنواع من العينة الاحتمالية هي:

أ - العينة العشوائية البسيطة.

ب - العينة العشوائية المنتظمة.

ج - العينة الطبقية.

د - العينة العنقودية.

فيما يلي نعرض لكل نوع من أنواع العينة بالتفصيل:

أ - العينة العشوائية البسيطة: العينة العشوائية البسيطة هي الأساس في العينة الاحتمالية وتدخل في كل أنواع العينات الأخرى. وهي باختصار تعنى إعطاء كل وحدات العينة ضمن مجتمع الدراسة فرصة متساوية لاحتمال تمثيلها ضمن عينة الدراسة. مثلاً عند إجراء القرعة عن طريق العملة المعدنية هناك احتمالان لوجهي العملة بنسبة 50% لكل منهما. (إحسان محمد الحسن، 1982، ص51)، ويستعمل الباحثون عادة برامج الحاسب الآلي أو قوائم الخانات العشوائية لاختيار العينة العشوائية.

طريق الاختيار العشوائي كما أسلفنا تعنى أن كل وحدة عينة في مجتمع الدراسة لها احتمال

معروف ومتساو لتمثيلها في عينة الدراسة يعرف هذا الاحتمال: n / N

حيث n تمثل حجم العينة.

و N تمثل مجتمع الدراسة.

مثلاً: إذا كان هناك مجتمع دراسة مكون من 50389 فرداً وترغب في اختيار عينة من 1800 فرد فإن احتمال تمثيل كل وحدة عينة من مجتمع الدراسة في عينة الدراسة هو

$$1800 \text{ ————— أي } 0.0357$$

ب - العينة العشوائية المنتظمة: تحتوي العينة المنتظمة على اختيار وحدات عينة بطريقة منتظمة بعد اختيار وحدة العينة الأولى بطريقة عشوائية (إحسان محمد الحسن، 1982، ص51). مثلاً إذا كنا نرغب في عينة من 10 شخص من مجتمع دراسة مكون من 100 شخص. نقوم باحتساب المدى بقسمة مجتمع البحث على حجم العينة

المدى هو $10/100 = 10$ ، ثم نختار نقطة الانطلاق في عدد يقل عن المدى، ونضيف في كل مرة قيمة المدى ونتوقف عند الوصول إلى الحجم المطلوب. لنفترض أننا انطلقنا من 8، إذا مفردات العينة هي: 8، 18، 28، 38، 48، 58، 68، 78، 88، 98.

ج - العينة الطبقية: تستخدم العينة الطبقية من أجل ضمان تمثيل مختلف مجموعات مجتمع البحث في عينة الدراسة. نظرياً يمكننا القول أن العينة الطبقية تقلل من احتمالات الإقصاء بشكل كبير (إحسان محمد الحسن، 1982، ص52).

الفكرة الأساسية وراء العينة الطبقية هي أن المعلومات المتوفرة عن مجتمع الدراسة تستخدم لتقسيمه إلى مجموعات تشترك في بعض الخصائص.

لنفترض مثلاً أن في مجتمع دراسة ما هناك 700 من البيض، 200 من الأفارقة الأمريكيين و100 من المكسيكيين الأمريكيين. إذا أخذنا عينة عشوائية بحجم 100 شخص فإننا نتوقع أن تضم 70 من البيض و20 من الأفارقة و10 من المكسيكيين.

من المهم هنا أن نشير إلى ضرورة الحذر من تقسيم مجتمع الدراسة إلى مجموعات كثيرة لأن ذلك يزيد من حجم العينة.

يمكن أن تكون العينة الطبقية تناسبية عندما نختار من كل مجموعة عدداً ثابتاً من وحدات العينة يكون حجم العينة من كل طبقة متناسباً مع حجم السكان في تلك الطبقة وإذا اختلف العدد الكلي للسكان في كل طبقة تكون العينة الطبقية غير تناسبية.

