

جامعة الجزائر 03

كلية علوم الاعلام والاتصال

قسم علوم الاتصال

مناهج وتقنيات البحث في علوم الإعلام والاتصال

مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة السنة الثانية جذع مشترك

مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة السنة الثانية ليسانس

من إعداد الأستاذ

د. فاتح مختاري

العام الجامعي 2025 – 2026

محتويات المطبوعة

7	مقدمة.....
	السداسي الأول:
8	1. مدخل إلى مناهج البحث العلمي (التعريف- الخصائص- الأهمية).....
8	1.1 تعريف البحث العلمي.....
9	1.1.1 تعريف المنهجية:.....
9	2.1.1 تعريف المنهج:.....
11	2.1 أهمية البحث العلمي.....
11	3.1 خصائص البحث العلمي.....
12	4.1 أهداف البحث العلمي.....
14	2. خصوصية البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال.....
16	3. أخلاقيات البحث في علوم الإعلام والاتصال.....
17	4. براديفغات البحث في علوم الإعلام والاتصال.....
18	1.4 البراديفغم السيبرنتيقي.....
18	2.4 البراديفغم السلوكي.....
19	3.4 البراديفغم الوظيفي.....
20	4.4 البراديفغم التفسيري (تأويلي).....
20	5. منهجيات البحث في علوم الإعلام والاتصال (الكمية- الكيفية- المختلطة).....
21	1.5 البحوث الكمية:.....
21	2.5 البحوث الكيفية:.....
23	3.5 البحوث المختلطة:.....
23	6. اختيار موضوع البحث وتحديد مشكلة الدراسة.....

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

7. بناء الإشكالية والتساؤلات والإجراءات المنهجية للبحث.....26
- 1.7 الإشكالية.....26
- 2.7 صياغة الإشكالية أو (تحديد المشكلة).....27
- 3.7 تساؤلات الدراسة.....30
8. المداخل النظرية وأهميتها في الدراسات الإعلامية.....33
9. المفاهيم والمصطلحات في الدراسات الإعلامية.....35
- 1.9 المفاهيم.....35
- 1.1.9 تعريف المفهوم.....35
- 2.2.9 التعريف الإجرائي للمفهوم.....36
- 2.9 المتغير.....37
- 1.2.9 أبعاد المفهوم (المتغير).....37
- 2.2.9 تعريف المؤشر.....38
- 3.9 أنواع المتغيرات.....39
- 1.3.9 المتغير المستقل.....39
- 2.3.9 المتغير التابع.....39
- 3.3.9 المتغير الوسيط.....40
10. الفرضيات في البحوث الإعلامية.....41
- 1.10 فرضيات الدراسة.....41
- 2.10 شروط وضع فرضية مناسبة.....41
- 3.10 أنواع الفرضيات.....42
- 1.3.10 الفرضيات الاحصائية.....42
11. الدراسات السابقة.....44
- 1.11 تعريف الدراسات السابقة.....44
- 2.11 فوائد البحوث (الدراسات) السابقة.....45

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

12. بناء الإطار النظري في البحوث الإعلامية.....45
13. التهميش وقواعده في الدراسات الإعلامية.....46
- 1.13 منهجية توثيق المراجع في أسفل الصفحات.....48
- 2.13 تقنية توثيق المعلومات في الهوامش حسب المدرسة الكلاسيكية.....49
- 13.3 تقنية توثيق المعلومات في المتن حسب جمعية علم النفس الأمريكية (APA).....51
14. إعداد الإجراءات التطبيقية للبحوث العلمية.....52
15. كتابة تقرير البحث.....56

السداسي الثاني

- العينات في البحوث الإعلامية.....61
- . مجتمع البحث وعينته.....61
- أنواع العينات.....63
1. العينات الاحتمالية:.....63
2. العينات غير الاحتمالية:.....68
- مناهج البحث الإعلامي.....71
3. المنهج المسحي.....71
4. المنهج التاريخي.....73
5. المنهج الاثنوغرافي.....74
6. المنهج السيميولوجي.....76
7. المنهج التجريبي.....76
- أدوات جمع البيانات في الدراسات الإعلامية.....77
8. الملاحظة العلمية في الدراسات الإعلامية.....78
9. المقابلة في الدراسات الإعلامية.....81
10. الاستبيان واستخداماته في الدراسات الإعلامية.....82
11. تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية.....86

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

12. المجموعات البؤرية في بحوث الإعلام.....88
13. مدخل إلى المناهج الكمية.....89
14. مدخل إلى المناهج الكيفية.....90
15. البحوث المختلطة في الدراسات الإعلامية.....91

بطاقة فنية لمقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الإعلام والاتصال

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: المنهجية

اسم المادة: مناهج وتقنيات البحث في علوم الإعلام والاتصال

الرصيد: 3

المعامل: 2

أهداف التعليم: يسعى هذا المقياس إلى منح الطالب المام شامل حول كيفية صياغة بحث علمي أكاديمي، من خلال تزويده بالعدة المفاهيمية والجوانب النظرية التي تؤطر العملية البحثية، إضافة إلى اكتساب الطالب مختلف الإجراءات المنهجية التي تساعد على تجسيد مشروعه البحثي ميدانيا، وعليه يمكن تحديدها في النقاط الآتية:

المام شامل بجوانب البحث العلمي الأكاديمي

التحكم في الإجراءات المنهجية للبحث العلمي

المعارف المسبقة المطلوبة:

معرفة مختلف المدارس في العلوم الاجتماعية والإنسانية التي أطرت لمنهجية البحث العلمي

إلمام شامل بمختلف المناهج المستخدمة في البحوث العلمية

القدرات المكتسبة:

القدرة على تكييف الجوانب النظرية في البحوث العلمية

القدرة على التحليل المفاهيمي لمتغيرات الدراسة (الأبعاد- المؤشرات)

صياغة إشكالية علمية + (التساؤلات – الفرضيات)

محتوى المادة حسب عرض التكوين

1. مدخل إلى مناهج البحث العلمي (التعريف – الخصائص- الأهمية...)
2. خصوصية البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال
3. أخلاقيات البحث في علوم الإعلام والاتصال
4. براديجمات البحث في علوم الإعلام والاتصال
5. منهجيات البحث في علوم الإعلام والاتصال (الكمية- الكيفية- المختلطة)
6. اختيار موضوع البحث وتحديد مشكلة الدراسة
7. بناء الإشكالية والتساؤلات والإجراءات المنهجية للبحث
8. المداخل النظرية وأهميتها في الدراسات الإعلامية
9. المفاهيم والمصطلحات في الدراسات الإعلامية
10. الفرضيات في البحوث الإعلامية
11. الدراسات السابقة
12. بناء الإطار النظري في البحوث الإعلامية
13. التهميش وقواعده في الدراسات الإعلامية
14. إعداد الإجراءات التطبيقية للبحوث العلمية
15. كتابة تقرير البحث

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

مقدمة

تعد منهجية البحث العلمي الأرضية الأساسية والعمود الذي ترتكز عليه مختلف المعارف والعلوم، لذلك كان لزاما على المسؤولين والمختصين في الدراسات العليا منحها القدر الكافي من الاهتمام، باعتبارها عمل فكري ونشاط ذهني تكسب الطلبة الجامعيين القدرة على معالجة مختلف الظواهر في الواقع، بطريقة علمية سليمة وفق قواعد مناسبة ومدروسة.

ويتوقف نجاح البحث العلمي في أي مجال أو تخصص، هو قدرة الباحث على الإلمام بالجوانب النظرية التي ترتبط بالبناء والتصور (ضبط المفاهيم ومحدداتها) الخاصة بالعملية البحثية في علوم الاعلام والاتصال من جهة، إضافة إلى التمكن من استخدام المناهج والإجراءات التطبيقية التابعة لها.

وعلى هذا الأساس نحاول في هذا المدخل الإشارة إلى تعريف البحث العلمي، والتطرق إلى أهميته، وخصائصه، كما نحاول أيضا الحديث عن مختلف الجوانب المتعلقة بالبراديجمات التي تعد بمثابة الاطار الذي يتبعه الباحث في مساره البحثي لمعالجة الظاهرة الاتصالية، إضافة إلى التطرق إلى المسائل الهامة الخاصة بأخلاقيات البحث العلمي كون هذا الأخير يستدعي ضرورة تحلي الباحث بجملة من الضوابط الصارمة التي تؤطر طريقه نحو انجاز دراسته العلمية، وتبعده عن مختلف أشكال الانحياز والذاتية من جهة، وأشكال الانحراف الأخلاقي الناتج عن السرقة العلمية وعدم إسناد الحقائق العلمية لأصحابها عبر مراجعهم ومصادرهم.

وتعتبر بحوث الاعلام والاتصال أحد القضايا الرئيسية التي أثارت الكثير من الإشكالات بين الباحثين والمهتمين في المجال، نظرا للخصائص الأصيلة التي يملها التخصص في حد ذاته، كونه يعد من العلوم التحاقلية الذي يندرج ويتقاطع مع تخصصات عديدة كعلم الاجتماع، وعلم النفس، وعلم السياسة والاقتصاد، إذ أصبحت وسائل الاعلام والاتصال خصوصا في ظل التطور التكنولوجي أحد الأركان الأساسية في حركية العلوم الأخرى، الأمر الذي يتطلب دراسة وافية، وكافية وعميقة لمعرفة تموقع هذه الوسائل في السياق الذي جاءت فيه.

ومن أجل تقديم حوصلة عن البرنامج والامام بمختلف جوانبه ومضامينه، احتوت المطبوعة على مجموعة من المحاضرات في مقياس مناهج وتقنيات البحث العلمي الخاصة بطلبة السنة الثانية لسانس

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

(جذع مشترك) في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية، والتي تساعد الطالب في معرفة أهم الأساسيات التي يتضمنها المقياس حسب عرض التكوين.

1. مدخل إلى مناهج البحث العلمي (التعريف- الخصائص- الأهمية)

يتوقف تطور البحث العلمي على عوامل عدة، نجد في المقام الأول المنهج السليم الذي يتضمن مجموع الخطوات العلمية المرتبطة ببعضها البعض، قصد تقديم حلول علمية للظاهرة المدروسة، أو الوصول إلى نتائج علمية مثبتة تفسر الإشكالات البحثية المطروحة، وعليه فإن التقدم العلمي مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالمنهج الصحيح والملائم للدراسة، كون هذا الأخير هو من يزود الباحثين والدارسين بطرق التفكير المناسبة والصحيحة التي تبتعد عن كل أشكال التخمينات والتقديرية العشوائية وغير العلمية.

ويعد مشروع الدراسات البحثية في ميادين العلوم الاجتماعية والإنسانية بما فيها علوم الإعلام والاتصال أمراً ضرورياً لكل باحث جامعي سواء في طور اللسانس أو الماستر أو الدكتوراه، حيث يمنحه هذا المسلك التشعب بالإطار النظري والزاد المفاهيمي، إضافة إلى امتلاك الطرق والمناهج البحثية الصحيحة، الأمر الذي يزيد من قدرة الباحث على اكتشاف وفهم الظواهر ومن تمة تفسيرها وتأويلها.

1.1 تعريف البحث العلمي

يعرفه الأستاذ فضيل دليو على أنه " استقصاء دقيق ومنظم لظاهرة ما باستخدام المنهج العلمي بتقنياته المختلفة الكمية والكيفية، وذلك بهدف اكتشاف حقائق وقواعد عامة يمكن التحقق منها مستقبلاً، ويمكن الاستفادة منها في الحياة العلمية والعملية¹ فالبحث العلمي هو عبارة عن جهود تقوم على جمع المعطيات والبيانات وتحليلها حول الظاهرة المدروسة للإجابة عنها أو تقديم حلول لها.

كما يعرفه محمد عبد الحميد على أنه " نشاط علمي منظم ومحدد، نقدي وتطبيقي، يسعى إلى كشف الحقائق ومعرفة الارتباط بينها، ثم استخلاص المبادئ العامة أو القوانين التفسيرية².

ونستخلص من هاذين التعريفين أن البحث العلمي السليم والمنظم يركز على عمودين أساسيين، الأول: يقوم على اختيار واستخدام المنهج المناسب للدراسة، والثاني: يقوم على انتقاء أدوات جمع البيانات

¹ فضيل دليو، مدخل إلى منهجية البحث العلمي، منشورات مخبر الاستخدام والتلقي بالجزائر، ط1، الجزائر، ص 29

² محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، دار عالم التب، القاهرة، 2000، ص 8

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

الملائمة للدراسة المتبعة، وعليه فإن البحث العلمي يعد سلسلة من الخطوات المنهجية بطريقة علمية ومنظمة قصد الوصول إلى نتائج موضوعية قابلة للبرهنة والاستدلال.

ويمكن الإشارة إلى أن البحث العلمي في إطار الدراسات الإعلامية على أنه " النشاط المنظم للكشف عن الظواهر الإعلامية والحقائق المتصلة بالعملية الإعلامية وأطرافها والعلاقات بينها، وأهدافها، والسياقات الاجتماعية التي تتفاعل معها من أجل تحقيق هذه الأهداف ووصف هذه الحقائق وتفسيرها، والتوقع باتجاهات الحركة فيها".¹

وعليه فإن أن البحث العلمي ليس نشاطا اعتباطيا، وإنما هي جهود مقصودة تبحث عن الحقائق التي تحوم حول الظاهرة المدروسة، وذلك باستخدام الطرق الصحيحة القائمة على المناهج والتقنيات المناسبة قصد الوصول إلى نتائج علمية يمكنها أن تقدم حولا للمشكلة البحثية القائمة.

ومن خلال هذا العرض يمكننا التفريق بين المفاهيم والمصطلحات الآتية: المنهج والمنهجية

1.1.1 تعريف المنهجية:

إن المعنى الواسع للمنهجية يجعلها تشمل كل خطوات البحث، من الاشكالية إلى نشر النتائج، مع تفسير كيفية استعمال مناهج وأدوات البحث لتحديد أهدافه والإجابة على تساؤلاته و/أو اختبار فرضياته: "إن المنهجية لا تتضمن اختبار المناهج المناسبة فحسب، بل تتضمن أيضا الإطار النظري الذي يوجه عملية البحث بأكمله، أي المنظور العلمي الموجه لمسلك البحث ومسار تناول الظواهر إمبيريقيا".²

وفي نفس الطرح يذهب الباحث موريس أنجرس الذي يرى أن المنهجية هي عبارة عن "مجموع المناهج والتقنيات التي توجه إعداد البحث وترشد الطريقة العلمية، وعلى الباحث أو الباحثة في العلم أن يتصور بحثه بالتفكير في الوسائل التي يستعملها في كل مرحلة من مراحله والمقصود هنا منهجيته".³ وبمعنى آخر هي المقاربة الشاملة والإطار النظري الموجه للعمليات البحثية في موضوع معين،⁴

2.1.1 تعريف المنهج:

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، مصر، 2000، ص 9

² فضيل دليو، مدخل إلى منهجية البحث العلمي، منشورات مخبر الاستخدام والتلقي في الجزائر، الجزائر، 2024، ص 19

³ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، دار القصبة، الجزائر، ص 98

⁴ فضيل دليو، مدخل إلى منهجية البحث العلمي، منشورات مخبر الاستخدام والتلقي في الجزائر، الجزائر، 2024، ص 19

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

يتضمن المنهج الأساليب والإجراءات والأدوات التي تستخدم في دراسة ظاهرة أو الموضوع، وفي اللغات الإنجليزية والفرنسية والإيطالية واليونانية نجد أن المعنى الاشتقاقي الأصلي لكلمة (منهج) يتمثل في الطريق المؤدي إلى الغرض المطلوب، فالمنهج إذن هو مجموع الطرق والإجراءات التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة البحثية سواء بهدف الاستكشاف، أو الوصف أو التفسير أو التنبؤ.¹

كما يعد مصطلح المنهج أو المنهاج -جمع مناهج/ مناهيج- (Method) مجرد جزء لغوي من مصطلح المنهجية، فهو يعني التقنيات والإجراءات المتبعة لتنفيذ البحوث، ويتم تحديدها من خلال المنهجية (أي التساؤل الرئيس للبحث واختبار العينات وجمع البيانات وتحليلها وعرض النتائج، فضلا عن النظريات والأطر المفاهيمية/ التصورية والتصنيفات والنماذج..²).

وفي ذات السياق يعرف المنهج على أنه مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف، كما أن المنهج ليس مصطلحا أحادي المعنى في العلم، فاستعمالها عادة ما يكون مقرونا بنعت يحدد ماهو المنهج المأخوذ بعين الاعتبار: مناهج كمية، كيفية، منهج علمي، تجريبي، تاريخي، تحقيق ميداني، وذلك على سبيل ذكر البعض منها فقط.³

ومن خلال التعريفات المقدمة يمكننا أن نفرق بين المصطلحين، فنجد أن المنهجية عبارة عن فلسفة البحث، لا تتضمن فقط اختيار المناهج المناسبة للدراسة فقط، لكنها تتضمن أيضا الإطار النظري الذي يوجه عملية البحث من بدايته إلى نهايته، وفي مقابل نجد المنهج يتعلق بالإجراءات التقنية لتنفيذ بحث بعينه، ومن هنا يتضح أن مفهوم مصطلح المنهجية أعم وأشمل من مفهوم مصطلح المنهج، كما أن المنهج المتبع في أي دراسة يندرج ضمن مسمى المنهجية المتبعة من قبل الباحث.

¹ بركات عبد العزيز، أسس مناهج البحث الإعلامي، دار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2011، ص 26

² مرجع نفسه، ص 20.

³ مرجع نفسه، ص 98.

2.1 أهمية البحث العلمي

إن التراكم المعرفي الذي عرفته البشرية على مدى التاريخ والعصور، شكل إطاراً من التجربة الإنسانية في علاقة البشر مع بعضهم البعض في مختلف المجالات، الأمر الذي دفع بالإنسان إلى استعمال طرق مختلفة كالملاحظة، والتجريب، والتأمل لمعرفة الأسباب والدوافع وراء هذه العلاقات، كما أن هذه التراكمات المعرفية هي من بنت الأسس الأولى لقواعد الفكر الإنساني والتي تطورت فيما بعد لتبحث عن مكامن الظواهر وأسرارها بطرق علمية تقوم على مناهج سليمة قصد الوصول إلى حقائق ثابتة، أو تقديم حلول للظاهرة المدروسة، أو معرفة القوانين التي تحكم العلاقة بين الظواهر مع بعضها البعض.

وتكمن أهمية البحث العلمي في تحصيل المعرفة بالحقائق وبناء العلاقات بينها حول أي ظاهرة من الظواهر محل الدراسة، وبذلك فإن الفرد بعد أن يكتسب المعرفة بالحقائق عن طريق التجريب والمنهج العلمي، ينتقل إلى إدراك العلاقات والارتباطات بين هذه الحقائق وبعضها بما يفسر الحركة والتطور والتفاعل والنمو الذي يفرز في النهاية حقائق متجددة في إطار من التنظيم الذي يميز العلم بذاته.¹

ومن هنا يختلف البحث العلمي عن المعرفة الحسية التي تتم نتيجة المشاهدة والمعايشة القائمة على الذاتية في تقرير الحقائق والظواهر التي تصادف الإنسان في حياته.

3.1 خصائص البحث العلمي

يمكن تلخيص خصائص البحث العلمي من خلال التعريفات المقدمة آنفاً، في النقاط الآتية:

المنهجية

البحث العلمي ليس جمعا للمعلومات والبيانات والشواهد، أو صرفاً للجهد والوقت والمال دون تنظيم، بل هو ذلك الأساس الذي يسير فيه الباحث من مرحلة إلى أخرى مستخدماً المنهج العلمي وتقنياته، وخاصة المنهجية تتيح لباحث آخر التحقق من النتائج المتوصل إليها والحكم على دقتها وعلميتها، باستخدام نفس القواعد والإجراءات التي اتبعها باحث آخر في دراسته لنفس الموضوع.²

التنظيم

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، مصر، 2000، ص 6

² مرجع سبق ذكره، ص 29-30.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

البحث العلمي منظم ومضبوط، لأنه ينفذ تبعا لمناهج محددة دقيقة منظمة مخططة وبجهد هادف.¹ أي أن الباحث قبل أن ينخرط في هذا النشاط فإنه يعد خطة منظمة يطلق عليها: مشروع البحث" ثم يبدأ في تنزيلها عمليا، بل إنه حتى في حالة المصادفة كان للباحثين دورهم -بفضل عقولهم المنظمة والمهياة - في إضفاء معنى علمي على نتيجة الأحداث التي تمت بالمصادفة.

الموضوعية

إن صفة العلمية للبحث تبعده عن كل الخصائص المتعلقة بالذاتية والميولات الشخصية التي قد يتحلى بها الباحث في انجاز بحثه، فالبحث العلمي يلزم الباحث باتباع الحقائق الواقعية وتسجيلها كما هي في الواقع دون تحيز لرغبة مادية أو ميل عاطفي، فالغاية هي الوصول إلى نتائج وحقائق مبرهنة بطرق ومناهج وأدوات علمية ومدروسة.

4.1 أهداف البحث العلمي

من خلال التعريفات السابقة للبحث العلمي يمكننا تلخيص أهداف البحث العلمي في العناصر التالية:

- فهم الظواهر من خلال الكشف عن الحقائق وخصائصها
- الكشف عن العلاقات الارتباطية لهذه الحقائق وعناصرها، وغيرها من الحقائق وتطورها
- السيطرة على حركة الحقائق التي تم اكتشافها ومعرفة خصائصها وعلاقاتها
- التنبؤ والضبط أي إمكانية التوقع بحركة هذه الحقائق أو مثيلاتها في إطار العلاقات

المتجددة والمتغيرة.²

ونريد أن أنوه في هذا المقياس إلى وجود اختلافات بين الباحثين في الأدبيات المنهجية المتخصصة حول بعض المفاهيم من بينها: الدراسة والبحث (Study Research)، الموضوع والمشكلة والاشكالية (problem, Method, Approach, Topic)، وكذلك المنهج والأسلوب والمدخل والمقاربة والأداة والتقنية (Method, Approach, Tool, Technic)،

¹ صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2019، ص 20

² محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، مصر، 2000، ص 8

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

وبالرغم من أن هناك من يفرق بين الدراسة والبحث من حيث طبيعة الموضوع ميدانيا أم نظريا، لكن هناك من لا يفعل ذلك، والأمر نفسه بالنسبة لمفهوم المشكلة والاشكالية، أو المنهج والأداة والتقنية.....بالنسبة لغالبية الأدبيات الفرنكوفونية، بخلاف الأنجلوسكسونية التي تتميز معظمها ببراهماتية أكبر فلا يقفون عند هذه الفروق، فعندهم يمكنك أن تقول دراسة أو بحث، كما يمكنك أن تقول المناهج أو الأدوات أو التقنيات.....إلخ، وعليه نجد أن البحوث العلمية لها تقسيمات متنوعة وكثيرة، تختلف حسب التصنيف المعتمد من قبل الباحثين والمختصين.