د - العينة العنقودية: تستخدم العينة العنقودية في الدراسات ذات المستوى الأكبر لأنها الأقل كلفة. وتشتمل العينة العنقودية على اختيار مجموعات كبرى تعرف بالعناقيد، ثم يتم اختيار وحدات العينة من تلك العناقيد. والعناقيد يتم اختيارها عن طريق العينة العشوائية البسيطة أو الطبقية (أحمد بن مرسل، 2005، ص194). هذا واعتماداً على مشكلة الدراسة يمكن إدخال كل وحدات العينة في عينة الدراسة أو يمكن أن نختار وحدات منها عن طريق العينة العشوائية أو الطبقية.

المحور السادس: الفرق بين البحوث الكمية والبحوث الكيفية والإجراءات

المنهجية الخاصة بكل نوع

أولاً: البحوث الكمية

هي نوع من البحوث العلمية التي تفترض وجود حقائق اجتماعية موضوعية، منفردة ومعزولة عن مشاعر ومعتقدات الأفراد، وتعتمد على الأساليب الإحصائية في الغالب في جمعها للبيانات وتحليلها).

كما تهدف المناهج الكمية في الأساس إلى قياس الظاهرة موضوع الدراسة، وقد تكون هذه القياسات من الطراز الترتيبي، مثل أكثر من أو أقل أو عددية وذلك باستعمال الحساب.

إن أغلبية البحوث في العلوم الإنسانية تستعمل القياس، وكذلك الأمر حينما يتم استعمال المؤشرات النسب المتوسطات أو الأدوات التي يوفرها الإحصاء بصفة عامة، إننا نستجد بالمنهج الكمية أثناء محاولة معرفتنا مثلا تطور أسعار الاستهلاك، نية التصويت في الانتخابات القادمة، الارتباط بين درجة التحضر ونسبة المواليد. (العايب سليم، 2013، ص35،

(<https://asjp.cerist.dz/en/article/26940>)

خصائص المناهج الكمية:

ظهرت المناهج الكمية في العلوم الاجتماعية والإنسانية في الثلاثينات من القرن السابع عشر مع أولى المساهمات التاريخية في تصميم لفرنسيس بايكون، إنها تلك المناهج التي يقترح تطبيقها في الحقول والموضوعات التي تتمتع بخاصيات ثلاث: قابلية الملاحظة، سببية واضحة وموضوعية عالية وتستخدم مناهج البحث الكمي في العلوم الطبيعية والاجتماعية وعلى نحو أقل في العلوم الإنسانية التاريخ الفلسفة الأخلاق الفنون... يهدف البحث الكمي إلى جمع بيانات حول ظاهرة معينة، باستخدام أدوات قياس كمية تطبق على عينة من المجتمع لكنها تماثله وتتم معالجة البيانات التي يتم جمعها بطريقة إحصائية للوصول إلى نتائج علمية قابلة للتعميم على مجتمع البحث كاملا بهذا فإن القياس هو الأداة الرئيسية التي تستخدمها مناهج البحث الكمية في ملاحظة وتكميم ظاهرة اجتماعية تسمح .

لهذا بالإمكان صياغة تعبير كمي (إحصائي، نسب ...) يصف العلاقة بين متغير ومتغير آخر ضمن الظاهرة. وهي المعطيات الكمية التي يقوم الباحث فيم بعد بتحليلها. وأهم أنواع المناهج الكمية المنهج التجريبي الذي يعتمد على الملاحظة والتجربة واختبار الفرضيات، بالإضافة إلى المنهج الوصفي والمسح والمنهج الإحصائي. وأهم الأدوات التي تستخدمها هذه المناهج لجمع المعطيات الاستبيان وتحليل المحتوى وأين تعتمد البحوث الكمية على العينات الاحتمالية ومن خلال العلاقات بين

المتغيرات يمكن تعميم النتائج والتوصل إلى تنبؤات خاصة بالظاهرة المدروسة. (خلفي حفيظة، 2022،

ص1115، <https://asjp.cerist.dz/en/article/190997>)

ثانيا: البحوث النوعية (الكيفية)

هي نوع من البحوث العلمية التي تفترض وجود حقائق وظواهر اجتماعية يتم بناؤها من خلال وجهات نظر الافراد، والوحدات المشاركة في البحث.