2. خصوصية البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال

يمكننا في البداية أن نشير إلى أحد التعريفات الهامة للبحث العلمي في مجال الإعلام والاتصال حتى نستطيع أن نستخرج بعض سماته وخصوصياته، إذ يعرفه أحمد بن مرسل بقوله : "إن الأبحاث الإعلامية هي الإطار الموضوعي الذي يضم العمليات في الإعلام والاتصال الجماهيري، كما أنها تمثل الجهود المنظمة الدقيقة التي تستهدف توفير البيانات والعمليات والنتائج الهامة والتفصيلية التي تستخدم كأساس في اتخاذ القرارات، وتخطيط الجهود الإعلامية والاتصالية الفعالة، كما أن مهمتها تبدأ قبل بداية الجهود الإعلامية، وتستمر هذه الجهود تقيس فعاليتها في كل خطوة أو موقف إعلامي أو إعلامي اتصالي قياسا مرحليا شاملا كما أن خدماتها تشمل كافة العناصر الداخلة في العملية الاتصالية بطريقة متوازنة ومتكافئة¹.

ومن جهة أخرى نجد أن أحد أهم المفاهيم الاستمولوجية توضح أنه لا يمكن دراسة المناهج منفصلة عن مجال البحث الخاص بها، والذي تقوم بتنظيمه وتوضيحه وإثراءه²، وعليه فإن الخصوصيات التي يتمتع بها أي مجال ستقع بالضرورة على خصوصيات البحث العلمي، وبالتالي فإن المضامين الاعلامية والاتصالية تكون المرجع في تحديد تفاصيل الخطوات المنطقية للمناهج البحثية المستخدمة في المجال الإعلامي أو الاتصالي.

ويقصد بالبحث العلمي في الإعلام والاتصال بأنه "رسم اطار الاهتمامات الأساسية المكونة لما يجب أن يبحث في الإعلام والاتصال من موضوعات معينة، باستخدام مناهج وأدوات محددة، وهنا لابد من التساؤل هل لهذا النشاط البحثي موضوعات محددة على غرار ما نسجل ذلك في العلوم الأخرى مثل: علم الاجتماع، علم النفس..... إلخ؟ وهل الإعلام والاتصال علم قائم بذاته، من حيث اهتماماته المستقلة، وأدوات بحثه المتميزة، ونظرياته العلمية الخاصة؟ وإن القصد هنا بكلمة علم هو: "المعرفة المنظمة ذات العلاقة بفئات معينة من الأحداث والظواهر. كما جاء في موسوعة لاروس"³ وعليه يمكننا أن تحديد

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005، ص 39

² أ لارامي، ب فالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية، مخبر علم الاجتماع الاتصال، جامعة قسنطينة (الجزائر)، 2009، ص 79

³ مرجع نفسه، ص 24-25.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

خصوصيات البحث العلمي في الإعلام والاتصال من منطلق نظم فكرية لها مفاهيمها وتصوراتها ومقاييسها.

وعليه فالتطور الذي حصل في علوم الإعلام والاتصال كان نتيجة التقاء تخصصات معرفية عديدة (علم الاجتماع، علم النفس، علم النفس الاجتماعي، الأدب، العلوم السياسية...) لدراسة ظواهر اجتماعية (الدعاية، الإشهار، العنف، الرأي العام، الصحافة المكتوبة، السينما، التلفزيون...)، حيث شكلت وسائل الإعلام والاتصال النقطة المشتركة بينهما، وذلك من خلال التعدد في تناول وكذا التقاطع داخل التناول ذاته، بالإضافة إلى كثرة الدراسات المرتبطة بتغلغل الوسائل الاتصالية في قطاعات المجتمع المختلفة، الأمر الذي أسس لأرضية علمية رصينة، وموضوعا علميا يحتاج إلى تخصص مستقل عن التخصصات الاجتماعية التي انحدر منها الدارسون الأوائل لوسائل الاتصال الجماهيرية.¹

وهذا ما يفرض على باحثي الدراسات الإعلامية والاتصالية القيام بجهود علمية حثيثة لصياغة وبناء مقاربات ونظريات مستقلة تكون بمثابة أرضية رصينة لعلوم الإعلام والاتصال تقوم على تكييف مناهج علمية مستقاة من جذور إشكاليات التخصص، مستخدمة في ذلك الخطوات المنتظمة والأدوات المناسبة. ويمكن تحديد خصائص البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في النقاط الآتية:

عملية ديناميكية

تتميز بالتغير والتدفق المستمر لارتباطها بالعملية الإعلامية والاتصالية.

تحاقلية

بمعنى أنها لا تعمل في معزل عن حركة السياقات والنظم الاجتماعية الأخرى كعلم النفس، والاقتصاد، والتاريخ وغيرها من التخصصات أو العلوم الأخرى، فتتسم العلاقة بين عناصرها أو بينها وبين الظواهر الأخرى بالتأثير المتبادل، بحيث يحتاج ضبط العلاقة بين هذه العناصر أو بين الظواهر إلى جهد بحثي كبير لمعرفة اتجاهات التأثير أو التفرقة بين الأسباب والنتائج.

¹ عزيز لعبان، تقاطع التخصصات لدراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية، مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر، الجزائر، 2016، ص 82

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

إضافة إلى السمة السابقة هناك صعوبة التحكم في الظاهرة الاجتماعية والسلوكية وذلك لتأثير خصائص العملية الإعلامية أو الاتصال بال جماهير ذاتها التي تتسم بضخامة حجم المتلقين وانتشارهم وتشتتهم وعدم تجانسهم، كما أن التغير المستمر في اتجاهات التعرض وغيرها من الأبعاد يصعب السيطرة عليها والتحكم فيها.¹

وفي سياق آخر تعد الظاهرة الإعلامية والاتصالية شديدة التعقيد والتركيب، وتحتاج دراستها إلى جهد بحثي كبير وتكامل بين أنواع الدراسات والتصميمات المنهجية المختلفة التي تسهم في مجموعها إلى وصف الظاهرة وتفسيرها.²

3. أخلاقيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

إن خصوصية البحث العلمي الذي يدعو إلى البحث عن الحقائق من خلال اتباع منهج علمي منظم قصد الوصول إلى حقائق علمية، يحتاج إلى باحث يلتزم بعدد من الواجبات والمسؤوليات، حيث لا يمكنه أن يتصرف بدافع الذاتية أو الأحكام المسبقة، وإنما عليه أن يخضع إلى مبادئ الصدق والأمانة التي يفرضها قانون البحث العلمي، وإلا سيكون هذا الأخير محل النقد والشك في مصداقيته، ويمكن تعريف أخلاقية البحث العلمي كالآتي:

"مجموعة من المبادئ والواجبات الأخلاقية المرتبطة بسير نشاط البحث، إذ أن الباحث ملزم أثناء القيام بالبحث باتباع القواعد التي تمثل في مجموعها ما يسمى بالأخلاق الخاصة بالعمل العلمي واحترامها خلال كل مسعى البحث.³

ويشير الأستاذ فضيل دليو إلى نقطة المبادئ الأخلاقية وعملية البحث إذ يقول: "عندما يباشر الباحث عملية البحث، عليه أن يحترم المبادئ الأخلاقية: بداية عليه ألا يدرس إلا الظواهر الهامة، فعلى الباحث تجاه الأوساط العلمية، مسؤوليات نوعية: عليه إعلام زملائه بالإجراءات التي اتبعها للوصول إلى النتائج الموصوفة، كما لا يمكنه الاعتداء على حقوق الشخص الذي يشارك في البحث، ولا ينبغي عليه جرح شعور المبحوثين أو إساءة معاملتهم أثناء انجاز البحث، ولا ينبغي كذلك نسيان أن أحد أهداف البحث هو

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، دار عالم الكتب، مصر، 2000، ص 10

² مرجع سبق ذكره، ص 10.

³ موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، دار القصبة، الجزائر، ص 87

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

خدمة الإنسانية والبحث الذي يؤدي المبحوثين أو أي كائنات حية أخرى، لاشك أنه يتعد عن هذا الهدف والباحث الذي يمارس ذلك يكون محل رغبة في نظر العلم والعلماء.¹

وقد لخصتها الباحثة منال هلال المزاخرة في المبادئ الآتية:

المبدأ الأول: مبدأ الاستقلال أم التقرير الذاتي.

من المهم مطالبة الباحث باحترام حقوق وقيم وقرارات الآخرين، كما يجب احترام الأسباب التي تدفع الشخص للقيام بتصرف ما

المبدأ الثاني: عدم إيذاء الآخرين، لأنه من الخطأ إلحاق الضرر بالمشاركين.

المبدأ الثالث: يعتبر الاحسان مرادفا لعدم الإيذاء أو عدم إلحاق الضرر بالآخرين، ويقوم على موازنة مخاطر وأضرار البحث بفوائده المحتملة

المبدأ الرابع: يؤدي مبدأ العدالة على حتمية المساواة في معاملة الأفراد المتساوون في جوانب معينة.²

4. براديفمات البحث في علوم الإعلام والاتصال:

يعد البراديفم العلمي عبارة عن: "مجموعة من العناصر المنسجمة التي يرجع إليها الباحث من أجل تفسير أو فهم شيئاً ما"³

ويطلق الباحث كوهن تسمية البراديفم Pradigmes أو "النماذج" و "النموذج" حسبه هو نظرة سوية ومشروعة للعالم، يحدد هذا المفهوم المشترك ترتيب الاهتمامات والمسائل والنظريات والمناهج الخاصة بكل علم من العلوم.⁴

وهناك من الباحثين من يذكر أن هناك أربعة يراديفمات مهيمنة في دراسة المواضيع الاتصالية: السيبرنتيقي، السلوكي، الوظيفي والتفسيري.

¹ مرجع سبق ذكره، ص 296.

² منال هلال المزاخرة، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2014، ص 516

³ مرجع سبق ذكره، ص 86-87.

⁴ مرجع سبق ذكره، ص 62.

1.4 البراديغم السيبرنتيقي

السيبرنتيكا هي علم الأنظمة الموجهة والمتحكم فيها، إنها تدرس على الخصوص آليات الغاية التي تتحكم في تطور الأنساق، ويكون النسق كاملا عندما يتطور إلى حالة جديدة كانت قد تحددت في وقت سابق (تخيل أنك تقوم بضبط جهاز التحكم في الحرارة في بيتك على درجة معينة فتصبح هذه الدرجة من الحرارة هي غاية نظامك التسخيني)، وقد استعار الباحثون في مجال الاتصال التنظيمي في علوم الاتصال من السيبرنتيكا مفاهيم نظرية، كمفهوم مسار المعلومة ومفهوم التحكم.¹

ويأتي هذا البراديغم من العلم الذي يدرس آليات الاتصال والتحكم في الآلات والكائنات الحية، وهو نموذج فرعي من البراديغم النسقي، ويهتم بعلوم البيولوجيا التي تبحث عن التوازن في درجة حرارة الكائن الحي وفي عالم الآلات، فهي تدرس الغاية التي تتحكم في تطور النظام، وكون النظام كاملا عندما يتطور إلى حالة جديدة محددة مسبقا، وعليه فإن هذا البراديغم يتيح لنا اعتبار التنظيم كشبكة اتصال تمر عبر عقد مختلفة وبالتالي يمكننا متابعة المسار التدريجي للمعلومة من خلال هذه العقد من أجل تقييم كيفية تأثير شبكة الاتصال على الأداء والرضا لدى الجماعة.²

ومنه يمكن القول أن البراديغم السيبرنتيقي جزء من البراديغم النسقي، إلا أن أي تعديل في حلقات أو عقد البرديغم السيبرنتيقي يؤدي إلى تغير في نظام البراديغم النسقي.

2.4 البراديغم السلوكي

عرف هذا البراديغم ظهورا وانتشارا في البدايات الأولى لنظريات التأثير المباشر لوسائل الإعلام (نظرية الرصاصة السحرية أو الحقنة تحت الجلد)، وكذلك النظريات التي جاءت فيما بعد (التدفق عبر مرحلتين) وغيرها.

ويتطلب هذا النموذج المثير- الاستجابة أن يكون لكل مثير استجابة ملائمة ومتوقعة، وهو صادر عن التجارب المخبرية على الحيوانات وقد تم اسقاطه وتطبيقه على السلوك الإنساني الذي اعتبر أنه يستجيب لسلسلة من الآليات البيولوجية، وقد استعمل هذا البراديغم بدوره في علوم الاتصال لانجاز

¹ مرجع سبق ذكره، ص 68-69.

² لارامي، ب فالي، ترجمة ميلود سفاري وآخرون، البحث في الاتصال عناصر منهجية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009، ص 69.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

النظريات المتعلقة على سبيل المثال، بتأثير وسائل الاتصال فقد اعتبرت هذه الوسائل كمثيرات قوية جدا في مواجهة الأفراد الضعفاء، بمعنى؟ أظنهم مجرد متلقين قابلين للاختراق، ومع الاعتماد على التجربة المستخلصة من الدعاية والإشهار في الإذاعة والصحف، أعتبر أن الرسائل الموجهة عبر وسائل الإعلام للجماهير يمكنها أن تحرض على تغيير أو تعديل السلوكات الإنسانية في الاتجاه المرغوب فيه من قبل المصدر (وسيلة الاتصال الجماهيرية).¹

ويذكر الباحث حسن سعد على أن البراديغم السلوكي: طبق في دراسة وتفسير تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور من زاوية أنها عبارة عن مثيرات (Stimulus)، وأن ردة فعل الجمهور أو سلوكه، بعد الخبر أو المعلومات هي الاستجابة (Reponse)، ومن ميزات هذا النموذج أن لكل مثير استجابة، كما أن المثير والاستجابة وحدة أساسية توحد بين الوعي والسلوك² وعليه فإن هذا البراديغم يقوم على معادلة حدوث المثير وقيام الاستجابة، لذلك نجد أن الدعاية تعد من الوسائل الأساسية الأولى التي استخدمت في إثارة المشاعر والأحاسيس.

3.4 البراديغم الوظيفي

يهتم هذا البراديغم بالطريقة التي تؤثر بها بعض الظواهر في سير النظام الاجتماعي، ويشكل الاتصال الجماهيري إحدى الظواهر الملائمة للتحليل الوظيفي، وتتمثل في دراسة الاستخدامات المستعملة من طرف الجمهور ومعاينة مدى الرضا المتحقق منها، فاهتمام الباحثين يصبح منصبا على استعمال الناس لهذه الوسائل أكثر من الاهتمام بتأثيرها على الناس، فقد تساءل الباحثون الذين أنجزوا هذا البراديغم عن سلوك الأفراد قبل تعرضهم إلى وسائل الاتصال وبعده، فقد عملوا على اكتشاف المجموعات التي تستهلك محتوى إعلاميا محددا ثم طلبوا من هؤلاء الأفراد لماذا يستهلكونه، وعليه فإن هذه الأبحاث الميدانية حول استعمال الناس لوسائل الإعلام زعزعت البراديغم السلوكي (المثير- الاستجابة) وأدت إلى تركه وتعويضه بتمثيل جديد لتأثير الوسائل، حيث أصبحت الرسائل الوسيالية لا تؤثر إلا إذا كانت للمستقبل أو المتلقي قابلية لتقبلها، أي ندرس انتظارات طلبات ورغبات الجمهور تجاه الرسائل.³

¹ مرجع سبق ذكره، ص 69-70.

² حسن سعد، براديغيات البحوث الإعلامية-الابستمولوجيا-الإشكاليات-الاطروحات، دار المنهل اللبناني، بيروت، 2011، ص 31.

³ مرجع سبق ذكره، ص 70.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

حيث قام هذا البراديغم على أنقاض البراديغم السلوكي، إذ تم التركيز على الرسائل الإعلامية كونها لا تؤثر إلا إذا كان الجمهور مستقبلا لها (الإعراض عن الإعلام الرسمي والتطلع إلى الإعلام الخاص الجزيرة-العربية- في متابعة أحداث الثورات العربية 2011)، كما إلتفت هذا التيار إلى دراسة الجمهور، والتوقعات الخاصة بالحاجات والرغبات التي يصبو إليها¹.

ان التقنية المعتمدة في بعض مقاربات التيار الوظيفي، تحولت من دراسة الفرد كعضو منعزل إلى دراسته من خلال عدد من المجموعات التي تشكل الأفراد مثل نموذج التدفق الثنائي للاتصال، ونموذج الاستخدامات والاشباع، ومن المسلم جوهريا أن هذا البراديغم يتركز على تصور المجتمع كوحدة عضوية، إذ تفسر عناصره بالوظيفة التي يشغلها.

4.4 البراديغم التفسيري (تأويلي)

انبثق هذا البراديغم من المدرسة المثالية الألمانية، ومصدر المعاني يكون في الأفعال الاجتماعية، حيث يتم تحليل المعاني الذاتية التي تشكل الاجماع حول تأويل الواقع، إذ أن الأفراد يعطون معنى لعالمهم من خلال السلوك الاتصالي، فالمجتمع بناء مركب من التجارب الشخصية لأفراده².

ويذهب في النفس الطرح الباحث فضيل دليو الذي يقول: تهدف المقاربات التفسيرية إلى التفسير، وأحيانا انتقاد المعاني الذاتية والمعاني التي هي محل إجماع في تفسير الواقع، ويركز هذا البراديغم أيضا في دراسته للمعاني على الطريقة التي يعطي بها الأفراد معنى للعالم من خلال سلوكهم الاتصالي، وعليه فهو يعتبر المجتمع بناء نظريا متشكلا من التجارب الذاتية لأفراده³.

ويمكننا أن نستنتج أن البراديغم التفسيري: أن الأفراد هم من يمنحون المعنى للواقع من خلال سلوكياتهم الاتصالية، فالتجارب والسير الذاتية للأفراد تشكل أساس تركيبة المجتمع.

5. منهجيات البحث في علوم الاعلام والاتصال (الكمية- الكيفية- المختلطة).

¹ حسن سعد، براديغمت البحوث الإعلامية-الابستمولوجيا-الإشكاليات-الاطروحات، دار المنهل اللبناني، بيروت، 2011، ص 34.

² Alain Iaramee, Bernard vallee, Lac recherche en communication – éléments de méthodologie, Presse de l'Université du quebec, 2005, p71.

³ مرجع سبق ذكره، ص 71.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

تنقسم بحوث/ الدراسات إلى عدة أقسام أو أنواع، وذلك باختلاف تخصصاتها ومستوياتها المعرفية، ومناهجها، ومجالات تطبيقها، وكذلك حسب أهدافها وهي عدة أنواع، وعليه في مقياسنا هذا سنعتمد على التقسيم حسب مؤشر طبيعة البيانات المستخدمة.

ويقصد بالبيانات في البحث العلمي، تلك المعلومات والحقائق الخاصة بالموضوع محل الدراسة الناتجة عن ملاحظة المفردات المبحوثة من طرف الباحث.¹، إذ تصنف البحوث تبعا لطبيعة البيانات المستخدمة إلى بحوث كمية وبحوث كيفية، وبحوث مختلطة تجمع بين النوعين، وفي هذا المقام يمكننا أن نضع بعض التعريفات الهامة لهذه الأنواع.

1.5 البحوث الكمية:

هي التي تستخدم تقنيات كمية مباشرة، وتلجأ إلى الرياضيات، والإحصاء، والعد والقياس.² وعليه فإنها تعتمد على الأساليب الإحصائية، والبحث عن الارتباطات بين الظواهر، كما تلتزم بمعايير البحث الصارم التي يتم وضعها قبل الشروع في البحث لاختبار الفروض المحددة مسبقا.³

بمعنى أن متغيرات الدراسة ومؤشراتها على مستوى الظاهرة المدروسة يكون وفق مقادير ونسب عددية مختلفة، ويقوم الباحث بإجراء عمليات لقياسها وتحديدها، وتعد هذه البحوث من أكثرها استخداما وشيوعا في الدراسات الإعلامية والاتصالية.

وهناك تعريف شامل للبحوث الكمية، حيث يؤكد الباحث الكتاوني Alkatawneh أنها تلك الدراسات التي يوظف الباحث في دراسة جوانبها محل الدراسة والمعالجة أساليب قياس كمية قابلة للتسجيل والعد والإحصاء، بمعنى التعبير عن مدى تكرارها بلغة الأرقام، وهذا توخيا للدقة والموضوعية في عرضها على القارئ بعيد عن الانطباعات الفردية والأفكار الذاتية والميول الشخصي.⁴

2.5 البحوث الكيفية:

¹ أحمد بن مرسي، الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال، الورسم للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2013، ص 18

² فضيل دليو، منهجية البحث العلمي، منشورات مخبر الاستخدام والتلقي في الجزائر، ط1، الجزائر، 2024، ص 59

³ المشهداني، سعد سليمان، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، 2017، ص 37.

⁴ Hassan Elkatawneh, Comparing Qualitative and Quantitative Approaches, Electronic journal ssrn, 2016, p02.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

نوع من البحوث العلمية التي تفترض وجود حقائق وظواهر اجتماعية يتم بناؤها من خلال وجهات نظر الأفراد والجماعات المشاركة في البحث¹، وهو يعتمد على قراءة البيانات والأحداث بأسلوب غير كمي، وإنما يتم الحصول على النتائج من واقع ملاحظة وتحليل الأحداث والمواقف، ويتم القيام بالبحث الكيفي عادة في الظروف العادية، ومن ثمة فإن الإطار أو السياق الذي تحدث فيه الظاهرة محل البحث يعد جزءا من الظاهرة نفسها².

هي التي يغلب عليها الطابع الكيفي الخالي عادة من التكميم والقياس ومختلف أشكال العد والقياس، حيث تستخدم فيها الأدوات الكيفية لجمع البيانات مثل الملاحظة بالمشاركة والمقابلة المعمقة، وعادة ما لا تستعمل التحاليل الإحصائية، بل تعتمد على التحليل الكيفي وتركز على الفهم من خلال التفاعل مع الموضوع والظاهرة المدروسة، وهي تسعى في الغالب إلى وصف معمق لأحداث معقدة في بيئتها الطبيعية³. وعليه فإن البيانات البحث الكيفي غير مجسد في شكل مادي قابل للقياس العددي، بل هي دلالات ومعاني يستشفها الباحث من خصائص الظاهرة.

فالبحوث الكيفية تتضمن تحليل استجابات المشاركين والتعبير عن مضمون هذه الاستجابات ودلالاتها في مقولات وأفكار ورؤى دون أن ترتكز على التحليل الإحصائي أو الكمي فهي لا تقوم على فروض يتوجب التحقق منها للحصول على بيانات كمية واستعمال أساليب إحصائية معينة⁴.

¹ عادل محمد ريان، استخدام المدخلين الكيفي والكمي في البحث، دراسة استطلاعية لواقع أدبيات الإدارة العربية، المؤتمر العربي الثالث للبحوث الإدارية والنشر، كلية التجارة قسم إدارة الأعمال، القاهرة، 2014، ص 87.

² عليان، ربيعي مصطفى، أساليب البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 27.

³ مرجع سبق ذكره، ص 59.

⁴ بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق، دار الكتاب الحديث، ط 1، القاهرة، 2011، ص

3.5 البحوث المختلطة:

هي تلك البحوث التي تشير في مفهومها إلى عملية المزج والجمع بين المناهج الكمية والكيفية في دراسة واحدة، بحيث تصبح غير منفصلة كما تظهر لأول وهلة، فقد يبدأ الباحث في المرحلة الأولى بمحاولة استكشاف آراء المشاركين ثم القيام بجمع البيانات اللازمة التي يتم تحليلها في مرحلة لاحقة، باستخدام الأدوات المناسبة، بعد تحديد المتغيرات التي يحتاج الباحث لدراستها، من خلال الاعتماد على أحد أنواع هذه المناهج، أو على كلاهما بهدف التحقق من دقة البيانات¹.

وتجدر الإشارة في هذه الزاوية إلى مسألة هامة، هي أن طرح المشكلات البحثية تكون دائما كيفية، حيث يمكن تعريف المشكلة بداية على أساس أنها الفرق بين وضع كائن في واقع الأشخاص أو الجماعات أو المؤسسات وبين وضع مرغوب فيه (ما يجب أن يكون/ مثالي)، فإذا كان تحديد المشكلة / الموضوع هو العنصر المركزي في البحث الاجتماعي والموجه الرئيس لصياغة أي فرضيات محتملة، فإن إثبات أو دحض الفرضيات غالبا ما يعتمد على تحليل البيانات الكمية².

فالبحوث المختلطة تجمع بين البحث الكمي والكيفي، وعادة ما تبدأ البحوث العلمية بالمنهج الكيفي لجمع المعلومات ثم تنتقل إلى المنهج الكمي لقياسها.

6. اختيار موضوع البحث وتحديد مشكلة الدراسة

قبل الشروع في هيكلة المبادئ النظرية وتصميم الإجراءات العملية لأي دراسة بحثية، على الباحث أولا أن يختار موضوع بحثه (عنوان الموضوع)، والمتمثل في الظاهرة التي يريد دراستها أو العمل عليها ضمن مشروع بحثه.

ونقصد ب (موضوع البحث) هنا ما يقابله باللغة الفرنسية (Thème) والذي هو عبارة عن عنوان يترجم مجال الاهتمام الذي يريد الباحث البحث فيه، وليس ذلك المفهوم المعترف به ابستمولوجيا ومنهجيا والمقصود به ما يقابله باللغة الفرنسية عبارة (Objet) والذي يتم بناؤه معرفيا وهو ليس معطى وهذا ما

¹ حفيظة خليف، البحوث المختلطة واستخدام المقاربتين الكمية والكيفية في الدراسات السوسيولوجية، المجلد 26، العدد 5، 2022، ص 112.

² مرجع سبق ذكره، ص 61.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

يعرف ببناء الموضوع الذي يعني كل مسعى البحث بكامل إجراءاته وفي ظل مبادئه النظرية والاستمولوجية.¹

يمكننا في هذا الاطار أن نضع أربعة قواعد أساسية لاختيار موضوع البحث:

- أن يكون الموضوع ذا أهمية علمية وإنسانية وجديدا، والجدة تقتضي عادة عدم التكرار، وكون موضوع الدراسة غير مستهلك ولم يسبق إليه أحد، مما يتطلب القيام بمسح كامل للبحوث التي سبق إجراؤها في التخصص نفسه من خلال قواعد البيانات الالكترونية ودوريات الأقسام الدراسية، لكن التكرار لا يتعارض بالضرورة مع إمكانية إعادة دراسة بحث مهم، بغرض التأكد من نتائجه، وخاصة باتباع منهجية مغايرة، أو بإجرائه في فترة زمنية مختلفة، أو في وسط ثقافي مختلف.²
- على الباحث أن يختار موضوعا في ميدان التخصص الذي زاول فيه دراسته ليضيف إليه كذلك عامل الرغبة في العمل فيه، أي من الأفضل أن يكون هذا الموضوع يجلب اهتمام من هو مقبل على القيام بالبحث الأكاديمي.³ الأمر الهام في اختيارنا لموضوع البحث أن يجلب اهتمامنا فعلا، كوننا سنعيش مع هذا الموضوع كل يوم، خلال فترة طويلة.⁴
- لابد من توفر الإمكانيات المادية والعلمية والزمنية لانجازه: أي أن تكون مصادر ومراجع الموضوع المراد دراسته متوفرة وفي متناوله ماديا وثقافيا/ علميا، أي يمكن الحصول عليها والاستفادة منها، وأن يكون لديه متسع من الوقت لانجاز بحثه، لأن اختيار موضوع حددت مدة إنجازه أكاديميا بسنة (الماجستير/ الماستر مثلا) تختلف طبيعته بالضرورة عن موضوع حددت مدة إنجازه بثلاث سنوات أو أكثر (الدكتوراه).. فلا بد إذن من مدخلات ومخرجات الدراسة الاقتصادية، ويعنى

¹ سعيد سبعون، حفصة جرادي، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2012، ص 9

² مرجع نفسه، ص 121.

³ مرجع نفسه، ص 10.

⁴ Herzlich Claudine, Réussir sa thèse en sciences sociales, Paris, Nathan, 2002, p.23.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

بمخرجات البحث اقتصاديا مجموع التكاليف والتقنيات والخبرات والجهود العلمية والبشرية والآلات المخبرية والمراجع التي يتطلبها البحث في كل مسار من مساراته.¹

- أن يكون الباحث متمكنا في تجسيد الاطار المنهجي، مثلا من كيفية إجراء تحليل المضمون أو التحليل السيميائي أو إجراء وتحليل المقابلات المفتوحة..أو متحكما في المتطلبات الإحصائية لتكميم وقياس العلاقة بين متغيرات بحثه..إن كان موضوعه يتطلب ذلك طبعاً، وهذا لا يعني بالطبع عدم معالجة مواضيع تتطلب تقنيات نجهلها بداية، بل يفضل تعلمها والتحكم فيها.²

¹ محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال (دروس نظرية وتطبيقات)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن،

2017، ص 19

² مرجع سبق ذكره،، ص 121-122.

7. بناء الإشكالية والتساؤلات والإجراءات المنهجية للبحث

يمكن أن ننوه في البداية أن لا وجود لقالب جاهز وثابت لكيفية صياغة الإشكالية، كونها عملية تخضع بالأساس في صياغتها وبنائها إلى المكاسب الأولية التي جمعها الباحث حول موضوع دراسته وكيفية استغلالها وتوظيفها، لكن مع ذلك هناك محاولات جريئة واجتهادات لباحثين في الميدان، نذكر في المقام الأول ما طرحه الباحث موريس أنجرس باعتبار أن نموذجه شامل والأكثر شيوعا في علم الاجتماع والعلوم الإنسانية.

1.7 الإشكالية

يمكن تعريف الإشكالية على أنها: نوع من المقاربة النظرية التي تأخذها مشكلة البحث، هذه المقاربة التي تضع البحث في إطار ووجهة محددة، أي أن الباحث سيعرف مع الإشكالية في أي اتجاه يسير بحثه: إذ يمثل اختيار المشكلة الخصوصية للبحث في تحديد التناول النظري الذي يستند إليه البحث المراد القيام به.¹

فالإشكالية هي: "ذلك الإطار النظري الشخصي المبني حول تساؤل رئيسي، وفرضيات بحث وخطوط تحليلية تسمح بمعالجة الموضوع المختار، وهي قابلة للتطور والنضج مع تقدم البحث".² وعليه يمكننا التفريق بين مفهوم الإشكالية الذي يعد النموذج الذي يضعه الباحث في قالب علمي، ومفهوم المشكلة التي نقصد بها الحالة أو الأمر الذي يثير فضول الباحث ورغبته للتقصي والتنقيب عن تلك الحالة بهدف استجلاء ذلك الغموض الذي يغلف تلك الحالة، واستكشاف المسببات وتأمين المقترحات اللازمة التي تقدم كمعالجات وحلول لهذه الحالة³

وعليه يمكننا أن نذكر بأن الإشكالية هي عملية لتدقيق مشكلة البحث، وذلك من خلال إعطاء واقتراح المسالك والسبل الفكرية التي تساعد على توجيه هذه المشكلة الوجهة المقبولة ابستمولوجيا ومنهجيا، ومن هنا نصل إلى الإشكالية التي هي في نهاية المطاف نوع من إعادة صياغة مشكلة البحث من منظور

¹ Mace Gordon, Pétry François, Guide d'élaboration d'un projet de recherche en sciences sociales, 3ème édition,

Québec, De Boeck université, Presses de l'université de Laval, 2000, p 30

² سبتي رشيدة، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار التنوير، ط1، الجزائر، 2013، ص 47.

³ مرجع سبق ذكره، ص 14.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

جديد قائم على استغلال المرحلة الاستكشافية¹. إذن تحديد المشكلة وضبطها بهدف تحديد جوانبها المختلفة والمتعددة، ووضعها في إطار مسعها التفكير، وباختصار فإن صياغة المشكلة تقود إلى طرح السؤال المتعلق بالواقع الذي نريد معرفته.²

2.7 صياغة الإشكالية أو (تحديد المشكلة)

في هذه الفقرة نحاول أن نعطي خطوات بناء الإشكالية وكيفية صياغتها بطريقة علمية تجعل فكرة البحث سليمة وواضحة، وهناك مجموعة من الصيغ التي ذكرها الباحثون في كتبهم، إلا أننا نقتصر على صياغتين:

1.2.7 الصياغة الأولى

طرحها الباحث موريس أنجرس، باعتبارها أنموذجا شاملا وجامعا لمختلف الأطر التي وضعها الباحثون. والذي يركز على الأسئلة الأربعة:

لماذا نهتم بهذا الموضوع ؟

والمطلوب هنا تحديد القصد الذي جعلنا نختار موضوعا دون آخر

مالذي نطمح بلوغه ؟

تحديد الهدف من البحث

ماذا نعرف عن الموضوع إلى حد الآن ؟

تدوين ما كتب عن الموضوع واستخلاص المعلومات التي جمعناها

أي سؤال بحث سنطرح

بعد طرح الباحث القصد من البحث، والهدف منه، والمعرفة التي اكتسبها يمكنه أن في الأخير أن يصيغ اشكاليته البحثية على شكل سؤال رئيسي³.

¹ موريس أنجرس، مرجع سبق ذكره، ص 93، 94.

² موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2004، ص 83

2.2.7 الصياغة الثانية

أشار إليها الأستاذ فضيل دليو في كتابه مدخل إلى منهجية البحث العلمي والتي مفادها:

تتم صياغة المشكلة بالرجوع إلى الأدبيات النظرية والدراسات السابقة وميدان الدراسة -المحتمل- انطلاقا من عنوان الدراسة. وكل المباحث التحريرية تتم كتابتها في شكل فقرات متسلسلة ومتسلسلة وظيفيا وانطلاقا من العام إلى الخاص إلى الأخص إن وجد، وبالطبع يختلف عدد فقراتها أو مكوناتها التحريرية باختلاف طبيعة المشكلة وعدد متغيراتها (أو الموضوع ومدى تعدد أبعاده المكونة له)، ولكنها على العموم تتكون من قسمين على الأقل: عام وخاص، يتوجهما تساؤل رئيس أو جملة تقريرية تعكس عنوان الموضوع.¹

وما دامت الانطلاقة البحثية -كما مر معنا- تحددها أهمية الموضوع، فإن القسم الأول من تحديد المشكلة يفترض فيه أن يتناول أهمية الموضوع من النواحي النظرية والاجتماعية وتحديد مجالاته الزمنية أو التاريخية والمكانية (مع عدم إلزامية ذكر جميع النواحي وبالترتيب نفسه)، مع الإشارة إلى موقع البحث من التخصص العلمي الذي ينتمي إليه الموضوع (والفراغ المعرفي -إن وجد- الذي قد يملأه) والإطار أو الأطر النظرية التي قد توجهه وتفسر الإشكالية التي يطرحها. هذا بالطبع إن كان يؤمن بالنهج الاستنباطي في البحث ولا يعتبر -على غرار الكثير من الكيفيين- الانطلاق من خلفيات نظرية مؤطرة للبحث عائقا معرفيا مؤثرا على مسارات البحث المنهجية ونتائجه. وتجدر الإشارة إلى أن هناك من يشير إلى هذا القسم باسم "الأهمية العامة للموضوع". ويمكن لهذا المستوى الأول أن يحدد في حالة أو وضعية مرغوبة أو مفروضة، أي يفترض أن تكون في اتجاه معين، يدرك على أنه المعيار أو النموذج المثالي.²

ولكي يربط هذه الأفكار بما سيلمها في القسم الثاني يختمها بالإشارة إلى ما سيعرض فيه من أهمية كل متغيرات "المشكلة" والعلاقة بينها -في حالة البحوث السببية مثلا- أو أبعاد "الموضوع" -حسب مختلف القنوات المعرفية-.

¹ فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 142-143.

² فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 95-96.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

وبالطبع، فإن القسم الثاني يتضمن إخضاع المشكلة لعملية التحليل بالحديث عن ظروف ظهور المشكلة وعن أهمية متغيراتها أو أبعادها بأوزانها المختلفة وعلاقاتها المتبادلة في حدود موضوع الدراسة. وقد تتعدد وتطول فقرات هذا الجزء أو تقصر تبعاً لعدد متغيرات المشكلة أو أبعاد الموضوع. وفي حالة وجود متغير مستقل وآخر تابع نستعرض أهميتهما على التوالي، وفي حالة التعدد (مستقل، تابع، وسيط / عدة أبعاد...) يجب بالطبع إنهاء الكلام عن المتغير أو البعد السابق بالإشارة إلى علاقته بالمتغير أو البعد اللاحق وأهمية كل منهما. وتجدر الإشارة إلى أن هناك من يشير إلى هذا القسم باسم "الأهمية الخاصة للموضوع".¹

ملاحظة: قد نتحدث هنا -بدلاً من القسم الأول- عن التفسيرات النظرية المحتملة التي أعطيت للمشكلة وعن النموذج/ الإطار النظري الذي قد يفسرها، قبل الانتقال إلى طرح التساؤل الرئيس في سياق هذا النموذج كتنويع للقسمين.

وفي الأخير، نختم القسمين بعد توطئة تحريرية (من قبيل: بعد التعرض... نخلص إلى...) بتساؤل رئيس عام يعكس عنوان الدراسة ويحدد وجهة البحث من خلال الحديث عن أبعاد الموضوع أو عن ماهية العلاقة بين متغيرات المشكلة (يكتب ببنط عريض أو مغاير). وقد يصاغ هذا التساؤل بالطبع في شكل جملة تقريرية. فمثلاً قد نتساءل: ما هي أسباب تراجع التعرض لوسائل الإعلام الوطنية في الجزائر في مطلع القرن الحالي؟²

ومن خلال هذين النموذجين يستطيع الباحث أن يصيغ إشكالية علمية بطريقة سليمة، تسمح للقارئ من خلالها أن يفهم طرحه وتصوره للموضوع، كما أن تحديد المشكلة بطريقة علمية تبرز القصد والهدف من الدراسة بدقة، وتعمل على عرض المعلومات الهامة حول المشكلة المطروحة من خلال ما جمعه الباحث من المعطيات حول الموضوع، ومن ثمة يمكن طرح السؤال الرئيسي لإشكالية الدراسة.

¹ فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 95.

² مرجع نفسه، ص 96.

3.7 تساؤلات الدراسة

ونقصد بتساؤلات الدراسة تلك الأسئلة الاستفهامية المرتبطة بالظاهرة المدروسة، إذ تلي مباشرة السؤال المحوري لإشكالية الدراسة، ويتم وضع هذه الأسئلة وفقا لأبعاد ومؤشرات الدراسة، حيث تصاغ قصد تقديم حقائق ذات مغزى علمي تهدف إلى الكشف عن العلاقة وتفسير حركة المتغيرات في المشكلة البحثية. وهناك من البحوث العلمية التي لا تحتاج إلى صياغة فرضيات، لذلك هي تستوجب طرح مجموعة من التساؤلات نظرا لطبيعة مواضيع البحوث والدراسات إذ تستدعي طرح تساؤلات خصوصا إذا تعلق الأمر بالبحوث الاستطلاعية والاستكشافية في مجال الإعلام والاتصال.

لذلك نجد أن تساؤلات الدراسة تستخدم عندما لا يكون هدف الباحث اختبار الدلالة الإحصائية للنتائج، وعادة ما تستخدم في المجالات البحثية الجديدة أو التي لم تدرس بشكل كاف في الدراسات السابقة، وتصنف هذه النوعية من البحوث تحت فئة البحوث الاستكشافية Exploratory Research، لأن الباحثين ليس لديهم خلفية معلوماتية كافية في مجال تمكنهم من توقع وجود علاقات معينة بين المتغيرات، وتهدف البحوث الاستكشافية إلى الوصول إلى مؤشرات حول الظواهر المختلفة وليس إلى إثبات وجود علاقات سببية بين المتغيرات.¹

أود الإشارة في المقام الأول إلى مسألة مهمة، والتي مفادها: "من القواعد الأساسية التي تصاغ بها التساؤلات الفرعية والفرضيات هي قدرة الباحث على تفكيك مفاهيم الدراسة إلى أبعاد ومؤشرات وهذا قصد جعل التساؤلات والفرضيات قابلة للملاحظة والقياس، إذ لا يستطيع الباحث دون هذه العملية أن يختبر الفرضيات من جهة، أو أن يجيب على تساؤلات الدراسة من جهة أخرى إذا كانت المفاهيم عامة ومجردة بمعنى غير قابلة للقياس، وسنتحدث عن التحليل المفاهيمي في العنصر التاسع والمتعلق «المفاهيم والمصطلحات في الدراسات الإعلامية».

أما عن صياغة التساؤلات في البحوث العلمية يندرج ضمن الإطار المنهجي الذي يوفر الإجابات عن الحقائق التي تلي حاجات البحث وتحقق أهدافه.

¹ شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، ط6، القاهرة، 2023، ص 60، 61.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

فهناك دراسات ضمن المسوح الوصفية لا تحتاج إلى صياغة فروض علمية، لأنها تستهدف في مجموعها الإجابة عن الأسئلة من...؟ ماذا...؟ أو كيف...؟ ولماذا...؟ إذ تستهدف الإجابة في أطر منفصلة وصف الواقع الراهن، دون أن تتجاوز هذا الوصف إلى بناء علاقات بينها أو اختبار هذه العلاقات.¹

فالمبتغى الأول والهدف الرئيسي من التساؤلات هو استخدامها على مستوى الدراسات الوصفية وكذا ضمان سير عملية التحليل في محاورها الأساسية نحو أهدافها المحددة في البحث.²

وعليه فإن وجود المتغيرات وملاحظتها في حالتها الديناميكية التي تشير إلى علاقات التبعية أو التأثير هو الذي يفرض بداية وضع التفسيرات الأولية لهذه العلاقات، أما وصف المتغيرات في حالتها الساكنة أي في حالة عدم وجود علاقات ببعضها أو عدم وجود علاقات للظاهرة البحثية بغيرها من الظواهر، هذا الوصف لا يحتاج إلى صياغة فروض علمية ويكتفي في هذه الحالات بالتساؤلات المنهجية.³

ويتوقف خيار طرح التساؤلات على طبيعة المشكلة أو الظاهرة البحثية، فالدراسة التي تستهدف الكشف عن السمات أو خصائص المتلقين، أو التعرف على سلوكهم الاتصالي مع وسائل الإعلام مثلا، أو تلك التي تقدم وصفا لخصائص سمات القائم بالاتصال، أو وصفا لاتجاهات أي منهم، أو وصفا للمحتوى الإعلامي، أو الدراسة التاريخية للوقائع الصحفية التي حدثت في الماضي..... وغيرها، مثل هذه الدراسات يمكن الاكتفاء فيها بالتساؤلات التي تفيد الإجابة عليها في تحقيق أهداف الدراسة.⁴

من جهة أخرى تستدعي ندرة المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة - كما هو مؤصل في الدراسات الاستكشافية أو الدراسات الاستطلاعية- إلى طرح تساؤلات حول الدراسة، وذلك قصد الإجابة عليها، بدلا من صياغة فروض غير موجودة أصلا تستدعي التحقق منها.

ويمكننا أن نستخلص في الأخير جملة من الشروط والخصائص المتعلقة بتساؤلات الدراسة:

- تأتي التساؤلات على شكل جمل استفسارية استفهامية بينما الفرضيات تصاغ على شكل جمل تقريرية يجب التحقق منها.

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، دار عالم الكتب، مصر، 2000، ص 121.

² محمد غريب، وجدي حلمي، مناهج البحث الإعلامي، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2019، ص 90

³ مرجع نفسه، ص 121.

⁴ مرجع نفسه، ص 123.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

- عادة ما تأتي التساؤلات في الدراسات الاستطلاعية أو الكشفية والتي تستهدف - من خلال الإجابة عليها - جمع البيانات والمعلومات المطلوب تبويبها وعرضها في إطار منهجي.
- تهدف التساؤلات وصف العلاقة بين السمات أو الخصائص من جانب أنماط السلوك، أو وصف العلاقة بين خصائص القوائم بالاتصال واتجاهاته نحو القضايا أو السياسات أو المحتوى الإعلامي. أو الكشف عن السلوك الاتصالي للمتلقين مع وسائل الإعلام، أو الدراسة التاريخية للوقائع الاتصالية والإعلامية التي وقعت في الماضي.
- وصف المتغيرات في حالات عدم وجود علاقات لها ببعضها أو عدم وجود علاقات للظاهرة المدروسة بغيرها من الظواهر.