كما تهدف في الأساس إلى فهم الظاهرة موضوع الدراسة، وعليه ينصب الاهتمام هنا أكثر على حصر معنى الأقوال التي تم جمعها أو السلوكات التي تمت ملاحظتها، ونجد أيضا بأن البحث الكيفي هي تلك التي يتحدث ويشارك فيها المبحوثون مع الباحثين في البحث عن الحقيقة وهذا ما جعل منهج الملاحظة بالمشاركة، والمقابلة الكيفية وبحث سيرة الحياة وطريقة المحادثة الجماعية والمنهج الوثائقي، تشهد عملية إحياء.

وعليه فالبحث الكيفي هو الذي يرى في المجتمع وإنسانيته وتاريخه كتابا مفتوحا يتعلم منه لا يعلمه، ويستخلص المعرفة مباشرة من الإنسان وعالم حياته، ويفسر التغيرات النوعية في المجتمع المعقد، فهو مفهوم مركب لمدخل نظرية ومنهجية مختلفة جدا إلى الواقع الاجتماعي، حيث يقول أنسليم سترأوس: "يقصد بمصطلح البحث الكيفي أي نوع من البحوث لم يتم التوصل إليها بواسطة الإجراءات الإحصائية، أو بواسطة أي وسائل أخرى من الوسائل الكمية".

خصائص المناهج الكيفية:

ظهرت المناهج الكيفية في النصف الثاني من القرن العشرين وتطورت في العقود الثلاثة الأخيرة مع استخدام تقنيات جديدة. الدافع لاستخدام مناهج كيفية يتمثل في طبيعة الموضوعات التي لا يمكن قياسها أو تكميمها أو يتمثل في الأسباب غير الظاهرة لفعل اجتماعي أو قوة التقاليد كدافعين لسلوك فرد

أو جماعة. وهي موضوعات لا تحتاج إلى القياس وإنما إلى الفهم. فالفارق بين المناهج الكمية والمناهج الكيفية أن الكم في الأولى هو الأساس أما النوع أو كيف هو الأساس في الثانية. وتستخدم المناهج الكيفية في علم النفس، الأنثروبولوجيا، الأثنولوجيا، العمل الاجتماعي، علم الأخلاق، الفنون. أهم أنواع المناهج الكيفية المنهج الأثنوغرافي، تحليل الخطاب والتحليل السيميولوجي. بالإضافة لمنهج التحليل الموضوعاتي، "ويعني أداة تحليل المعطيات الكيفية من خلال إحالة أنماط. وبحسب علماء المنهجيات لا غنى لباحث منهجي كفي عن إتقان هذا المنهج الذي يغدو مهارة تفيد في كل أنواع التحليل. هو أكثر من مجرد تجميع أو تلخيص للمعطيات، هو إعادة تنظيم لها ليسهل إعطاؤها معنى وفهمها في سياق أوسع.

ومن أنواع البحوث الكيفية البحوث الاستكشافية الاستطلاعية، ذلك أن البحث الاستكشافي يتم استخدامه عندما لا تتوفر معلومات كافية عن الظاهرة خاصة في حالة عدم توفر دراسات سابقة من قبل حول المشكلة محل الدراسة. كما أن بعض البحوث التاريخية تعد نوعا من البحوث الكيفية، حيث يعتمد البحث التاريخي في حالات كثيرة على دراسة الوثائق وتحليلها. وجمع الحقائق منها وتركيبها، ثم تفسيرها من أجل فهم الأحداث الماضية ومحاولة فهم الحاضر على ضوء الأحداث والتطورات الماضية.