8. المداخل النظرية وأهميتها في الدراسات الإعلامية

يمكن في البداية أن نشير إلى معنى العلم الذي دافع عنه الباحث Einstein طوال مساره العلمي، باعتبار أن العلم يتعدى كونه تخصصاً أو مجرد نشاط بسيط يشبه باقي النشاطات الإنسانية، وإنما هو طريقة شاملة وكلية منظمة تسمح لنا من تناول الواقع وتصوره في تعدديته وتعدد مستوياته، بغية بلورة معارف علمية عنه قابلة للتعميم والاختبار والدحض.¹ وهو ما يقودنا إلى المطالبة بضرورة الانتقال بالبحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، من التفكير في المنهج إلى التفكير في منهجية علوم الاعلام والاتصال، ولتوضيح الفرق بينهما يمكن القول أن المناهج هي جملة الإجراءات والتقنيات التي نستخدمها لجمع البيانات وتحليلها، بينما المنهجية هي طرائق التفكير لدراسة الظواهر والواقع الاجتماعي.²

ويتضح من خلال هذا التعريف أن البحث العلمي عموماً وفي مجال علوم الاعلام والاتصال خصوصاً، لابد أن يستند إلى أرضية رصينة علمية، كفيلة بمنحه القدرة على فهم الواقع في أشكاله المختلفة والمتنوعة فهما موضوعياً، يقدم مختلف النتائج، والحلول، والتفسيرات للظاهرة المدروسة، بعيداً عن كل التخمينات والأدوات التقنية العارية من التفكير والتصور المنهجي المنظم.

وقد أشار الباحث أحمد بن مرسل إلى أهمية المدخل النظري (المرحلة الفلسفية) في الدراسات الإعلامية حيث يتم فيها التركيز على مجالات اهتمام أساسية جديدة، عبر تكوين مفاهيم عامة، وإعادة النظر في الافتراضات الأساسية المعروفة، وكذا في مناهج البحث وأدواته المستخدمة في جمع البيانات، فإذا كللت خطوة المراجعة هذه باتفاق الباحثين على طبيعة الموضوعات التي تم وضعها، وكذا على نوعية المناهج والأدوات التي تستخدم في بحث هذه الموضوعات، فإن العمل على مستوى هذه المرحلة النظرية وصل نهايته، ليتم الانتقال مباشرة إلى المرحلة التجريبية التي يختبر فيها مضمون هذا الاتفاق ميدانياً، وذلك من خلال القيام بتطبيق أدوات التحليل الجديدة في بحث الموضوعات المحددة، وهذا قصد جمع معلومات وحقائق تثبت صحة أو خطأ ما اتفق عليه في المرحلة الفلسفية (النظرية).³

¹ سعيد لوصيف، التفكير المنهجي في الظواهر الاتصالية: التجاسر بين التخصصات والتموقع الاستمولوجي، مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر (كلية الاعلام والاتصال جامعة الجزائر 3)، الجزائر، 2016، ص

² نصرالدين لعياضي، التفكير في منهجيات دراسة الاعلام والاتصال في المجتمع الجزائري التموقعات الاستمولوجية والتقاطعات المعرفية، مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر، ط1، الجزائر، 2016، ص 98.

³ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005، ص 26.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

وما يمكن استخلاصه في مجال الدراسات الإعلامية والاتصالية، أن علاقة وسائل الإعلام والاتصال بالمجتمع، وما لذلك من حاجة ماسة لهذه الأخيرة إلى العلوم المتخصصة في دراسة هذا المجتمع وأفراده (العلوم السلوكية الاجتماعية)، هو أن الباحث في النطاق المذكور لا يمكن أن يدرس هذه العلاقة في فراغ نظري، لأنه في هذه المهمة، لابد من أن ينطلق من معطيات معلوماتية حول الفرد والمجتمع، في شكل افتراضات أساسية، تقوده نحو أهدافه العلمية المتوخاة، وتبعا لذلك فإن الدراسات الإعلامية والاتصالية تعتمد على ما توصلت إليه الدراسات الاجتماعية والنفسية، والتاريخية إلخ من معلومات وبيانات حول الفرد والمجتمع، ليستفيد منها الباحث في كشف نشاطات هذه الوسائل داخل الجماهير، للوصول بدقة إلى كيفية استخدامها، من حيث كيفية استقبال الرسائل الإعلامية، والتأثير الذي يحدثه تدفق المعلومات، تحديد العوامل المعيقة لذلك، والحائلة دون الوصول إلى جمهور أوسع.¹

ومن خلال هذا العرض يمكننا تحديد أهمية المدخل النظري في الدراسات الإعلامية في النقاط الآتية:

- تساعد المداخل النظرية في اكتساب طريقة شاملة ومنظمة تسمح للباحث من دراسة الظاهرة الإعلامية والاتصالية وفق سياقات متعددة، بغية بلورة معارف علمية عنها تكون في الأخير قابلة للتعميم والاختبار والدحض
- تكمن أهمية المدخل النظري كونه يوجه البحث إلى التساؤلات الصحيحة التي يطرحها الباحث، وقدرته على اختبار الظاهرة محل الدراسة.
- التركيز على مجالات اهتمام أساسية جديدة، عبر تكوين مفاهيم عامة، وإعادة النظر في الافتراضات الأساسية المعروفة، وكذا في مناهج البحث وأدواته المستخدمة في جمع البيانات.
- الانطلاق من أرضية ذات معطيات بحثية حول الفرد والمجتمع، في شكل افتراضات أساسية، تقوده نحو أهدافه العلمية المتوخاة في مجال الإعلام والاتصال.
- استفادة مجال الإعلام والاتصال مما توصلت إليه الدراسات في العلوم الأخر الاجتماعية والنفسية، والتاريخية إلخ من معلومات وبيانات حول الفرد والمجتمع، خصوصا ما تعلق بنشاط نشاط وسائل الإعلام والاتصال داخل المجتمع، الأمر الذي سيسهل من فهم عملية استخدامها وكيفية تلقي الجماهير لمضامينها ومحتوياتها.

¹ فضيل دليو، مرجع نفسه، ص 40.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

- تساهم المداخل النظرية في توجيه البحث الوجهة العلمية وإبعاده عن الأحكام القيمية والأفكار المسبقة، كما أنها تجعل العملية التحليلية والتفسيرية تستند إلى دعائم علمية تزيد من تثمين مسار البحث.

9. المفاهيم والمصطلحات في الدراسات الإعلامية

يكن أهمية هذا العنصر (المفهوم) كونه يعد المحرك الأساسي لقيام أي دراسة علمية، لأن اجراء أي بحث يعتمد بالدرجة الأولى على ضبط مفاهيمه ومصطلحاته وفق الإشكالية المطروحة لدراسة ظاهرة ما، كما أن مسألة تحليل المفاهيم وتفكيكها تمنح البحث عملية الانتقال من صورته النظرية إلى شكله العملي أو التطبيقي.

1.9 المفاهيم**1.1.9 تعريف المفهوم**

تكتسب الحقائق والأشياء قيمتها من المعاني والصور المشتركة التي يرسمها الأفراد لها، ويتفقون عليها في البيئة الواحدة، وهذه المعاني والصور تصاغ في شكل رموز ذات دلالة بحيث تستدعي هذه الرموز بمجرد ذكرها المعاني والصور التي تعبر عنها.

والمفهوم في تعريفه الشامل هو: تصور ذهني عام ومجرد لظاهرة أو أكثر وللعلاقات الموجودة بينها، والمفاهيم ماهي في الواقع إلا تصورات ذهنية لمجموعة متنوعة من الظواهر التي نريد ملاحظتها.¹

ويعرف أيضا على أنه "الوسيلة الرمزية التي يعتمد عليها الانسان في التعبير عن المعاني والأفكار بغية توصيلها للآخرين، مع العلم أن مضمون مفهوم ما قد يختلف من مجتمع لآخر ومن بيئة لأخرى لذلك نجد اختلافا في معاني المفاهيم لدى الأفراد لأنها تنشأ من الخبرات الاجتماعية والتجارب الحياتية التي يمر بها الانسان في المجتمع".²

¹ موريس انجرس، مرجع سبق ذكره، ص 158.

² سبتي رشيدة، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار التنوير، ط1، الجزائر، 2014، ص 59.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

ويمكن وصف الظواهر المتعددة من خلال مفاهيم موحدة، مثل مفهوم الوعي السياسي، السلوك الثقافي، القيم الإعلامية، الرضا الوظيفي، كثافة المشاهدة، وعلى سبيل المثال فإن هذا الأخير أي مفهوم (كثافة المشاهدة) فإن استخدامه في بحوث التعرض إلى التلفزيون يشير إلى الجلوس أمام التلفزيون لفترات طويلة مقارنة بالكثافة المتوسطة أو المحدودة وغيرها من المفاهيم الأخرى فهي تشير إلى معاني وأساليب ومستويات متعددة.

وللمفهوم علاقة وثيقة بالمصطلح (Term) لكنه يختلف عنه، فالمصطلحات هي دائما عبارة عن كلمات محددة (كلمة أو عبارة) بينما لا ترتبط المفاهيم بكلمة أو كلمات محددة، إذ أن المفهوم الواحد قد يعبر عنه بكلمات مختلفة (وهناك من لا يفرق بين المفهوم والمصطلح¹ وعليه فإن كلمة مصطلح هي لفظ اصطلح الباحثون عليه، أي اتفقوا بشأنه لتأدية معنى معين².

انطلاقاً من أن المفهوم هو تصور تجريدي بمعنى (غير ملموس ولا يمكن قياسه أو ملاحظته)، فإن الشروع في تجسيده على أرض الواقع يتطلب تفكيكه إلى أبعاد مختلفة (أحد مكوناته)، وعليه لابد من الباحث في هذه المرحلة من فحص معاني المفهوم بصورة دقيقة وعميقة. لكن قبل تفكيك المفهوم إلى أبعاد ومؤشرات لابد من تقديم التعريف الإجرائي له، الذي يساعدنا في عملية التفكيك.

2.2.9 التعريف الإجرائي للمفهوم

هو مجموعة من الإجراءات التي تصف النشاطات التي يجب القيام بها من أجل تعيين الأبعاد التي يمكن قياسها وملاحظتها من أجل التعرف إلى ما يشير إليه هذا المفهوم أو ذاك وبصفة خاصة نعني بالتعريف الإجرائي هو عندما يتعامل الباحث مع هذا المفهوم في بحوثه التطبيقية أو خلال ملاحظته لحركة هذا المفهوم وعلاقته واتجاهاته³.

¹ فضيل دليو، تقنيات تحليل البيانات في العلوم الاجتماعية والإعلامية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2010، ص 30.

² أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 77.

³ محمد فاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الاعلام والاتصال (دروس نظرية وتطبيقات)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2017، ص 10.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

، وعليه فإن التعريف الإجرائي للمفهوم هو الذي يقودنا إلى وصف المفهوم بالمتغير، ويصبح المتغير هو المفهوم في حالته الميدانية (التطبيقية التجريبية)، أي عندما يكون معدا للوصف والقياس أو التجريب حالة بحالة...فهو يتبع قيمة المفهوم التي تتغير تبعا لذلك من حالة إلى أخرى.¹

فالتعريف الإجرائي للمفهوم هو وضع تعريفات تتلاءم مع معطيات الدراسة الذي ينجزها الباحث، بحيث يكون هذا التعريف منطبقا مع مدخلات بحثه ومفاهيمه.

كما يضع التعريف الإجرائي بشكل مفصل الإجراءات الفعلية التي استخدمها الباحث في قياس المفهوم (موضوع البحث)، وتكمن أهمية التعريفات الإجرائية لمفاهيم البحث في كونها تتيح للباحث الانتقال من مستوى المفاهيم البنائية النظرية إلى مستوى الملاحظة التي يعتمد عليها العلم.

وباعتبار أن التعريف الإجرائي هو الذي يقودنا إلى وصف المفهوم بالمتغير، ويصبح المتغير هو المفهوم في حالته الميدانية (التطبيقية التجريبية)، إذن ماذا نقصد بالمتغير؟

2.9 المتغير

هي الخصائص الكيفية أو الكمية لوحداث التحليل، أي هي السمة أو الخاصية أو الصفة التي قد تكون موجودة أو غير موجودة في أي فرد أو مجموعة من الأفراد.²

وهي الخصائص التي يشترك فيها أفراد المجتمع الإحصائي وتأخذ قيما متغيرة بين فرد وآخر، فطلبة السنة الثانية لسانس جذع مشترك تخصص إعلام واتصال يختلفون من حيث الجنس، التحصيل المعرفي، الحالة الاجتماعية، التفاعل في قاعة التدريس مع الأستاذ ويمكن تعريفه على أنه:

هو أي مفهوم تطبيقي له أكثر من قيمة واحدة.

كما أنه يعرف على أنه ميزة خاصة بأشخاص، بأشياء أو بأوضاع مرتبطة بمفهوم والتي يمكن أن تأخذ قيما متنوعة.³

1.2.9 أبعاد المفهوم (المتغير)

¹ فضيل دليو، تقنيات تحليل البيانات في العلوم الاجتماعية والإعلامية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2010، ص 32

² موريس أنجرس، مرجع سبق ذكره، ص 120.

³ موريس أنجرس، مرجع سبق ذكره، ص 168

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

يعرف موريس أنجريس البعد على أنه: أحد مكونات أو جانب من جوانب المفهوم والذي يشير إلى مستوى معين من واقع هذا الأخير.¹ والذي يقربنا من الواقع الذي نريد ملاحظته لأنه يعمل على تقليص مجال هذا الواقع الذي نريد دراسته، وتعد مرحلة تحديد الأبعاد كالجسر الذي ينقل المفهوم من مرحلة المجرد إلى الملموس، أي التعبير عن المفهوم المجرد الذي لا نلاحظه مباشرة في الواقع الملموس بمستويات من الواقع هي بمثابة مكونات لهذا المفهوم، فمثلا نحدد مفهوم التغير الاجتماعي الأبعاد الآتية: سياسي ثقافي، اجتماعي.²

وهذه المرحلة بدورها تقودنا إلى مرحلة أخرى وهي تحديد مؤشرات المتغير

2.2.9 تعريف المؤشر

والمؤشر هو عنصر لبعد ما يمكن أن يلاحظ في الواقع، إذن لابد من البحث في الواقع على علامات دالة والتي تسمى علميا بالعلامات الملاحظة (Observab) إذا كنا مثلا نريد التحقق ولو من جزء من الفرضية، وبمجرد تشخيص الظواهر الملاحظة القادرة على تقديم حوصلة عن متغيرات الدراسة نكون قد وجدنا مؤشرات هذا البعد.³

أو كما يعرفه الأستاذ فضيل دليو على أنه مظهر من مظاهر المتغيرات القابلة للملاحظة والقياس (في البحوث الكمية)، وقد يكون عبارة عن أي شيء يدل على وجود المتغير قيد البحث، إذ بواسطته نقيم أثر التعريف الإجرائي ونقيس المتغيرات كميا. وفيما يلي مثال عن مؤشرات متغير "الديمقراطية السياسية" كنموذج: التعددية الحزبية، التعددية الإعلامية، حرية الانتخابات، الفصل بين السلطات الثلاث، التداول على السلطة... فبواسطته نقيم أثر التعريف الإجرائي ونقيس المتغيرات كميا.⁴

¹ موريس انجريس، مرجع سبق ذكره، ص 160.

² سعيد سبعون، مرجع سبق ذكره، ص 117.

³ موريس انجريس، مرجع نفسه، ص 161.

⁴ فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 173.

3.9 أنواع المتغيرات

نتطرق في هذا المستوى إلى التقسيم القائم على تصنيف المتغيرات وفقا لقدرتها على قياس الأشياء: أي مستوى قياسها، ونشير هنا إلى ثلاثة أنواع:

1.3.9 المتغير المستقل

هو المتغير الفاعل في حركة الظاهرة، فإذا كان البحث عن العلاقة بين السبب والنتيجة يكون هو السبب في حدوثها، وإذا كان البحث في علاقة التأثير فهو العنصر المؤثر ويتربط عن حركة هذا المتغير النتائج التي تحدث في الظاهرة أو التأثير بحركته¹

حيث يسبق المتغير التابع، ويُعتبر سببا في حدوث المتغير التابع، فيتحكم الباحث في شروطه لإنتاج بعض الآثار. ويُرمز له عادة باسم "س" (x). إنه المتغير الذي يقيسه الباحث أو يتحكم فيه أو يختاره لتحديد علاقته بالظاهرة أو بالظواهر الملاحظة. وهو يتطابق مع المتغير المحفّز. فقد يكون مصدره في المبحوث أو في محيطه. إنه المتغير الذي يعالجه الباحث لمعرفة الآثار التي يُحدثها في متغير آخر.

2.3.9 المتغير التابع

إنه المتغير الذي يحدث فيه التغير أو يقع عليه التأثير جراء المتغير المستقل، والمتغير التابع قد يتم تحديده بناء على أسس منطقية أو حقائق موجودة²، وهو المتغير الذي يحدث نتيجة لوجود المتغير المستقل، أو يتأثر به، فهو متغير يؤثر فيه المتغير المستقل، فمثلا دراسة: الوظائف الاتصالية وعلاقتها بإدارة سمعة المؤسسات، يتضح للقارئ أن (الوظائف الاتصالية) هي المتغير المستقل كونها المتغير المحرك والفاعل الذي يساهم في دفع المؤسسة إلى التطور وخلق سمعة طيبة، أما (إدارة السمعة) فهي المتغير التابع كونه يتغير ويتأثر وفق درجة التأثير التي يملها المتغير المستقل.

وعليه فإن المتغير التابع يحدث كنتيجة لمتغير سابق. إنه التأثير الناتج عن المتغير المستقل. وهو عادة ما يكون موضوع الدراسة أي المتغير المراد شرحه، ويرمز له عادة بـ "ص" (y). إنه العامل الذي يلاحظه الباحث أو يقيسه لتحديد تأثير المتغير المستقل أو المتغير السبب. إنه المتغير-الاستجابة. وفي اللغة

¹ فضيل دليو، تقنيات تحليل البيانات في العلوم الاجتماعية والإعلامية، دار الثقافة، ط1، الأردن، 2010، ص 35.

² بركات عبد العزيز، أسس مناهج البحث الإعلامي، دار المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2011، ص 68.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

الاقتصادية، يعتبر هذا المتغير من المخرجات وفي العلوم السلوكية يعتبر سلوكا ناتجا عن كائن حي تم تحفيزه. إنه العامل الذي يظهر، يختفي، يختلف... نتيجة طبيعة التحكم في المتغير المستقل من قبل الباحث¹.

3.3.9 المتغير الوسيط

في الكثير من الدراسات لا يصبح المتغير المستقل وحده هو السبب أو المقدمة لحدوث الظاهرة أو ملاحظة النتائج، ولكن توجد متغيرات أخرى تسهم بشكل أو آخر في تفعيل المتغير المستقل وقيامه بدوره في العلاقة مع المتغير التابع.

إذن هو المتغير الذي يرى فيه الباحث تأكيدا للعلاقة بين كل من المتغير المستقل والمتغير التابع باعتباره متغيرا متحركا، أو دافعا للمتغير المستقل²، وهو متغير ثانوي يحدده الباحث من أجل معرفة أثره على العلاقة بين المتغير المستقل والتابع، فعندما يصبح المتغير المستقل وحده غير كاف في تحديد العلاقة لوقوع الظاهرة وفي الوقت ذاته يتضح له أن هناك متغيرات أخرى قد تضبط هذه العلاقة بشكل مباشر بين المتغير المستقل والتابع.

¹ فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 151.

² محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، دار عالم الكتب، مصر، 2000، ص 26.

10. الفرضيات في البحوث الإعلامية**1.10 فرضيات الدراسة**

هي تفسيرات مؤقتة للظاهرة قيد البحث، مصاغة في شكل مقترحات. وهي ليست بالضرورة صحيحة، فقد تكون غير صحيحة، كما يمكن أو لا يمكن إثباتها بحقائق. إنها تفسيرات مبدئية وليست هي الوقائع نفسها.¹

ويمكن تعريفها أيضا على أنها " إجابة مقترحة لسؤال البحث تتميز بالتصريح والتنبؤ وهي أيضا وسيلة للتحقق الامبريقي "²

كما تعرفها ذوقان عبيدات وآخرون على أنها: " حلول مؤقتة أو تفسيرات مؤقتة بضعها الباحث لحل مشكلة البحث، فهي إجابة محتملة لأسئلة الدراسة"³. فالفرضية إذن هي تفسير أو عبارة عن حل محتمل للمشكلة المطروحة والتي تحتاج للاختبار والتحقق منها من خلال جمع المعلومات والحقائق حولها وذلك لإثباتها أو دحضها، كما أن الفرضية لا تأتي من فراغ وإنما تمثل وعاء فكريا يتم اشتقاقه من نظريات ودراسات سابقة.

ومن خلال التعريفات السابقة يمكننا تحديد بعض شروط صياغة فرضية سليمة

2.10 شروط وضع فرضية مناسبة

- أن تكون بصيغة تقريرية مباشرة لسؤال البحث
- تصريح يوضح في جملة تقريرية علاقة قائمة بين متغيرين أو أكثر
- أن تكون قابلة للاختبار لذلك يجب القيام بتحليل المفاهيم التي تعبر عن المواقف بدلا من كتابة الظواهر، والتي تمكن الباحث من ملاحظتها في الواقع.
- البساطة والاختصار وتجنب الحشو

¹ فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 114.

² موريس انجرس، مرجع سبق ذكره، ص 150-151.

³ ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، ص 97

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

- أن تكون خالية من الأحكام الذاتية والتحيز والأحكام المسبقة من خلال استخدام أدوات التوكيد أو أن تعرّف الظاهرة بصفات مثل "أفضل" أو "أسوأ"...
- أن تكون خالية من أحرف التمني مثل لو، وليث، وعسى.....
- يجب أن تكون مفاهيمها واضحة ودقيقة، بحيث تسمح بتحديد إجرائي فتسهل عملية اختبارها، كما تتيح للباحثين الآخرين إمكانية تكرار البحث للتأكد من نتائجه.
- ينبغي أن تشير الفرضية للمؤشرات التي ستستخدم، فهي تزيد من صحة النتائج، لأنه كلما كانت مفاهيمها واسعة النطاق كلما كان من الأسهل الوقوع في فخ استخدام أدلة انتقائية وبديهيات عامة.
- يجب أن تكون الفرضية ذات علاقة مباشرة بالإطار النظري للبحث ومستمدة منه

3.10 أنواع الفرضيات

يشير الأستاذ فضيل دليو في كتابه إلى نوعين من الفرضيات، وكل نوع يتفرع عنه مجموعة من الفرضيات المستخدمة في العلوم الإنسانية ويقسم العديد من المتخصصين أمثال (Eisman, Colás & Hernández, 1991; Hernández-Sampieri, 1998) الفرضيات إلى بحثية (استقرائية/استنتاجية) وإحصائية (صفيرية/ بدلية). ونحاول في هذا المقياس أن نتطرق إلى الفرضيات الإحصائية باعتبارها الأكثر استخداما بين أوساط الباحثين والدارسين.

1.3.10 الفرضيات الإحصائية

الفرضيات الإحصائية (Statistical Hypothesis): هي افتراضات يقترحها الباحث حول مؤشر واحد أو أكثر من المؤشرات المجتمعية، والتي هي بحاجة إلى التحقق من وجودها في مجموعتين دراسيتين على الأقل، ويتم التأكد من ذلك عن طريق إخضاعها لاختبار الدلالة الإحصائية. ويمكن صياغة الفرضيات الإحصائية بطريقتين:¹

أ. الفرضية الصفيرية

¹ فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 123.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

هي الفرضية التي لا تكون هناك علاقة بين متغيراتها أي ليس هناك تأثير أحدهما على الآخر وليس هناك دلالة إحصائية بينهما.¹

فرضية العدم أو الفرضية الصفريّة (Null Hypothesis): هي التي تنص على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الدراسة في علاقتها بالمتغير المستقل. ويتم تمثيلها بـ " H_0 ". فهي تستهدف أصلا نفي تأثير المتغير المستقل. أي، تنص على أن السبب المعين كمصدر للمشكلة غير مستقر أو ليس صحيحا، مما يجعله مرفوضا. ويمكن تشخيصها من الأمثلة السابقة بربط بعض المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة بالمتغير التابع في فرضيات هذه الأمثلة: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية" في المسار الدراسي بين الذين يتلقون دروسا خصوصية والذين لا يتلقونها، أو الذين يتعلمون في أقسام مكتظة/مختلطة...، أو بين استخدامات (و/ أو إشباعات) الذكور والإناث لوسيلة إعلامية معينة في الجزائر.²

مثال:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة الأفلام الدرامية وزيادة العنف الجسدي لدى الأطفال الجزائريين.

ب. الفرضية البديلة أو المثبتة

تثبت الفرضية البديلة العلاقة بين المتغيرات أو الفروق بين المجموعات في خاصية أو مجموعة من الخصائص، وهي بديلة للفرضية الصفريّة بحيث إذا رفض الباحث الفرضية الصفريّة وجب عليه قبول الفرضية البديلة.³

إذن هي الفرضيات التي تثبت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الدراسة فيما يتعلق بإثبات تأثير المتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة، وهي في حد ذاتها تنقسم إلى قسمين: فرضية مثبتة ذات علاقة إيجابية بين متغيراتها المستقل والتابع، أي كلما زاد المتغير المستقل زاد المتغير التابع، أو العكس أي كلما نقص المتغير المستقل نقص المتغير التابع.

¹ سبتي رشيدة، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار التنوير، ط1، الجزائر، 2014، ص 56.

² فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص124.

³ عبد الكريم بوحفص، أسس ومناهج البحث في علم النفس، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2016، ص 120.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

مثال: كلما انخفض المستوى التعليمي لأفراد المجتمع انخفضت المشاركة السياسية.¹

فرضية مثبتة لها علاقة سلبية أي كلما زاد المتغير المستقل نقص المتغير التابع والعكس كلما نقص المتغير المستقل زاد المتغير التابع

مثال: كلما زادت المشاركة السياسية نقص العنف السياسي في المجتمع، أو العكس.²

11. الدراسات السابقة

1.11 تعريف الدراسات السابقة

يقصد بها مختلف الدراسات التي أجريت حول نفس الموضوع أو الدراسة التي يجريها باحث حول موضوع معين، وبمعنى آخر هي تلك الدراسات التي لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة، من حيث المفاهيم والمتغيرات (الأبعاد، المؤشرات) التي انطلق منها الباحث في بناء وصياغة إشكالية دراسته.

ويشير مصطلح الدراسات السابقة إلى مراجعة الدراسات التي تناولت الموضوع أو بعض جوانبه حتى يتسنى للباحث أن يبدأ من حيث انتهى غيره من الباحثين والدارسين، وأن يوضح مدى الاختلاف والتشابه بين دراسته وبين ما سبقه من دراسات، إذن هي عملية تهدف إلى تكوين وبناء صلات قوية بين البحث الحالي وبين البحوث السابقة له، ومن ثم ربط البحث الحالي بالتراكم المعرفي في الموضوع.³

ومن أجل ذلك يقوم الباحث في هذه الخطوة بقراءة الدراسات التي لها علاقة مباشرة بما يبحثه، وهذا بهدف الاستفادة منها، من حيث وضع التصميم الهيكلي المتوصل إليها على مستوى أساليب الإنجاز، وكذا التعرف على النتائج المتوصل إليها على مستوى كل دراسة من هذه الدراسات السابقة، لأن النتائج المشار إليها بالنسبة للباحث مصيرية، حيث تمكنه من معرفة: أين توقف الآخرون، حتى يتمكن من تقرير ما سيفعله هو بدوره في بحثه للموضوع من خلال الحرص على أن يكون عمله مكملًا لهذه المجهودات

¹سبتي رشيدة، مرجع سبق ذكره، ص 56.

²مرجع نفسه، ص 56.

³ طارق عطية عبد الرحمان، دليل تصميم وتنفيذ البحوث في العلوم الاجتماعية، مركز البحوث، المملكة السعودية، 2013، ص

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

السابقة، متفاديا في الوقت نفسه تكرار بحث ما سبقه إليه غيره، لأن ذلك يفقد عمله الأصالة الواجب توفرها في كل بحث علمي¹.

2.11 فوائد البحوث (الدراسات) السابقة

لابد من الإشارة أولا: أن البحوث أو الدراسات لا تنطلق من العدم وإنما تحتاج إلى أرضية علمية سبقتها تكون هذه الأخيرة بمثابة الممول أو المعين الذي يساعد الباحث في الانطلاق من حيث انتهى سابقوه أو اختبار النتائج التي توصلوا إليها، كما أن الدراسات السابقة تساعد الباحث في النقاط الآتية:

- تعمل على تحديد أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية
- تساعد في تطوير أو توسعة أو تكملة موضوع بحثي معين.
- الحصول على توجيهات وارشادات مفيدة عند إجراء الدراسة الحالية وهو ما يطلق عليه في الدراسات البحثية ب (حدود الاستفادة).
- تساعد في تكوين خلفية نظرية حول موضوع البحث، بل قد تزيد من رصيدنا المعرفي حول الموضوع ومن فهمنا له.
- توفر علينا بعض الجهد في اختيار الإطار النظري وبعض الخطوات/ الإجراءات المنهجية المناسبة.
- تساعد في تحليل النتائج المتوصل إليها في الدراسة الحالية مقارنة بالدراسات السابقة.
- تبصرنا بالصعوبات (المعرفية والمادية) التي واجهت من سبقنا وبأخطائهم المحتمل تكرارها.²

12. بناء الإطار النظري في البحوث الإعلامية

يعد الإطار النظري أو ما يسمى بأدبيات الدراسة الحجر الأساس في البحث العلمي، إذ يتضمن التراكم المعرفي الذي توصل إليه الباحث حول الظاهرة المدروسة، سواء تعلق الأمر بالتعريفات أو والأوصاف

¹ أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 85، 86

² فضيل دليو، مدخل إلى منهجية البحث العلمي، منشورات مخبر الاستخدام والتلقي في الجزائر، ط1، الجزائر، 2024، ص 107،

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

والتلخيصات والتقييمات للمعلومات المتوفرة إضافة إلى اسهامات الباحثين فيه، حيث كلما كان الإطار النظري قيما كانت الاستنتاجات موضوعية ومفيدة،

والإطار النظري هو الخلفية العلمية النظرية التي يحتاج إليها الباحث ليستطيع إعداد بحث علمي له أهداف وفروض علمية يكون لتحقيقها أثر في البناء المعرفي، ويعرف حاض الإطار النظري أو ما يسميه الإنتاج الفكري بأنه يمثل كل الجهود السابقة المتمثلة في الدراسات والبحوث والكتب والمقالات التي تدور حول موضوع البحث، والتي يمكن للباحث الوصول إليها والاستفادة منها، وعليه فإن الإطار النظري ليس ملخصاً لما قاله الباحثون السابقون فحسب، ولكنه مراجعة لما توصل إليه هؤلاء الباحثون للوصول إلى فهم موضوع البحث والأفكار الأساسية لهذا الموضوع.¹

ينطلق البحث العلمي من اهتمام، من انشغال، من حيرة، هي كلها بمثابة مشكلة جلبت اهتمام الباحث، وحتى تترجم هذه المشكلة إلى مشروع بحث علمي لابد من تحويلها وترجمتها في شكل سؤال عام هو سؤال الانطلاق في إجراءات البحث العملية في حد ذاتها، ومن أجل الوصول إلى سؤال الانطلاق هذا يلجأ الباحث إلى المصادر الملائمة والمساعدة على ذلك، ويمكن لهذه المصادر أن تكون ملاحظاته الشخصية، أو قراءاته، أو نتائج بحوث سابقة، أو نماذج ونظريات موجودة، هذه المصادر من شأنها أن تساهم في بلورة الوعي بسؤال الانطلاق وتعطيه الوضوح والدقة والمنطق اللازمين.²

كما أن جمع المعلومات المتعلقة بالجانب النظري والوثائقي في البحث يعتمد على مراجعة كافية للمصادر المطلوبة كالكتب والدوريات والتقارير والوثائق الأخرى، وهذا الجانب يتعلق بالبحوث الميدانية، لأنها تحتاج إلى جانب نظري يتطرق إلى ذكر في أدبيات الموضوع من معالجات، لكي يكون ذلك الجانب دليل عمل للباحث في فصوله الميدانية اللاحقة، سواء اعتمدت هذه الفصول على الاسبيان أو المقابلة أو الملاحظة.³

13. التهميش وقواعده في الدراسات الإعلامية

¹ طارق عطية عبد الرحمان، دليل تصميم وتنفيذ البحوث في العلوم الاجتماعية، مركز البحوث، المملكة السعودية، 2013، ص 65.

² سعيد سبعون، مرجع سبق ذكره، ص 22.

³ رشيدة سبتي، مرجع سبق ذكره، ص 123.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

يستعين الباحث في بحثه بآراء وأفكار الآخرين قصد تعزيز ما يطرحه من أفكار في كتابة بحثه، لذا من الضروري الالتزام بتوثيق هذه المعلومات لأنه يعد دليلا على صدق الباحث وأمانته العلمية ودليلا على دقة المعلومات، وعليه فإن التوثيق يعطي القارئ فرصة التأكد من صحة المعلومة المنشورة في البحث بالرجوع إلى مصدرها الأصلي، أو للاستزادة في حالة ما إذا كان القارئ مهتما بموضوع البحث.¹

يقصد بالهامش في البحث العلمي الجانب الأسفل من الصفحة الذي يخصصه الباحث إلى تدوين المعلومات التوثيقية الخاصة بالمراجع المقتبس منها أو تسجيل بعض الإيضاحات الخاصة بنقطة غامضة وردت في المتن ويتعذر عليه القيام بذلك على مستوى هذا الأخير، نظرا للخلل الذي تحدثه على مستوى تسلسل الأفكار الواردة فيه، وبالتالي لابد من نقلها إلى هامش الصفحة، لأن وجودها في المكان المذكور يكون ناشرا وهو ما ذهب إليه الباحث إبراهيم البيومي غانم في تعريفه للهامش بأنه "كل ما ليس من متن البحث ذاته"² وعليه فإن الباحث لابد أن يوثق كل ما يستعين به من أفكار وتصورات وآراء الآخرين في تعزيز طرحه الذي جاء به في دراسته، كما أن هذا التوثيق له معايير وقواعده، والباحث مجبر على اتباعها حتى لا يقع في المحذور (السرقعة العلمية)، ويمنح هذا الالتزام البحث المصدقية والموثوقية في سرد المعلومات خصوصا النتائج المتوصل إليها.

وقبل الحديث عن حيثيات وتفاصيل التوثيق لابد أن نشير أولا إلى عملية الإحالة (Renvoi) رغم اختلاف المدارس في كيفية كتابة المراجع المستعملة، إلا أنها تتفق في كيفية الاقتباس (Citation) وأنواعه، والذي يطلق عليهما بالاقتباس المباشر والاقتباس غير المباشر.

الاقتباس المباشر: وهو الاقتباس الحرفي أي نقل الأفكار والمعلومات حرفيا مع التوثيق، بمعنى نأخذ فقرة من مرجع معين وبأسلوب الكاتب كما هي، دون تغيير ولا تعديل ولا تبديل في مضمونها ولا في أسلوبها، وهنا لابد من وضع الفقرة المقتبسة بين مزدوجتين "..." واتباعها برقم الذي سيظهر كذلك في الهامش أسفل الصفحة.³

¹ رشيدة سبتي، دليل الباحث للتوثيق في البحوث والدراسات العلمية، الجزائر، 2016، ص 2

² أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 214-215.

³ ليندة لطاد، تقنيات التوثيق العلمي، مقدمة لنيل رتبة بروفييسور، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2021/2020، ص 95.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

الاقتباس غير المباشر: من التوصيات الهامة لتجنب الاقتباسات الطويلة، من الأفضل على الباحث أن يعيد صياغة الفكرة التي استقاها من مرجع آخر بفكرة في فقرات قصيرة مع المحافظة على الفكرة العامة لهذه الفقرة المادة المقتبسة.¹ هو نقل أفكار ومعلومات الآخرين بتصرف مع توثيق المعلومة لصاحبها، ويقصد "بتصرف" أي أن الباحث يعدل في صياغة مضمون وأسلوب النص المراد اقتباسه.²

1.13 منهجية توثيق المراجع في أسفل الصفحات

يعد توثيق المراجع أحد المسائل الأساسية في البحوث العلمية، كونها تعطي للبحث البعد الأخلاقي المتمثل في الأمانة العلمية، إذ أن الباحث مطالب بأن يسند المعلومات والبيانات التي تحصل عليها من مصادر أخرى إلى أصحابها، كما أن التوثيق بطريقة علمية يزيد من كفاءة البحث وقيمتها، سواء من جانب البرهنة والاستدلال، أو من ناحية الصدق وشفافية المعلومات ودقتها.

يتم وضع الهوامش للمراجع أو المصادر الخاصة بالبحث العلمي، أولاً: لإبراز المصدر الذي استقى منه الباحث معلوماته، أو إحالة القارئ قصد تقديم الشرح وأو التفسير أو الإحالات الداخلية في النص، فالأولى يجب تسجيلها تحت أرقام سلسلة لكل صفحة، والثانية تسجل بدليل المشيرات مثل النجمة/ أو الشرطة أو النقطة.³ وهناك العديد من طرق تسجيل المراجع.

- التقييم المستقل: يعد هذا التقييم أفضل طرق إثبات المراجع وأسهلها وأكثرها استخداماً وشيوعاً، إذ تستقل كل صفحة بأرقامها حيث تبدأ برقم واحد وتنتهي بانتهاء الصفحة، وتوضع بينات المرجع في الحاشية أسفل الصفحة.⁴

تتم هذه الطريقة في توثيق المراجع بالإشارة إلى فقرات الاقتباس والاستشهاد برقم مباشرة بعد نهاية الفقرة، ثم يتم تسجيل كل المعلومات الببليوغرافية الخاصة بالمرجع بنفس الرقم المشار إليه أسفل الصفحة.

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 469.

² مرجع نفسه، ص 96.

³ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 472.

⁴ منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان(الأردن)، 2014، ص 535.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

- الترتيب التسلسل الفصلي: يقوم الترتيب التسلسل الفصلي على ترتيب الفصل كله بالتسلسل، إذ يبدأ بالرقم واحد وتنتهي الأرقام بانتهاء الفصل الواحد، وتجمع الحواشي كلها في نهاية الفصل، حيث تخصص الصفحات الأخيرة من كل فصل لكتابة الملاحظات، والآراء والأفكار والمراجع.¹

2.13 تقنية توثيق المعلومات في الهوامش حسب المدرسة الكلاسيكية

الجدول رقم 1: تقنية توثيق المعلومات في الهوامش حسب المدرسة الكلاسيكية

توثيق المعلومات	في الهوامش	في قائمة المراجع
الكتب	الاسم ولقب الباحث، <u>العنوان</u> ، ط1، دار التنوير، البلد، 2013، ص	اللقب، الاسم وآخرون، عنوان الكتاب، رقم الطبعة، بلد النشر: دار النشر، سنة النشر.
المجلات والدوريات	اسم ولقب المؤلف، عنوان المقالة أو البحث المنشور في المجلة داخل مزدوجتين كما يظهر في أعلى المقالة، <u>عنوان الدورية أو المجلة</u> ، رقم المجلد، والعدد، تاريخ النشر: يلي رقم المجلد مباشرة ويشمل الشهر والسنة، ويوضع بين قوسين، رقم الصفحة أو الصفحات التي أخذ منها الاقتباس متبوعاً بنقطة.	اللقب، الاسم، "عنوان المقال"، اسم المجلة، رقم المجلد، العدد، التاريخ، الصفحات التي تضمنت المقال.
مقال في صحيفة	اسم ولقب الكاتب، المقالة، اسم الصحيفة أو الدورية، الجهة التي تصدرها ودولتها، رقم المجلد إن وجد -رقم العدد، تاريخ الصدور رقم الصفحة وعدد الصفحات التي استخدمها الباحث.	اللقب، الاسم، "عنوان المقال"، اسم الصحيفة، العدد، التاريخ.
القوانين والأنظمة	اسم السلطة التشريعية أو الجهة التي أصدرت القانون، الإشارة إلى نوع القانون (مرسوم أو قرار)، تحديد رقم القانون، السنة، فتح قوسين ووضع (اسم الجريدة الرسمية، رقم العدد، تاريخ الصدور)، كتابة البند أو الفقرة، الإشارة	الهيئة التي صدر منها القانون أو المرسوم، عنوان الوثيقة، التاريخ.

¹ منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص 535.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

	الصفحة أو الصفحات التي تم الاقتباس منها.	
رسالة أو أطروحة جامعية	اسم ولقب الباحث، عنوان الرسالة أو الأطروحة، غير منشورة مقدمة إلى: يذكر اسم الجامعة ودولتها وتاريخ الحصول على الدرجة (سنة المناقشة)، ثم رقم أو أرقام الصفحات التي اقتبس منها المعلومة.	اللقب، الاسم، عنوان الأطروحة أو الرسالة أو المذكرة، الدرجة العلمية والاختصاص، جامعة الانتماء، البلد، السنة.
محاضرات	اسم ولقب المحاضر، "عنوان المحاضرة"، تحديد المستوى الدراسي والمقياس (محاضرات في اليقظة الاستراتيجية لطلبة السنة أولى ماستر)، الجامعة، التاريخ.	لقب واسم الأستاذ المحاضر، عنوان المحاضرة، تحديد المستوى الدراسي والمقياس (محاضرات في اليقظة الاستراتيجية لطلبة السنة أولى ماستر)، الجامعة، التاريخ.
الندوات أو المؤتمرات أو لقاءات علمية	اسم ولقب المؤلف "عنوان المداخلة" ورقة عمل منشور/ غير منشور، مقدمة إلى مؤتمر ويذكر اسم المؤتمر، الجهة المنظمة والدولة، مكان وتاريخ عقده، (بلد النشر، مكان النشر، سنة النشر)، وأرقام الصفحات التي استخدمها الباحث.	لقب واسم المؤلف، عنوان المداخلة، "عنوان الندوة أو المؤتمر" المكان، تاريخ الندوة.
المقابلة الشخصية	الإشارة في أول السطر إلى كلمة مقابلة مع، أي ذكر اسم ولقب الشخص الذي أجريت معه المقابلة، وظيفة الشخص أو منصبه، المكان الذي تمت فيه المقابلة، تاريخ إجراء المقابلة	مقابلة مع، (ذكر منصبه ثم لقب واسم الشخص الذي أجريت معه المقابلة)،
مواقع الكترونية	اسم ولقب الكاتب، "العنوان"، اسم الموقع، (تاريخ وساعة تصفح الموقع).	رابط الموقع
قنوات تلفزيونية أو حصص إذاعية	اسم القناة، اسم الحصة أو البرنامج، اليوم والساعة.	البقاء على نفس المتن

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

- 3.13 تقنية توثيق المعلومات في المتن حسب جمعية علم النفس الأمريكية (APA)

أولا لابد من الإشارة إلى الكتابة أو تقنية التهميش في المتن، إضافة إلى تقنية توثيق المراجع في الآخر

الصفحة حسب جمعية علم النفس الأمريكية.

الترقيم داخل النص: يقوم الباحث في هذه الحالة بتسجيل مختصر للمعلومات الببليوغرافية بين قوسين داخل النص وبعد الفقرات المقتبسة مباشرة وبصفة خاصة لقب الكاتب ثم السنة فأرقام الصفحات مثل (محمد عبد الحميد 1998، 24) وفي حالة تكرار المراجع الخاصة بالمؤلف فيتم التمييز بينها بسنة النشر، وإذا تكررت في ذات سنة النشر فإن التمييز يكون حسب ترتيب في قائمة المراجع.¹

وهنا سنعرض أنموذجا حول توثيق الهوامش حسب نظام جمعية علم النفس بالولايات المتحدة الأمريكية باعتباره الأكثر استخداما في العلوم الاجتماعية والإنسانية (APA)

الجدول رقم 02: توثيق الهوامش حسب نظام جمعية علم النفس بالولايات المتحدة الأمريكية

توثيق المعلومات	في المتن باللغة العربية	في قائمة المراجع
الكتب	(لقب المؤلف، سنة النشر، رقم الصفحة) مثال: (دليو، 2026، ص 14)	لقب المؤلف، الحرف الأول من اسم المؤلف، (سنة النشر)، عنوان الكتاب، دار النشر. مثال: دليو ف، (2026)، البحوث الكيفية الأسس والمناهج، منشورات مخبر الاستخدام والتلقي في الجزائر، جامعة الجزائر 03، الجزائر.
هـ) كتاب يحتوي على مؤلفين	(لقب المؤلف الأول، ولقب المؤلف الثاني، سنة النشر، ص)	لقب واسم المؤلف الأول، لقب واسم المؤلف الثاني، (سنة النشر)، عنوان الكتاب، دار النشر.
المقال العلمي	(لقب المؤلف، سنة النشر، ص)	لقب المؤلف، الحرف الأول من اسم المؤلف، (سنة النشر)، تاريخ النشر، عنوان المقال، اسم المجلة، المجلد، العدد.