إن منهج البحث الكيفي هو الذي يعتمد على دراسة الظاهرة في ظروفها الطبيعية باعتبارها مصدرا مباشرا للبيانات، وتستخدم بياناته الكلمات والصور وليس الأرقام ويعتمد في جمع بياناته على الملاحظة بالمشاركة وإجراء المقابلات وفحص تحليل الوثائق والمقابلة المتعمقة، حيث لا يهدف البحث الكيفي عادة إلى تعميم النتائج بل إلى توسيع نتائج الحالة المبحوثة لاحتمالات الاستفادة منها في مواقف وحالات أخرى، حيث تكمن قيمة الدراسة الكيفية في فقدانها للتعميم. (عامر إبراهيم قنديلجي، 2012، ص45)

ثالثاً: الفرق بين البحوث الكمية والكيفية والإجراءات المنهجية الخاصة بكل نوع

يعتمد البحث الكمي على البيانات الرقمية والقياس الإحصائي لاختبار الفرضيات والتعميم على مجتمع كبير، بينما يعتمد البحث الكيفي على البيانات النصية والوصفية لفهم المعاني والتجارب بعمق دون هدف التعميم الإحصائي.

الإجراءات المنهجية للبحث الكمي:

(1) صياغة فرضيات قابلة للقياس، (2) اختيار عينة احتمالية كبيرة الحجم، (3) استخدام أدوات موحدة كالاستبيان المغلق والاختبارات المقننة، (4) جمع البيانات رقمياً، (5) تحليلها باستخدام الإحصاء الوصفي (متوسطات وانحرافات) والاستدلالي (اختبارات T، ANOVA، الانحدار)، (6) تعميم النتائج على المجتمع الأصلي.

الإجراءات المنهجية للبحث الكيفي:

(1) صياغة سؤال بحثي مفتوح، (2) اختيار عينة هادفة صغيرة (كروية ثلجية أو قصوى التباين)، (3) استخدام أدوات مرنة كالمقابلة المعمقة ومجموعات التركيز والملاحظة المشاركة، (4) جمع نصوص وصفية وتسجيلات، (5) تحليلها عبر الترميز المفتوح والمحوري والانتقائي لاستخراج المواضيع الأساسية، (6) ضمان المصادقية عبر التثليث وإرجاع النصوص للمشاركين، (7) كتابة تقرير سردي غني بالاقتباسات دون تعميم إحصائي.

إمكانية المزج بين الطريقة الكمية والكيفية في بحوث علوم الإعلام والاتصال:

يؤكد الباحثون في مجال علوم الاعلام والاتصال على أن المزج بين الاسلوب الكمي والاسلوب الكيفي ليس ممكناً فحسب، بل هو ضرورة منهجية تفرضها طبيعة الظواهر الاتصالية المعقدة. فالإعلام والاتصال، بوصفهما ممارستين اجتماعيتين متشابكتين، يحملان أبعاداً قابلة للقياس (كنسب التعرض،

ءمء الجمهور، معءلات التفاعل) وأبعاداً أخرى تتطلب فهماً عميقاً (كالمعاني المتولءة عن الرسائل، اتءاهات الجمهور، ءيناميكيات التلقي، واستراتيجيات إنتاج المضامين).

فطبيعة الموضوع هي التي تفرض على الباحث الأخء بأسلوب أو بآخر، وكثيراً ما تكون الظاهرة الاتصالية بطبيعتها متطلبة لكلا الأسلوبين معاً. فباحث الإعلام والاتصال يءتاج إلى تصميماة مختلطة ءمع بين تحليل المضامين إءصائياً واستكشاف المعاني كيفياً، أو بين قياس تأثير وسيلة إعلامية بالأرقام وفهم ءوافع وسلوكيات الجمهور بالمقابلات والملاحظة.

كما بإمكان الباحث أن يبدأ بءمع بيانات كمية (كرصد نسب تكرار خطاب معين في نشرة إءبارية، أو مسح لاتءاهات الجمهور عبر استبيان موسع)، ثم ينتقل إلى مرحلة كيفية معمقة (كمقابلات مع صحفيين أو جمهور محءء) لفهم وتفسير وءعميق النتائج الكمية.

ءلاصة القول:

إن الصرامة المنهجية في بءوآ الإعلام والاتصال لا تتءقق بالانءياز إلى منهء واحد على ءساب الآخر، بل بءءرة الباحث على تصميم إءراءاة مختلطة تتلاءم مع طبيعة المشكلة المدروسة، وءمع بين القياس الإءصائي والفهم التفسيري، وبين التعميم والعمق، وبين الأرقام والكلمات. والمكسب المنهجي الذي تشترك فيه الدراسات المختلطة هو قءرتها على كشف الظواهر الاتصالية بصورة شاملة كلية.

قائمة المراجع:

أ. كتب باللغة العربية:

- إحسان محمد الحسن، "الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي"، ط1، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، 1982.
- بن مرسل (أحمد)، "مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال"، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- حسونة (نسرين)، "تحليل المضمون، مفهومه، محدداته، استخداماته"، شبكة الألوكة، د.س.ن.
- ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية والتطبيق، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2000.
- رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، الأردن، 2008.
- شروخ (صلاح الدين)، "منهجية العلوم الاجتماعية"، دار العلوم، عناية، 2003.
- الصيرفي (محمد عبد الفتاح)، "البحث العلمي، الدليل التطبيقي للباحثين"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- الضامن (منذر)، "أساسيات البحث العلمي"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، ط3، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2012.
- عبد الحبيبة (عبد الحفيظ) وآخرون، "طرق البحث في التربية والعلوم الاجتماعية، الأسس والإجراءات والتطبيق والتحليل الإحصائي"، دار الخريجي للنشر، الرياض، 2000.
- عبيدات (ذوقان) وآخرون، "البحث العلمي، مفهومه - أدواته - أساليبه"، دار مجدلاوي للنشر، عمان، 1984.
- عبيدات (محمد) وآخرون، "منهجية البحث العلمي - القواعد والمراحل التطبيقية"، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الأردن، 1999.
- عطوي (جودت عزت)، "أساليب البحث العلمي، مفاهيمه - أدواته - طرقه الإحصائية"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- محمد عبد الغني سعد حسن، محمد احمد الخضري، الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، 1992، مكتبة الانجلو المصرية، مصر، 1992.
- المعهد الوطني لتكوين مستخدمي التربية وتحسين مستواهم، سند تكويني بعنوان: منهجية البحث، الجزائر، 2005.

- نادية سعيد عيشور، تقديم عبد الرحمان برقوق، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع، الجزائر، 2017.

ب. مقالات علمية:

- العايب سليم، تنظيم معرفي للمقاربة الكمية والكيفية في العلوم الاجتماعية، مجلة آفاق لعلم الاجتماع، المجلد 2، العدد 2، 2013، <https://asjp.cerist.dz/en/article/26940>.
- خليفي حفيظة، البحوث المختلطة واستخدام المقاربتين الكمية والكيفية في الدراسات السوسيولوجية- دراسة ميدانية نموذجاً، مجلة المعيار، المجلد 26، العدد 5، 2022، <https://asjp.cerist.dz/en/article/190997>.

ج. المراجع باللغة الفرنسية:

- Berelson (Bernard), « **Content Analysis in Communication Research**», Glencoe, IL, Free (16) Press, 1952.
- R (Schutt), «**Investigating The social Work: the process and practice of Research**», Thousand Oaks. CA: Pine Forge Press. (1996).
- Houlsti (Oli), «**Content Analysis for Social Science and Humanities**», Addition, 1969.