¹ محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 472.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

الأطروحة أو الرسالة، أو المذكرة		لقب المؤلف، الحرف الأول من اسم المؤلف(السنة)، عنوانها، نوعها، الجامعة. مثال: مختاري، ف(2022)، استراتيجية العلاقات العامة لمؤسسة الحماية المدنية الجزائرية في إدارة الالتزام الدولية، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.
مداخلة في ملتقى علمي	(لقب المؤلف، سنة الملتقى)	لقب المؤلف، الحرف الأول من اسمه، (تاريخ الملتقى)، عنوان المداخلة، عنوان الملتقى، مكان انعقاد الملتقى. مثال: مختاري، ف(12 ماي 2025)، تحول مفهوم التلقي التلفزيوني في ظل الوسائط الرقمية، مستقبل استخدام التلفزيون، جامعة الجزائر 03.

14. إعداد الإجراءات التطبيقية للبحوث العلمية

يمكن في البداية أن نشير إلى أن مرحلة الإجراءات التطبيقية في البحوث العلمية، تأتي بعد إتمام الجانب المنهجي بشكل جيد، وذلك من خلال مراجعة كل الأدبيات التي أثرت موضوع البحث، وساهمت في بناء المفاهيم والمصطلحات المناسبة لعرض الطرح والتصور بطريقة موضوعية، والمتمثل في صياغة الإشكالية صياغة علمية ودقيقة بتساؤلاتها أو فرضياتها، الأمر الذي سيقود الباحث إلى تحديد السياق الذي سينجز فيه بحثه، وكذلك عرض مختلف المناهج والأدوات التي سيستخدمها لتجسيد بحثه على أرض الميدان.

ويمكن تبين هذه المرحلة أو الخطوة في شقين:

- مرحلة جمع البيانات أو المعطيات:
- انتقاء عناصر مجتمع البحث

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

تتمثل في مرحلة انتقاء عناصر مجتمع البحث، إذ أن تحديد العينة هي مسألة هامة في الدراسة، لهذا وعلى ضوء تعريفنا للمشكلة والمقاييس الخاصة ينبغي أن نحدد بدقة المجتمع الذي يستهدفه البحث، وأن نختار بدقة وحذر المعاينة التي ستمكننا من تحديد الحجم الضروري للعينة، ويمكننا اللجوء إلى نوعين هامين من المعاينة، الاحتمالية بقوانينها الرياضية والحسابية، وغير الاحتمالية التي تنطلق من جوهر المشكلة البحثية وتعتمد على تقديرات الباحث.¹

وتعد هذه الخطوة في جانب الإجراءات التطبيقية مرحلة هامة إذ أنها تساهم في تأطير البحث وتنظيمه خصوصا ما تعلق بالمعلومات الخاصة بالبحث قيد الدراسة، أو الظاهرة محل التناول والمعالجة، فعلى الباحث اتباع ما يمليه البحث ضمن تساؤلاته وفرضياته.

إذن تكون عند الباحث فكرة واضحة عما يجب القيام به في اختبار الفرضيات، إذن لا يتعلق الأمر في البحث الاجتماعي أو البحث في العلوم الإنسانية بتجميع كم هائل من المعلومات، على عكس ذلك يتعلق الأمر بأن لا نجمع إلا المعطيات المفيدة للتحقق من فرضيات البحث، والإجابة عن تساؤلاته، واستبعاد أخرى، هذه المعطيات اللازمة تدعى بحق المعطيات الملائمة.²

تقنيات البحث

قامت العلوم الإنسانية على غرار العلوم الطبيعية بوضع وسائل وأدوات من أجل تفحص الواقع، بمجرد تحديد مشكلة البحث بصفة نهائية، وهي مرحلة الانتقال من تنظيم عملية جمع المعطيات والبيانات الضرورية للتحقق تشبه هذه العملية الفرق الموجود بين مشروع السفر من جهة، والذهاب الفعلي من جهة أخرى، والذي يتطلب من القيام ببعض الإجراءات ومنها على سبيل المثال: تلك المتعلقة باختيار وسيلة النقل، أو الحجز لدى وكالة معينة.³

تصنيف أدوات البحث

وقد اعتمد الباحثون في تصنيف أدواتهم لجمع البيانات على أسلوبين:

¹ موريس انجرس، مرجع سبق ذكره، ص 298.

² سعيد سبعون، مرجع سبق ذكره، ص 131.

³ أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 184.

الأسلوب النظري أو المكتبي:

يستخدم هذا الأسلوب في جمع المعلومات والبيانات من الوثائق المختلفة المتوفرة في المكتبات ومراكز التوثيق المختلفة...إلخ، وهي معلومات جاهزة بعد أن قام أصحابه بتدوينها لأول مرة في شكل مكتوب قابل للاستغلال من قبل الباحثين على غرار ما نسجل ذاك على مستوى المصادر أو بإعدادها في شكل مراجع يعاد فيها طرح القضايا العلمية المختلفة من وجهة نظر معينة.¹

الأسلوب الميداني التطبيقي

يعتمد على انتقاء البيانات من الميدان الأول من خلال التعامل المباشر مع الظاهرة المدروسة على مستوى المحيط الطبيعي الذي تنتهي إليه، وبالتالي يجب عليه أن يتحرى الدقة في عملية القيام بذلك من خلال الاعتماد على الدراسات الاستطلاعية في التعرف الجيد على المجال المدروس لإعداد الخطة المناسبة وأدوات التحليل الملائمة التي تمكنه من تحقيق مبتغاه، بعيدا عن التحيز الذاتي والميل الشخصي أثناء القيام بالمسوحات الاجتماعية أو التجارب الميدانية.²



¹ أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره ، ص 162.

² مرجع نفسه ص 163.

15. كتابة تقرير البحث

يعد التقرير النهائي للبحث حلقة هامة في المسار الذي يخوضه الباحث لإنجاز دراسته، كونه يتعلق بالإجراءات ومختلف المسارات العلمية التي اجتازها الباحث، أي أنه يقوم بطرح مشكلته البحثية وعن كيفية دراستها ومعالجتها إضافة إلى رصد وتفسير النتائج المتوصل إليها.

يعرفه الباحث محمد عبد الحميد على أنه: " وثيقة علمية توضح ما قام به الباحث فعلا، وما توصل إليه من نتائج أو توصيات علمية، فالتقرير النهائي للبحث يتحدث عن الماضي المتعلق بالإجراءات والمسارات العلمية، حيث يقدم المشكلة التي قام الباحث بدراستها وكيفية دراستها والنتائج التي توصل إليها وتفسير هذه النتائج".¹

وعليه فإن الباحث يقوم بوضع إطار خاص بتقسيم التقرير النهائي إلى وحدات أو أجزاء، يتوفر فيها صفة الوحدة في عرض التفاصيل الخاصة بها، أي وضع خطة بحث يحدد بموجها الباحث الخطوات التي ترسم له وصف تفصيلي للدراسة التي أنجزها وتتضمن هذه الخطة جوانب مترابطة تشكل في مجموعها البحث العلمي الذي قام به الباحث.

ويمكن القول أن شكل التقرير النهائي وعناصره يعني الطريقة التي يتم بها ترتيب الأجزاء الأساسية في البحث، حيث تتعدد نماذج خطط البحث، إلا أنها تجتمع حول عناصر أساسية لأجزاء البحث، وعلى الباحث أن يختار شكل البحث الذي يناسبه، حتى يكون أكثر تحقيقا لأهداف البحث باعتبار أن كتابة البحث في شكله النهائي عملية لاحقة فهو آخر خطوة يقوم بها الباحث.²

عناصر التقرير النهائي وتنظيمه:

من خلال عرض التعريفات السابقة للتقرير النهائي للبحث العلمي، فإن على الباحث الالتزام بعرض مراحل البحث بطريقة منتظمة، أي مراعاة الخطوات التي أنجزها في مساره البحثي دون تقديم أو تأخير، وغالبا ما يتم عرض الجوانب الخمسة للدراسة والمتمثلة في الجزء التمهيدي، الجزء المنهجي، الجزء النظري، الجزء الخاص بعرض ومناقشة النتائج، الجزء الخاص بمصادر البحث وعناصره.

¹ محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 461.

² منال هلال المزاهرة مرجع سبق ذكره، ص 519.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

الجزء التمهيدي:

- واجهة البحث أو صفحة العنوان وتتضمن البيانات الآتية:
- اسم المؤسسة - الجامعة - الكلية والقسم
- عنوان البحث
- المستوى الدراسي للبحث
- التخصص العلمي
- اسم ولقب الباحث
- اسم ولقب المشرف
- الشكر والاهداء: الشكر للمشرف والاهداء يكون لخاصة الباحث من الأهل والمقربين.
- الملخص والكلمات المفتاحية: فقرة خاصة بعرض جوهر الموضوع وإجراءاته المنهجية وأهم نتائجها، مرفقا بالكلمات المنهجية
- خطة البحث/ أو الفهرس العام: عبارة عن ملخص للفهرس العام (عناوين عناصره الرئيسية فقط ومن دون ذكر أرقام صفحاتها)

المقدمة:

وتتضمن عرضا موجزا لموضوع البحث من خلال:

- عرض أهميته وفقا لمتغيرات الدراسة
- سرد المسار البحثي من خلال عرض محتويات الموضوع (أقسامه أو فصوله)
- إشكالية الدراسة: تتضمن الاطار النظري الشخصي الذي صاغه الباحث مع طرح التساؤلات أو الفرضيات إن وجدت

الاطار النظري

ويندرج ضمنه العناصر الآتية:

- البحوث السابقة

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

- الأسس النظرية: موقع البحث من المداخل النظرية والأدبيات المتخصصة وعلاقته بها وموقف الباحث من ذلك.

الاطار المنهجي (كيفية انجاز البحث)

ويتضمن العناصر الآتية:

- نوع البحث (استكشافي، وصفي، تفسيري)
- نوع المنهج المستخدم وأدواته
- مجتمع البحث وعينته
- إجراءات الصدق والثبات

الإطار التطبيقي:

- يتضمن أربعة عناصر أساسية
- نتائج البحث
- الخاتمة
- المراجع
- الملاحق

السداسي الرابع

عنوان اللسانس: جذع مشترك علوم إنسانية/ شعبة علوم الإعلام والاتصال

السداسي: الرابع

اسم الوحدة: المنهجية

اسم المادة: مناهج وتقنيات البحث ف

ي علوم الإعلام والاتصال 02

الرصيد: 3

المعامل: 2

أهداف التعليم:

- الربط بين الجانب النظري والجانب التطبيقي
- الاختيار العلمي الصحيح للعينات الممثلة للمجتمعات البحثية في الدراسة
- اكتساب مهارات استخدام التقنيات البحثية المناسبة
- المعارف المسبقة المطلوبة:
- المام شامل بمفاهيم ومتغيرات البحث العلمي
- المعرفة الدقيقة بالمبادئ النظرية الاستمولوجية المهيكل للبحث العلمي (المشكلة، الإشكالية)
- القدرات المكتسبة:
- اتباع إجراءات علمية لقياس أو اختبار مفاهيم ومتغيرات الدراسة
- تحديد المناهج العلمية وامتلاك الأدوات البحثية المناسبة

محتوى المادة:

العينات في البحوث الإعلامية:

1. العينات الاحتمالية

2. العينات غير الاحتمالية

مناهج البحث الإعلامي:

3. المنهج المسحي

4. المنهج التاريخي

5. المنهج الاثنوغرافي

6. المنهج السيميولوجي

7. المنهج التجريبي

أدوات جمع البيانات في الدراسات الإعلامية

8. الملاحظة العلمية في الدراسات الإعلامية

9. المقابلة في الدراسات الإعلامية

10. الاستبيان واستخداماته في الدراسات الإعلامية

11. تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية

12. المجموعات البؤرية في بحوث الإعلام

13. مدخل إلى المناهج الكمية

14. مدخل إلى المناهج الكيفية

15. البحوث المختلطة في الدراسات الإعلامية

العينات في البحوث الإعلامية

إن من أهم الخصائص في الدراسات الإعلامية والاتصالية أنها تتقاطع مع مجالات عديدة، كعلم الاجتماع وعلم النفس، وعلم السياسة، الأمر الذي سمح لها بالتعامل مع جماهير عريضة ومتنوعة، إضافة إلى التحولات السريعة التي فرضها التطور التكنولوجي في مجال الحياة، حيث ساهم هذا الأخير في تغيير أنماط وأشكال التعامل مع مختلف الأفراد في المجتمع الواحد، كما أن سرعة تدفق المعلومات وسرعة انتشارها في البيئة الرقمية وعلى الواقع ساهم في تعقيد دراسة العملية الإعلامية والاتصالية في سياقها الحالي، وهذا ما لا يسمح بدراسة هذا التراكم المعرفي الهائل والعلاقة المتشابكة بين مختلف المنظمات أو المؤسسات مع جماهيرها المختلفة بأسلوب الحصر أو الرصد الشامل لكل مفرداتها، لذلك فإن التعامل بنظام العينات أساسي ولا مفر منه، وعليه فإن فهم أساليب اختيارها وحسابها ضروري في الدراسات الإعلامية والاتصالية.

. مجتمع البحث وعينته

أ. مجتمع البحث

إن القصد بمجتمع البحث كما يذكر الباحثون هو: جميع مفردات ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة، كما يعرف مجتمع البحث بأنه: "مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة، تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث، ففي لغة العلوم الإنسانية يراد بمجتمع البحث: المجموعة المنتهية أو غير المنتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات"¹.

ويقصد به أيضا: جميع "الوحدات" المستهدفة من البحث مباشرة أو من خلال تعميم أو توسيع النتائج، أي هو كل "الوحدات" البشرية أو غير البشرية، الفردية (في دراسة الحالة مثلا) أو الجماعية المستهدفة من جمع البيانات في البحث: أفراد، أو مجموعات، أو هيئات، أو أحداث/ عمليات، أو فضاءات، أو أشياء، أو حيوانات أو كلمات"².

فمجتمع البحث إذن هو كافة مفردات مجتمع الدراسة، أي المجتمع الكلي محل الاهتمام، أو الذين يستوفون الشروط المحددة في البحث المراد دراسته. بمعنى أن مجتمع البحث له معايير ومقاييس تجمع

¹ مرجع سبق ذكره ، ص 298.

² مرجع سبق ذكره، ص 178.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

السمات المشتركة بين الأفراد أو الأشياء والتي تميزهم عن باقي الأفراد أو الأشياء الأخرى، إذن هذه المعايير أو المقاييس هي التي تحدد ما إن كانت مفردات البحث ذات عناصر مشتركة أو لا، ومن خلال هذا التحديد أو التدقيق يتم تعريف مجتمع البحث الذي نريد تناوله وفحصه، ومنه يمكننا أخذ جزء منه لتمثيله في البحث الذي سنجمع من خلاله البيانات والمعطيات، والذي عادة ما يطلق عليه الباحثون اسم "العينة"

ب. عينة الدراسة

في البداية لابد أن نشير إلى أن العينة عند اختيارها في البحوث العلمية، سيكون لها دور تمثيل المجتمع الكلي للدراسة، حيث تغني الباحث عن دراسة كل مفردات مجتمع الأصل، فالعينة إذن هي: "نموذج يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصل المعني بالبحث وممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصل".¹

وهكذا فالعينة هي في أبسط معانيها جزء من مجتمع البحث الكلي، إذ يقوم الباحث باختيارها وفق أساليب مختلفة، حيث أنها تضم عددا من الأفراد من المجتمع الأصلي.

ويمكن أن نعتبر العينة على أنها: "عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا Representative لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها مجتمع البحث".²

ومن هنا يتضح أن العينة جزء من مجتمع البحث المراد دراسته، كما أن اختيارها يكون وفق أساليب علمية ومدروسة.

ويمكننا هنا أن نفرق بين مفهوم العينة والمعاينة فهذه الأخيرة تعني: "مجموعة من العمليات تسمح بانتقاء مجموعة فرعية من مجتمع البحث بهدف تكوين عينة"³. ومن خلال هذا التعريف يتضح أن المعاينة هي عملية، أما العينة فهي نتيجتها باعتبارها مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث المراد دراسته. لذلك يشير لفظ «المعاينة» في الإحصاء إلى "تقنية اختيار العينة" من مجتمع البحث وليس إلى كمية الوحدات المختارة (العينة).⁴

¹ عامر إبراهيم قندلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد (العراق)، 1992، ص 112.

² مرجع سبق ذكره، ص 133.

³ مرجع سبق ذكره، ص 301..

أنواع العينات

1. العينات الاحتمالية:

العينات الاحتمالية تمتاز بكون كل مفردة من مفرداتها لها احتمال معروف وغير منعدم للظهور في العينة، حيث لا يتدخل الباحث في اختيارها، ولكن تختار بطريقة عشوائية، بمعنى تعطى فرصا متساوية لجميع المفردات في الاختيار دون تدخل الباحث.

أو كما يقول الأستاذ تمار بأنها: "تلك العينات التي تخضع في تحديدها إلى قوانين الاحتمالات"¹. ومن جهة أخرى "تتطلب العينة الاحتمالية ضرورة توفر قائمة تشتمل على كل عناصر مجتمع البحث المراد دراسته، انطلاقا من هذا الشرط فقط يمكننا أن نقدر أو أن نحسب احتمال أن يكون كل فرد من بين الأفراد المختارين أو المنتقين"². "تسمى هذه القائمة بقاعدة مجتمع البحث أو قاعدة السبر، بفضل هذه القاعدة سيتم لاحقا سحب العينة التي تسمح بتقدير درجة التمثيل عن طريق قوانين الاحتمالات من مجتمع البحث الأصلي"³.

يطلق عليها أيضا العينة التمثيلية لأنها تمثل مجتمع البحث أو المجتمع الكلي، كونها تتشابه مع المفردات الأخرى لمجتمع البحث.

ويضم هذا النوع مجموعة كبيرة من الأنواع نقتصر فيها على أكثرها استخداما في علوم الإعلام والاتصال.

. أنواع العينات الاحتمالية

يمكن القول إلى أن تفصيلات مختلف التصنيفات، من حيث اختيار الأسماء وتحديد مختلف الخيارات التصنيفية قد تكون محل خلاف، وهو أمر منطقي عند "المناهجة" عموما نظرا لطبيعة المادة الاجتماعية والإنسانية، بالإضافة إلى لمسة الترجمات الكتابية في محيطنا العربي المستورد لهذه التقنيات المعاصرة⁴. لذلك سنقتصر على الأنواع الأكثر شيوعا واستخداما في العلوم الاجتماعية وعلوم الإعلام والاتصال.

⁴ مرجع سبق ذكره ، ص 152.

¹ يوسف تمار، العينة في الدراسات الإعلامية الاتصالية، منشورات بغدادي، الجزائر، 2010، ص 18.

² مرجع سبق ذكره، ص 301.

³ مرجع سبق ذكره، ص 123.

⁴ مرجع سبق ذكره، ص 186.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال**أ. العينة الاحتمالية البسيطة**

يقوم أساس اختيار مفردات هذه العينة على تكافؤ التمثيل لكامل المجتمع الأصلي، باختيار عشوائي لا يتدخل الباحث فيه إطلاقاً، فالقرعة اليدوية أو الاختيار عن طريق الجداول الإحصائية الخاصة بالأرقام العشوائية، هي الطريقة المستخدمة، وتطبق هذه العينة في المجتمعات المتجانسة التي يقل فيها عنصر الاختلاف والتباين بين عناصر مجتمع البحث.¹ وتختار هذه العينة في حالة توفر شرطين أساسيين، الأول يتعلق بالمجتمع الكلي بحيث يجب أن يكون معلوماً وجود (قائمة بيانات تحدده)، أما الثاني فيتعلق بالتماثل والتجانس بين أفراد مجتمع البحث.²

ومن خلال هاذين التعريفين يمكننا استنتاج أن العينة العشوائية البسيطة تختار في حالة توفر شرطين أساسيين:

- أن يكون جميع أفراد مجتمع البحث الأصلي معروفون
 - أن يكون هناك تجانس بين أفراد مجتمع البحث
- كما أنها تطبق أساساً في الأبحاث التي تجري حول مجتمعات صغيرة ومتميزة يمكن التعرف عليها. أما طريقة اختيارها، فإنها تتم وفق الأسلوبين الآتيين:
- **القرعة أو السحب اليدوي: Tirage manuel**
- يتم ترقيم أفراد مجتمع الأصلي ووضع الأرقام في صندوق خاص ويتم سحب الأرقام حتى استكمال العدد المختار من العينة
- **جدول الأرقام الاحتمالية: Table des nombre au hasard**
- "هي عبارة عن جداول تبسط كثيراً العملية إنها توفر تراكيب متعددة لأرقام مستخرجة عشوائياً، ويمكن تطبيق برامج معلوماتية مثل Basic, Pascal, Spss وغيرها على قوائم معلوماتية من أجل استخراج العينة المختارة عشوائياً".³

ب. العينة الاحتمالية المنتظمة

¹ مرجع سبق ذكره، ص 18.

² رشيدة سبتي، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار التنوير، ط1، الجزائر، 2014، ص 71.

³ مرجع نفسه، ص 71.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

هي من العينات الاحتمالية التي تعتمد على الطرق الإحصائية، وتقوم على أساس العشوائية والانتظام، يعتمد على وجود نوع من النظام في اختيار العينات، حيث يكون مجتمع الدراسة محددا ومعروفا ومتجانسا ومرتبيا في قوائم أو جداول، حيث يكون لكل فرد رقما خاصا به.¹

أما طريقة استخدامها فإنه يتم السحب في هذا النوع من العينة الاحتمالية على أرقام، حيث يتم سحب رقما معين عشوائيا من مدى منتظم، إلى أن يصل إلى العدد المطلوب للعينة، ويتم اللجوء إليه خاصة إذا كانت وحدات أو عناصر مجتمع البحث كبيرة.² ومن أجل حسابها نحتاج إلى قائمة بمفردات المجتمع الأصلي تكون مرقمة بالتسلسل حتى نتمكن من السحب العشوائي المنتظم، كما أننا نحتاج إلى تحديد حجم العينة المختارة مسبقا، وهذا من أجل تطبيق العملية الحسابية (تقسيم حجم العينة على مجتمع البحث الكلي)، والنتائج من هذه العملية نختار منه رقما عشوائيا، ونجعل من هذا الرقم هو المسافة الفاصلة بين وحدات العينة حتى نصل إلى حجم العينة المختارة.³

يتم حسابها من خلال قسمة حجم مجتمع البحث على حجم عينته الذي يمنحنا رقما يطلق عليه "مدى الاختيار" أو "معامل الرفع"، وهذا الأخير يساعدنا في أمرين

- نختار عددا عن طريق السحب العشوائي من "معامل الرفع"

- ثم بعد ذلك نحدد به المسافة المنتظمة بين كل مفردة وأخرى

مثال تطبيقي:

في دراسة ميدانية حاول باحث/ة سحب عينة منتظمة مكونة من 100 موظف في مؤسسة (اقتصادية) من مجتمع بحث يضم 1000 موظف، قام الباحث بعملية قسمة مجتمع البحث (1000) على (100) فحصل على (10) ويطلق على هذه الرقم المدى الثابت أو المنتظم.

المدى الثابت أو المنتظم هو 10

¹ مرجع سبق ذكره، ص 122.

² مرجع سبق ذكره، ص 141.

³ مرجع سبق ذكره، ص 72.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

بعد الحصول على المدى الثابت (الرقم 10)، نقوم بالعملية الأولى: نأتي بعلبة فيها الأرقام الخاصة بالمدى الثابت وهي: من 1 إلى 10 ونجري عملية القرعة ونفترض أننا سحبنا رقم (5)، أما العملية الثانية فنبدأ العد من خلال إضافة مسافة الاختيار وهي (10) بين كل مفردة ومفردة.

وعليه فإن المفردة الأولى من الموظفين هي 5 والمفردة الثانية من الموظفين من خلال إضافة مسافة الاختيار هي 15، والمفردة الثالثة من الموظفين هي 25، وبعدها 35، وبعدها 45، وبعدها 55، وبعدها 65، 75، 85، 95، 105، 115، 125، 135، 145، 155، 165، 175..... وهكذا حتى نسحب إلى إكمال حجم العينة المختارة والتي حددناها ب

ج. العينة الطبقية

"إن استخدام هذا النوع من العينات يتم على مستوى المجتمعات الموزعة في شكل فئات أو طبقات، أي التي باستطاعتنا تحديد مفرداتها في شكل قائمة"¹.

وتتضمن هذه العينة مفردات من الطبقات أو الفئات التي يتكون منها مجتمع البحث، ويتم اختيار تلك العينة من خلال تجزئة المجتمع إلى فئات، كل فئة تضم المفردات التي تشترك في صفة معينة، ومن بين كل فئة يتم السحب العشوائي للمفردات المطلوبة.²

تتمثل في تقسيم المسبق لمجتمع البحث إلى أجزاء أو طبقات أو فئات يفترض فيها التجانس فيما يتعلق ببعض الخصائص المراد دراستها، ثم يتم تعيين لكل من هذه الطبقات حصة من شأنها أن تحدد عدد مفردات العينة.

ويمكن حسابها بالطريقة التالية:

الطبقة × العينة المختارة ÷ مجتمع البحث

مثال: في دراسة لباحث حول آراء الأساتذة حول البرامج الدراسية المقررة في قسم الاتصال، حيث وجد الباحث نفسه أمام مجتمع بحث عددهم 1000 أستاذ، موزعين في فئات كالآتي:

طبقات الأساتذة	أستاذ التعليم العالي	أستاذ محاضراً	أستاذ محاضر ب	أستاذ مؤقت
عدد الأساتذة	200	250	300	100
				150

¹ أحمد بن مرسي، الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال، دار الورسم للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2013، ص 154.

² بركات عبد العزيز، أسس مناهج البحث الإعلامي، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2011، ص 130.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

وقد قرر الباحث اختيار 200 مفردة من مجتمع البحث كعينة لدراسته والتي تمثل 20%، وعليه يمكننا تطبيق قانون العينة الطبقية على كل طبقة من طبقات الأساتذة منفردة.

أ- أساتذة التعليم العالي:

القانون: الطبقة × العينة المختارة ÷ مجتمع البحث

$$40 = 1000 \div 200 \times 200$$

ب- أستاذ محاضر أ:

$$50 = 1000 \div 200 \times 250$$

ج- أستاذ محاضر ب:

$$60 = 1000 \div 200 \times 300$$

د- أستاذ مساعد ب:

$$20 = 1000 \div 200 \times 100$$

هـ- أستاذ مؤقت:

$$30 = 1000 \div 200 \times 150$$

د. العينة العنقودية

هي التي على أكثر من مرحلة استنادا إلى تقسيم المجتمع إلى أكثر من مستوى واحد، وهي تقنية تهدف إلى تبسيط إجراءات المعاينة عن طريق الانتقال من مرحلة إلى أخرى، وتعامل الباحث مع كل مرحلة كأنها مستقلة وهي تصلح أكثر عندما يكون مجتمع البحث كبيرا لا يستطيع الباحث التحكم في حيثياته.¹ وتجدر الإشارة إلى الميزة الأساسية كون سحبها يمر باثنين أو أكثر من العمليات المتتابعة للمعاينة، أي هي نتاج لعدة مرات من السحب العشوائي المتتابعة والمحددة طبعا بأهداف البحث لمجموعات من الوحدات

¹ مرجع سبق ذكره، ص 24.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

أو العناصر، إذ لا تكون قاعدة السبر هنا قائمة على وحدة أو عنصر واحد، بل على مجموعة من العناصر لأن هذا النوع من العينة يتطلب معرفة محدودة نسبيا بمجتمع البحث الكلي، وعليه ليست هناك حاجة لوجود قائمة شاملة للأفراد المكونين لهذا المجتمع¹، فمثلا: دراسة حول وضعية الأجور في الجزائر، يمكننا اختيار ولايات من الجزائر كعنقود أول، ثم نختار من هذه الولايات أكبر الدوائر الصناعية فيها كوحدات عنقودية ثانوية، ثم نسحب عشوائيا مرة أخرى بعض البلديات من كل دائرة، لنسحب مرة ثالثة من الوحدات العنقودية الثانوية بعض الأحياء الأكثر انتعاشا في المجال الاقتصادي والتي تتوفر على يد عاملة التي سنحقق عليها مسألة تقاضي الأجور.

2. العينات غير الاحتمالية:

المعاينات غير الاحتمالية أو غير العشوائية، هي التي تسمح بأن لا تكون لبعض مفردات المجتمع فرصة للاختيار، أو التي لا يمكن فيها تحديد احتمال الاختيار بدقة، إنها تنطوي على اختيار مفرداتها بناء على افتراضات متعلقة بمجتمع الدراسة.

وهناك مبررات عديدة للجوء إلى إجراء غير الاحتمالي في سحب العينة: مثل أن تكون قاعدة مجتمع البحث غير تامة ومحدودية الإحاطة بمجتمع البحث المستهدف، وقت محدود، موارد ضئيلة أو كل عائق آخر، يمكنه أن يمنع من القيام بمعاينة من نوع احتمالي². ولها أنواع عديدة نذكر ثلاثة الأكثر شيوعا في مجال الإعلام والاتصال.

. **العينات الحصصية:** تعتمد هذه العينة على مبدأ نقل نفس توزيعات أو نسب خصوصيات

مجتمع البحث على العينة، وهذه الخصوصيات يكون اختيارها على أساس أهداف البحث، أي على

أساس ما نريد التحقق منه من الفرضيات.³

يقسم المجتمع فيها إلى فئات أو شرائح وفق معيار معين ومحدد ثم يتم اختيار العدد المطلوب من كل شريحة بشكل يتلاءم مميزات مجتمع محل الدراسة، فكرتها قائمة على أن المجتمع غير متجانس، ومن ثم يتم توزيع أفراد العينة على شكل حصص تتوافق مع خصائص مجتمع الدراسة، وكل حصة من تلك الحصص لها خصائص محددة أو متغيرات المراقبة Variable De Controle، يتم تعريفها قبل إجراء

¹ مرجع سبق ذكره، ص 143.

² مرجع سبق ذكره، ص 310.

³ مرجع سبق ذكره، ص 145.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

المعاينة (تعريف اجرائي) ويترك للباحث قدر كبير من الحرية في تحديد الوحدات التي تدخل ضمن حصته، شريطة أن تدخل في نظام بحثه.¹

. العينة القصدية أو العمدية .

العينة القصدية العينات غير الاحتمالية الأكثر استخداما، وهي العينة التي يعتمد عليها الباحث أو بقصد إجراء الدراسة على فئة معينة، وقد يكون هذا التعمد لاعتبارات علمية، كوجود أدلة أو براهين مقبولة أو منطقية تؤكد أن هذه العينة تمثل المجتمع، كأن يتم إجراء دراسة على الذين حضروا أحد المؤتمرات العلمية لمعرفة رأيهم في محتوى ومضمون الندوة، أو أن يتم إجراء دراسة على عينة من الذين أصيبوا في حادث معين لمعرفة الآثار النفسية لهذا الحادث على المصابين، فالعينة هنا مقصودة كما أنها منطقية.² وتعد العينة القصدية أو العمدية من ضمن العينات غير الاحتمالية وهي تعرف بأنها الاختيار الشخصي للباحث، أي أن الباحث يقدر عدد وحدات العينة وطريقة اختيارها بشكل عمدي وفقا لشروط ترمي إليها إشكالية وأهداف الدراسة.³

ويقول سمير محمد حسين بأنها " طريقة الاختيار العمدي أو التحكمي أو المقصود من جانب الباحث لعدد من وحدات المعاينة، ويرى أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا وذلك في حالة الاقتصار على العينة العمدية أو التحكمية فقط"⁴.

. العينة العرضية أو الصدفية: يكون فيها سحب العينة من مجتمع البحث حسبا يليق بالباحث والبحث، فلو أردنا معرفة وجهة نظر عمال مصنع حول موضوع معين، فسنتقي بأولئك المترددين على المقهى أثناء وقت الغذاء أو نرصدهم عند خروجهم من المصنع في نهاية النهار.⁵ وهي عادة ما تستخدم عينات سهلة المنال أو لمريحة" تتكون من أفراد قد يتواجدون بالصدفة في مكان ووقت يحددهما الباحث: المارة في الشارع، الطلبة في الساحات أو الأروقة، المرضى في المستشفيات، وحتى المتطوعين، وتعد من العينات غير الاحتمالية التي يكون سحب عينتها من الجزء الأقرب من متناول اليد

¹ يوسف تمار، العينة في الدراسات الإعلامية الاتصالية، منشورات بغداد، الجزائر، ص 27.

² بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق، دار الكتاب الحديث، القاهرة (مصر)، 2012، ص 155.

³ مرجع سبق ذكره، ص 29.

⁴ سمير محمد حسين، تحليل المضمون، دار عالم الكتب، القاهرة، 1983، ص 23.

⁵ مرجع سبق ذكره، ص 311.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

من مجتمع الدراسة، وقد يكون ذلك من خلال مقابلة الأشخاص مصادفة أو إدراجهم في قائمة العينة بعد الالتقاء بهم ميدانيا أو اختيارهم بعد العثور عليهم من خلال الانترنت أو عبر الهاتف.

يمكن القول أن قانون هذه العينة لا يخضع اختيار مفرداتها لأي معيار سوى اختيار المكان أو التعرض العابر، حيث يتصادف الباحث بأفراد العينة في مكان البحث أو الدراسة، ومنه يتم إجراء المقابلة معهم، وعادة ما تتم المقابلة مع من يتصادف مرورهم أو عبورهم كونهم يخدمون متطلبات البحث.¹

وهي العينة التي يلتقي بها الباحث في مكان معين دون أن يختارها مسبقا، ولتوضيح ذلك نقدم مثالا: فلنفترض أن هناك دراسة تجري عن تفضيلات قراءة الصحف اليومية، يمكن للباحث أن يلجأ إلى مراكز أو نقاط وأكشاك بيع الصحف الرئيسية أو الفرعية للصحف اليومية قصد معرفة دوافع الشراء وكذلك معرفة المضامين المفضلة للقراء.

. عينة كرة الثلج أو التراكمية:

تستخدم هذه العينة في المواضيع التي تحمل خصوصيات معينة، ويترتب عليها صعوبة الوصول إلى أفراد المعنيين بالبحث (المبحوثين)، مثل ظاهرة تعاطي المخدرات، وظاهرة الجرائم الإلكترونية، ودراسة عادات وتقاليد الأقليات العرقية، ظاهرة التسول.... وغيرها، وتعتمد على تقنية سهلة نسبيا حيث يختار الباحث المفردة الأولى من العينة شريطة أن تنطبق عليه أبعاد ومؤشرات الدراسة التي يبحث عنها الباحث، ثم المفردة الأولى هي من تقودنا إلى اسم المفردة الثانية وهكذا دواليك حتى يصل الباحث إلى العدد المحدد من عينة الدراسة.²

إذن هي عبارة عن إجراء غير احتمالي يعتمد بالدرجة الأولى على الوصول إلى المفردة الأولى من أفراد مجتمع البحث، والتي بدورها تقودنا إلى عناصر أخرى من المبحوثين قصد إجراء التقصي والتنقيب حول موضوع البحث، كما أن هذه العناصر تقوم هي أيضا بنفس العملية من أجل الوصول إلى مفردات أخرى لتكملة عملية التقصي والبحث.

وعندما نكون نعرف بعض أفراد مجتمع البحث المستهدف والذين سنتمكن بفضلهم من الاتصال بالآخرين، هكذا فإن أفراد مجتمع البحث هم الذين سيساعدوننا في بناء العينة، أي المهم أن نتمكن من

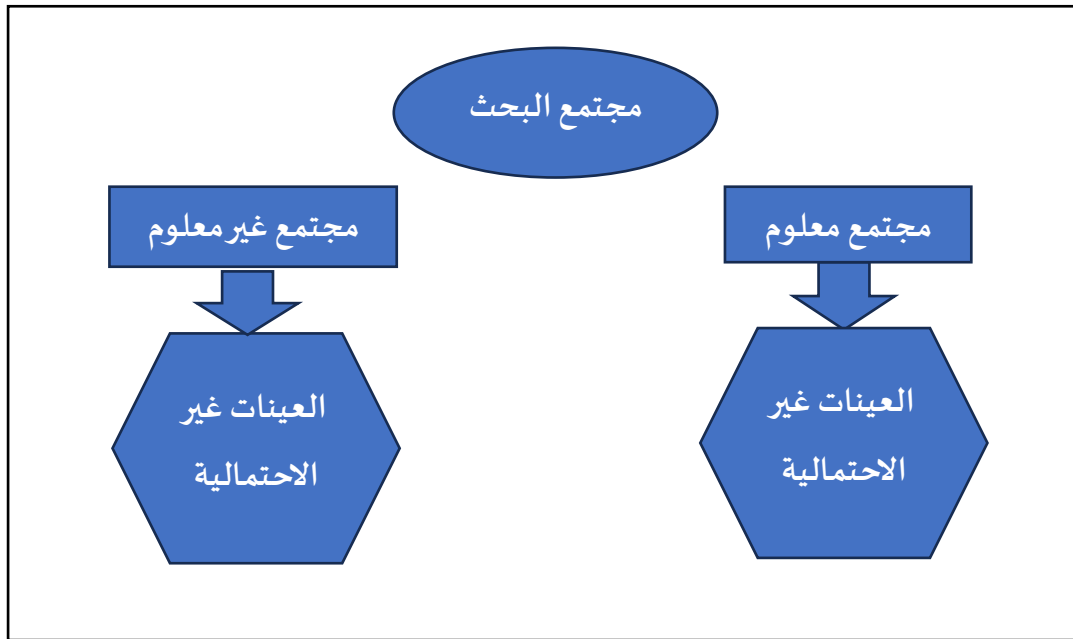
¹ مرجع سبق ذكره، ص 141.² مرجع سبق ذكره، ص 32.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

التعرف على مفردة من العينة المطلوبة وعن طريقها يمكن أن نتوصل إلى وحدات أو مفردات أخرى، ولذلك سميت بكرة الثلج لأنها تبدأ صغيرة ثم تكبر مع التدحرج¹.

وتستعمل في بعض المواضيع الخاصة التي يصعب على الباحث الوصول إلى الأفراد المعنيين بها مثال ذلك: ظاهرة انتشار الأمراض المعدية بين الطلبة الجامعيين، أو ظاهرة التحرش الجنسي على الموظفين... وغيرها وتعتمد هذه المعاينة على تقنية سهلة نسبيا إلا أنها تحتاج باحثا مرنا يتميز بالفطنة والذكاء للوصول إلى المفردة الأولى أو الشخص الأول الذي تتوفر فيه الشروط، ثم بعد ذلك هذا الأخير يقوده إلى المفردة الثانية أو الشخص الثاني، والذي بدوره يعطي اسم الشخص الثالث وهكذا حتى يصل إلى العدد الذي حدده في بداية البحث.

الشكل رقم 01: نوع العينة حسب مجتمع البحث



مناهج البحث الإعلامي

3. المنهج المسحي

يندرج المنهج المسحي ضمن البحوث الكمية بالدرجة الأولى، ويستخدم منهج المسح عندما يرتبط تحقيق الأهداف المطروحة في إشكالية الدراسة بالحاضر القائم، حيث تتوفر للباحث إمكانية الرجوع إليها في

¹ مرجع سبق ذكره، ص 76.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

الحيز الطبيعي الذي تنتهي إليه، لمعانيها ميدانيا والقيام بالمسح لخصائصها وللتغيرات داخلها ولكيفية حصولها مسحا كميًا أو كميًا وتصنيف ذاك إلى فئاته الأساسية والفرعية، تمهيدا لإجراء عملية التحليل قصد الوصول إلى استنتاجات في شكل تعميمات، تساعدنا في وضع الفرضيات عند الشروع في بحث الأسباب الكامنة وراء وجودها على الشكل الذي هي عليه في الميدان الذي تنتهي إليه، أي أن منهج المسح يساعدنا على تصوير الظاهرة في وجودها الطبيعي ووصف التطور داخلها.¹

وفي البحث العلمي هو الجمع الشامل والدقيق للمعلومات والبيانات ذات الصلة بالظاهرة من الحيز الذي تنتهي إليه، ويعمل على تحديد الظاهرة تحديدا دقيقا من خلال جمع المعطيات حولها، وحصر مفرداتها خصوصا إذا كان مجتمع البحث كبيرا، ويتمركز في رقعة جغرافية واسعة.

لذا فإن محمد عبد الحميد يعتبر منهج المسح Survey نموذجا معياريا لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية إضافة إلى وصف الخصائص السكانية، كما أن له جذور تاريخية لإحصاء الناس وتوزيع الأقوات وتحصيل الضرائب، وهو ما يسمح لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي التحليلي، حيث يسمح للباحث دراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد مثل السمات العامة والاجتماعية، والنفسية وكذلك أنماط السلوك الاتصالي، وكذلك تقديم قاعدة معرفية واحدة للبيانات الخاصة بهذا الجمهور يمكن استخدامها في وصف تركيبة بنائه، واختبار العديد من الفروض العلمية الخاصة بالعلاقة بين المتغيرات.²

يمكن عرض تعريف منهج المسح الاجتماعي حسب الهدف من البحث: المسح الوصفي والمسح التحليلي. يهدف المسح "الوصفي" عموما إلى وصف وتوثيق الأوضاع أو الاتجاهات الحالية، أي يهدف إلى شرح ماهو قائم بالفعل في اللحظة الراهنة، مثل المسح الدوري لجمهور محطة تلفزيونية لتحديد تفضيلاته البرمجية.

أما المسح "التحليلي" فيهدف خاصة إلى وصف وتفسير أسباب الأوضاع الراهنة ببحث العلاقة بين متغيرين أو أكثر للتعرف على طبيعة العلاقة بينهما واستنتاج تفسيرات لتلك العلاقة ومثال ذلك: تأثير أنماط الحياة على أنماط المشاهدة التلفزيونية ومعدلاتها..³

¹ مرجع سبق ذكره ، ص 95.

² محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 158، 159.

³ مرجع سبق ذكره، ص 16.

وعليه يمكن أن نشير إلى أن منهج المسح الوصفي Descriptive survey يهدف تصوير وتوثيق الوقائع والحقائق الجارية، ويهتم في مجال دراسة جمهور المتلقين بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور، وتصنيف الدوافع والحاجات والمعايير الثقافية والاجتماعية، وكذلك الأنماط السلوكية ودرجاتها أو شدتها، ومستويات الاهتمام والتفضيل.¹

4. المنهج التاريخي

أ - المنهج التاريخي

أولا لابد من التنويه أن هناك من يقدم أربع مقاربات بحثية تاريخية كمية: كمية (التاريخ عن طريق الاقتباسات / الاستشهادات)، كمية (التاريخ بواسطة أدلة قابلة للقياس الكمي)، كمية كمية (تحليل محتوى كمي - كمي للوثائق)، كمية (التاريخ الشفوي). مع الإشارة إلى الأنواع الأربعة تستعمل المصادر الأولية كقاعدة بيانات رئيسية لها.²

ولذلك يمكننا تصنيف المنهج التاريخي ضمن البحوث الكمية التي تتضمن القياس والأعداد، وضمن البحوث الكيفية التي تخضع إلى التأويل والتفسير من خلال الاستشهادات والاقتباسات.

ويعرف المنهج التاريخي على أنه طريقة لتناول وتأويل حادثة وقعت في الماضي، وفق اجراء البحث والفحص الخاص بالوثائق، ويهدف المنهج التاريخي إلى إعادة بناء الماضي بدراسة الأحداث الماضية، معتمدا في الأساس على الوثائق والأرشيف، يتضمن المنهج التاريخي كأي منهج مسعى خاصا، ينبغي على الباحث في بادئ الأمر أن يقوم بجمع الوثائق المتنوعة ثم يقوم بتقييمها أو نقدها: ولهذا النقد مستويين أحدهما خارجي والآخر داخلي.³

ويستخدم المنهج التاريخي أيضا في الدراسات الكمية (التاريخ بواسطة أدلة قابلة للقياس الكمي) وعليه يمكن عرض بعض محددات النوع الكمي من المنهج التاريخي الذي هو:

¹ مرجع سبق ذكره، ص 159.

² مرجع سبق ذكره، ص 241.

³ موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، دار القصبة، الجزائر، ص 105

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

"عبارة عن مجموعة من المبادئ والقواعد التي تهدف إلى المساعدة بشكل فعال في جمع المواد التاريخية، تقييمها ونقدها، وتقديم تركيبة أو خلاصة النتائج التي تحققت، وببساطة أكثر، إنه عبارة عن نظام من الإجراءات السليمة للوصول إلى الحقيقة التاريخية.¹

5. المنهج الاثنوغرافي

يمكننا في هذا المقام أن نشير إلى أن علوم الاعلام والاتصال في بداياتها خضعت لضرورة بيداغوجية وأخرى نظرية، فقد ولدت هذه العلوم في الجامعات من انشغال فروعها بمسيرة المهن الجديدة ومتطلبات سوق العمل، أما في الحقل الثقافي فإن هذه العلوم نشأت من تساؤل انثربولوجي حول إعادة تعريف الثقافة من منطلق تنوع أشكال الاتصال.

هو الطريقة المعتمدة في وصف وتحليل الحياة اليومية الطبيعية لمجموعة متميزة ثقافيا، وذلك من خلال معايشة أعضائها لفترة معينة، ومن التعريفات الشائعة للمنهج الاثنوغرافي ما ذكره عالم الاجتماع "أنطوني غيدنز" (A. Giddens) ومفاده أنه "الدراسة المباشرة لأشخاص ومجموعات خلال فترة معينة، باستعمال الملاحظة بالمشاركة أو المقابلات بغية معرفة سلوكهم الاجتماعي".²

وقد استخدم هذا المنهج في دراسة الثقافات المشتركة تكون بدائية في الغالب، ولها فترة زمنية معتبرة، تجتمع فيها بعض القيم والمعتقدات واللغة المشتركة، إذ يتطلب من الباحث الاثنوغرافي أن يتابع يوميات هذه المجموعة لفترة زمنية طويلة نسبيا، حيث يقوم برصد الخصائص الثقافية لبنية المجموعة عن طريق الملاحظة بالمشاركة، يتم فيها جمع معلومات شاملة، أو عن طريق مقابلة العديد من الأفراد، إضافة إلى جمع الخطابات والوثائق لإقامة سجل حولها.³

ويعتمد منهج الاثنوغرافي على مجموعة من الخطوات، كون أن البحث العلمي عموما يفرض على الباحث اتباع طرق علمية منتظمة، تسمح له الوصول إلى نتائج علمية موثوقة، والمتمثلة في: تحديد مشكلة الدراسة وأهداف الدراسة، ضبط المنهج المناسب وأدواته.

¹ مرجع سبق ذكره ، ص 145.

² فضيل دليو، البحوث الكيفية - الأسس والمناهج-، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، 2022، ص 274

³ زيتون كامل عبد الرزاق، تصميم البحوث الكيفية ومعالجة بياناتها إلكترونيا، عالم الكتاب، الرياض، 2006، ص 125، 126.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

وعليه تختلف البحوث العلمية باختلاف تخصصاتها، ومستوياتها المعرفية، ما يجعل الباحث يستخدم المناهج الملائمة التي تنسجم مع مجالات تطبيقها وأهدافها المنشودة.

خطوات تطبيق المنهج الاثنووغرافي

أ- اختيار موضوع البحث: من خلال ضبط المجال الزمني والمكاني، وتحديد أهدافه

(تساؤلاته) ضمن تصميم كيفي عام ومرن دون تفاصيل إجرائية (ترك للتطورات في

الميدان).

ب- إختيار أدوات جمع البيانات: وتكون مناسبة لتحقيق أهداف الدراسة وأهمها: الملاحظة

بالمشاركة والمقابلات المعمقة والوثائق (اليوميات، رسائل، سجلات...)¹.

ت- النزول إلى الميدان: ونقصده به مجال البحث الذي تم تحديده وفقا لأهداف الدراسة،

وذلك من خلال اتباع طريقة ومنهجية معينة للتحكم في تيسير التفاعل مع مكونات

الدراسة، فيقوم الباحث بتحديد "البواب" أو البوابين الذي يوصله إلى الموقع وإلى

المشاركين في البحث، ويمكن استعمال تقنية كرة الثلج لبلوغ أعضاء مجموعة البحث،

ث- اختيار المشاركين وبناء الثقة معهم: لابد من اختيار مفاتيح الولوج إلى ميدان البحث يتم

فيها التفاعل بطريقة منفتحة مع أعضاء مجموعة البحث كيف ومتى تيسر ذلك، ومع

مرور الوقت يتم اختيار الأعضاء الذين ستجرى معهم المقابلات والأماكن والمواقف أو

الأنشطة التي ستعالج بدقة وبتفصيل أكثر.

ج- جمع وتسجيل المعلومات: لابد من تحديد ماهي أنواع المعلومات التي ينبغي أن تسجل

وتؤخذ في الحسبان في الدراسات الميدانية.² لذلك على الباحث أن ينتقي المعطيات وفقا

لإشكالية الدراسة المطروحة وأهداف البحث.

ح- معالجة البيانات المجمعة: وهنا يتم تأويل وتفسير البيانات المجمعة وضبطها حسب

السياق الذي وجدت فيه.

¹ مرجع سبق ذكره، ص 279.

² نهلة القصيمي، فاطمة الأسمرى، المنهج الاثنووغرافيا، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية كلية التربية، المملكة العربية

السعودية، 2018، ص 14

6. المنهج السيميولوجي

تتعدد التصنيفات بتعدد المعايير التي يقوم على أساسها التصنيف، ومن البحوث العلمية التي عرفت رواجاً كبيراً في الدراسات الإعلامية والاتصالية نجد البحوث أو الدراسات السيميولوجية التي تهتم بعلم الدلالات أو الرموز اللفظية وغير اللفظية من أجل كشف المعنى الكامن وراء المضامين النصية أو البصرية المرئية والمنطوقة.

ونقصد بالدراسات السيميولوجية علم الدلالات اللفظية وغير اللفظية، بمعنى تفكيك الرموز النصية والبصرية لمحتوى معين، وعلى هذا الأساس فهي تقوم على تفكيك وتركيب الدلالات اللغوية النصية أو البصرية لكشف المعنى أو المعاني واستخراج دلالتها ومن ثم فالهدف من دراسة المحتوى سيميولوجيا هو البحث عن المعنى والدلالة واستخلاص البنية المولدة للمحتوى منطقياً ودلالياً.

فرغم أن منهج السيميولوجيا قديمة قدم البشرية إلا أنها ظهرت مع اليونانيين القدامى وعرفت ظهوراً في مجال الطب، حيث كان الأطباء يبحثون في الأعراض المرضية التي تظهر عند المريض من أجل الكشف عن الداء ومن ثم معالجته، وأصبحت من الدراسات العلمية في مجال اللغة مع العالم دي سوسير، وفي مجال الفلسفة مع كل من العالم الأمريكي بيرس وموريس، وتستخدم اليوم كعلم يبحث في حل الإشكالات والشفرات المتعلقة بالرموز والاشارات اللفظية وغير اللفظية التي تطرحها مختلف المنظمات والمؤسسات ووسائل الإعلام الجماهيرية لمعرفة طبيعة الأنظمة الاتصالية الكامنة فيها.

يمكن تعريف منهج التحليل السيميولوجي بأنه: "مجموعة تقنيات تحليلية تستعمل لدراسة العلامات ودلالاتها، ومن أكثر تعريفاته الاصطلاحية الشائعة ما أورده إحدى رائدات "التنصص" (Intertextualit) "كريستيفا" (Kristeva, Julia) عام 1969 معبرة عنه ب: "مجموعة تقنيات وخطوات تستخدم لوصف وتحليل الدلالة الذاتية في الأشياء وحتى علاقتها مع أطراف أخرى، وهو لا يقتصر على التحليل بل يمتد إلى نقد المعنى في نظام ما، بل ونقد العناصر المكونة لهذا المعنى ولقوانينه" وهو بذلك قد يتداخل مع تحليل المحتوى وخاصة تحليل الخطاب الذي يعتبره البعض شاملاً له، كما مر معنا.¹

7. المنهج التجريبي

¹ مرجع سبق ذكره، ص 122.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

تعتبر التجارب من أكثر طرق جمع البيانات دقة، وتنتهي التجارب إلى ما يطلق عليه المنهج التجريبي في فلسفة العلم، إذ يرى البعض أن التجربة هي نوع من الملاحظة المقننة والمضبوطة التي يتم فيها إدخال متغير مستقل في موقف معين لمعرفة ما يحدثه هذا المتغير من أثر على سلوك أو اتجاهات الأفراد.¹ وعليه فإنها عملية مقصودة من قبل الباحث في إطار ما تمليه إشكالية الدراسة، ووفق شروط علمية ضابطة.

ومن جهة أخرى فإن المنهج التجريبي يحافظ فيه الباحث على كل المتغيرات المستقلة، ولا يتأتى ذلك إلا في محيط فيزيقي بعيدا عن روتين الحياة اليومية الطبيعية ويسمى هذا النوع من التجارب بالتجارب المخبرية التي تميزها عن التجارب الميدانية، وقد تأخذ التجربة عدة تصاميم إلا أن الشكل الأصلي أو الكلاسيكي هو التصميم المتضمن لمجموعة تجريبية ومجموعة ضابطة واحدة.²

طريقة لدراسة موضوع بحث بإخضاعه للتجربة وجعله دراسة قائمة على السببية، ويهدف المنهج التجريبي إلى إقامة العلاقة التي تربط بين السبب بالنتيجة بين الظواهر أو المتغيرات. ولإقامة العلاقة بين السبب والنتيجة فإننا نقوم بإجراء التجربة التي يتم خلالها معالجة متغير أو أكثر بتغيير محتواه عدة مرات، ويسمى هذا المتغير بالمتغير المستقل، إن هذه العملية تسمح بدراسة آثار المتغير المستقل في المتغير الذي يتلقى تأثيره والمسعى بالمتغير التابع.³

أدوات جمع البيانات في الدراسات الإعلامية

إن علوم الاعلام والاتصال على غرار العلوم الأخرى، اتخذت لنفسها أدوات خاصة بها لجمع البيانات والمعطيات حول الظاهرة المدروسة في مجالها، إذ بعد صياغة وبناء الاشكالية البحثية وتحديد تحديد دقيقا، يتطلب من الباحث الانتقال إلى الجانب التطبيقي قصد ترتيب وتنظيم عملية جمع المعلومات اللازمة التي تسمح بتحليل وتفسير الظاهرة قيد الدراسة.

ومن جهة أخرى يقوم اختيار أدوات جمع البيانات في الدراسات الإعلامية إلى نوع البحوث، فإذا كانت دراسات أو بحوث كيفية فإنها تعتمد على أدوات معينة كالملاحظة بالمشاركة، والمقابلة المعمقة، أما

¹ عبد الكريم بوحفص، أسس ومناهج البحث في علم النفس، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2016، ص 247

² المرجع نفسه، ص 247

³ مرجع سبق ذكره، ص 102.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

البحوث الكمية فإنها تعتمد على أدوات معينة كالاستبيان، وتحليل المحتوى الكمي وغيرها من الأدوات الأخرى.

8. الملاحظة العلمية في الدراسات الإعلامية

أ - الملاحظة

تعد الملاحظة من أدوات جمع البيانات المتعلقة بظاهرة معينة، حيث يتعين على الباحث تحديد مجال الملاحظة بدقة والتي تكون قائمة على إشكالية الدراسة والفرضيات

وهي وسيلة نحاول بها من خلالها التحقق من السلوك الظاهري للأشخاص وعن طريقها يتمكن الباحث من دراسة الظروف المحيطة بالمبحوثين وملاحظة سلوكياتهم وتفاعلاتهم وعلاقاتهم وأنماط معيشتهم وأساليبها، كما تعتبر الملاحظة من بين الوسائل المعروفة والثابت فاعليتها وأهميتها في مختلف أنواع البحوث العملية، حيث توفر أحد العناصر الجوهرية للعلم وهي الحقائق¹.

ولأداة الملاحظة أنواع يمكن تقسيمها حسب طريقة الملاحظ في المجال البحثي، فمنهم من يرى أن الاقتراب من المبحوثين والاحتكاك معهم يساعد في فهم واقع بعمق والوصول إلى نتائج أكثر دقة وواقعية، وهناك من الباحثين من يرى أن الاقتراب من المبحوثين قد يثير ازعاجا وقلقا وبذلك يحذر الإبقاء على الدراسة في وضعها الطبيعي، وعليه يمكننا في هذه الحالة أن نشير إلى نوعين أساسيين لأداة الملاحظة

¹ مرجع سبق ذكره، 167-168.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

أ - الملاحظة المكشوفة

وتكون عندما لا نخفي نيتنا عن المبحوثين، لا تتم الملاحظة بالمشاركة إلا بهذا الشكل، يعلق الأمر بقبولنا من طرف الأشخاص المبحوثين بضماننا لهم سرية المسعى، مع تذكيرهم أننا لا نعتمد إلا بالمجموعة ولا يهمننا الكشف عن هويتها فيما بعد.¹

ب - الملاحظة المستترة

هي حالة لا يدري فيها الأشخاص الملاحظين أنهم محل ملاحظة، ولها طريقتين أساسيتين، تتمثل الملاحظة الأولى القيام بها دون تمكين المبحوثين من مشاهدة الملاحظ، أما الملاحظة الثانية: فتتعلق باندماج الملاحظ في وسط المبحوثين لكن دون أن يدركوا ملاحظة الملاحظ.²

ج- الملاحظة بالمشاركة

ارتبطت الملاحظة بالمشاركة ارتباطا تاريخيا بعلم الانثروبولوجيا، والتي كانت تقوم على دراسة المجتمعات من خلال العيش معها، ومنه القيام بتسجيل الملاحظات الخاصة بمختلف السلوكات والعادات التي يمارسها أفراد المجتمع تحت الدراسة.

وهي حالة يشارك فيها الملاحظ أو الملاحظة في حياة الأشخاص الموجودين تحت الملاحظة، تتطلب الاندماج في مجال حياة الأشخاص محل الدراسة أو البحث، مع مراعاة عدم تغيير أي شيء في الوضع، حيث يعد الانثروبولوجيون هم أول من مارس الملاحظة بالمشاركة من خلال عيشهم وسط المجموعات البشرية بغية دراستها عن قرب، أما علماء الاجتماع فإنهم يستعملون هذه الوسيلة للتقصي أثناء دراستهم للمسارات الفردية ضمن أوضاع معينة، ومنذ ذلك الحين شرع المختصون الآخرون في مجالات مختلفة من العلوم الإنسانية في استعمال هذه التقنية للاقترب من الواقع.³

د-الملاحظة من دون مشاركة

يشار ضمنا أن الباحث يرى ويشاهد أفراد العينة وما يظهر منهم من سلوك وتفاعلات وهو بعيد عنهم وبدون علمهم.

¹ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2004، ص 189

² مرجع نفسه، ص 187.

³ مرجع نفسه، ص 185.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

وهي حالة لا يشارك فيها الملاحظ في حياة الأشخاص الموجودين تحت الدراسة، إذ أن الدراسة لا تفرض ضرورة العيش في وسط المبحوثين محل الدراسة أو على الأقل البقاء معهم لمدة كافية كي نشاركهم حياتهم من أجل ملاحظتهم، فبإمكاننا أن نكتفي بملاحظتهم من دون مشاركة.¹

ويتم بناء أداة الملاحظة من خلال وضعها في إطار وهو ما يطلق عليه "إطار الملاحظة"، حيث يعرفه موريس أنجرس على أنه: أداة لجمع المعطيات يتم بناؤها من أجل ملاحظة وسط معطى، أو هو عبارة عن أداة تستعمل في جمع المعطيات أثناء إجراء الملاحظة في عين المكان، لأنه من غير المعقول أن نذهب إلى ميدان البحث دون أن نكون قد حضرنا أنفسنا مسبقا حول ماذا ستكون ملاحظتنا، باعتبار أن وجودنا في عين المكان سيجعلنا نشاهد أشياء كثيرة ومتنوعة في نفس الوقت، فإن استعانتنا بإطار الملاحظة يسمح لنا بفرز ما يستحق فعلا ملاحظتنا من جملة الأشياء الكثيرة الأخرى، ويجب أن يكون هذا الإطار متضمنا بشكل أو بآخر للمفاهيم والأبعاد والمؤشرات المتولدة عن عملية التحليل المفهومي، ولبنائه يجب علينا حصر العناصر المنتمية إلى الوسط المراد ملاحظته والإحاطة التامة بهذا الوسط، وإقامة نظام لتسجيل الملاحظات.²

وهناك من يطلق عليها الملاحظة عن بعد وهي مراقبة المجتمع المبحوث من مكان يتمكن من خلاله الباحث رصد جميع حركات أفراده محل المعالجة أو محل الدراسة، وذلك من خلال الجلوس في مكان يمكنه من المشاهدة المباشرة أو استخدام الأجهزة الالكترونية، مثل الكاميرات والشاشات التلفزيونية لمراقبة التصرفات والحركات الظاهرة التي يمكن رؤيتها من مسافة معينة لحساب مدى تكرارها، لكن دون التعمق في بحث الأبعاد المختلفة التي كانت وراءها والتي تتطلب الاندماج في المجال المدروس كما هو موجود في الملاحظة المباشرة.³

¹ رشيدة سبتي، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار التنوير، ط1، الجزائر، 2014، ص 80، 81

² مرجع سبق ذكره، ص 234

³ مرجع سبق ذكره، ص 171.

9. المقابلة في الدراسات الإعلامية

تعد أداة المقابلة من الأدوات الكيفية المميزة في جمع البيانات، إذ أنها تفاعل لفظي مباشر بين شخصين أو أكثر، إضافة أنها تتيح إمكانية تسجيل الإجابات غير اللفظية، حيث أنها من الأدوات الأكثر استخداما في العلوم الاجتماعية والإنسانية عموما وعلوم الاعلام والاتصال خصوصا نظرا لما تحمله من إيجابيات على المستوى البحثي في جمع المعطيات والبيانات،

هي تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد الذين تم سحهم بكيفية منعزلة، غير أنها تستعمل في بعض الحالات إزاء المجموعات من أجل استجوابهم بطريقة نصف موجهة والقيام بسحب عينة كيفية بهدف التعرف بعمق على المستجوبين¹.

وهناك من يطلق عليها المقابلة المتعمقة على أنها لقاء مخطط له بين الباحث والمبحوث للإجابة على مجموعة من الأسئلة

كما تعتبر "عملية تقصي علمي تقوم على مسعى اتصالي كلامي من أجل الحصول على بيانات لها علاقة بهدف البحث"²

أنواع المقابلة

-المقابلة المقننة:

هي المقابلات التي يتم تحديد أسئلتها مسبقا في إطار نظامي مضبوط لا يسمح للمبحوث الخروج عنه، كما يلتزم الباحث بطرحها كما هي دون إضافات، ومن أجل تحقيق ذلك تستخدم الأسئلة المغلقة للحصول على إجابة محددة في شكل تأكيد الشيء أو نفيه، وعادة ما يستخدم هذا النوع من المقابلات في البحوث الكمية التي تتطلب معلومات وبيانات يمكن التعبير عنها إحصائيا، أي قابلة للقياس في شكل استمارة استبيان³

-المقابلة غير المقننة:

يكتفي فيها الباحث بوضع الخطوط العريضة للمحاور المبحوثة في شكل رؤوس أقلام يدور حولها الحوار بصورة مباشرة أو غير مباشرة لأنه في مثل هذا النوع من المقابلات يترك للمبحوث الحرية في الكلام، كما

¹ مرجع سبق ذكره، ص 197.

² Grawitz Madeleine, Méthodes des sciences sociales, huitieme edition, paris, Ed. Dllloz, 1990, p.742.

³ مرجع سبق ذكره، ص 174، 175.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

يسمح للباحث بطرح أسئلة إضافية غير مدرجة في المحاور الرئيسية، وهذا من أجل إتاحة فرصة الاسترسال في الكلام للطرف المقابل للحصول منه على أكبر قدر ممكن من المعلومات.¹

10. الاستبيان واستخداماته في الدراسات الإعلامية

تعد الاستمارة من التقنيات الأكثر استخداما لجمع المعطيات والبيانات في بحوث الإعلام والاتصال، حيث تندرج عادة ضمن دراسات البحوث الكمية التي تعتمد على القياس والإحصاء.

وتتميز الاستمارة على جملة من الأسئلة يتم طرحها على أفراد العينة لنحصل من اجابته عن هذه الأسئلة على بيانات نلجأ إلى معالجتها كمياً بغرض إجراء مقارنات معينة، وعموما تتعلق هذه الأسئلة المباشرة الموجهة للمبحوثين بحالتهم الاجتماعية وبآرائهم ومواقفهم حول ظواهر ووقائع اجتماعية ما.²

يعرف الاستبيان بأنه أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المبحوث، وعرفه وليام جود William J Goode وباول هات Paul. K. Hatt أن الاستبيان وسيلة تستخدم للحصول على أجوبة معينة في شكل (ورقة) استمارة يملؤها المجيب بنفسه، أي أن عبارة عن ورقة تحتوي على مجموعة من الأسئلة توزع عن طريق البريد، أو يملؤها المبحوث مباشرة تحت إشراف الباحث.³

وعليه فإن الاستمارة أو الاستبيان هي وثيقة تحتوي على مجموعة من الأسئلة المتعلقة بموضوع بحث معين، أين يحاول الباحث عرضها على المبحوثين (عينة الدراسة)، قصد الإجابة عليها بخصوص التحقق من فرضيات الدراسة، أو الإجابة عن تساؤلات البحث حول الظاهرة المراد معالجتها، أي أن الباحث من خلال أسئلة الاستمارة يحاول أخذ المعلومات الكافية حول تفاصيل بحثه التي تقوده في النهاية إلى الوصول إلى نتائج تكون بمثابة إجابات أو حلول أو تفسيرات للفرضيات والتساؤلات المطروحة سابقا. إن بناء مضمون الاستمارة لا يكون بطريقة اعتباطية وإنما يكون قائما على أساس سليم ينبع من جوهر الاشكالية المطروحة في الدراسة، وعليه تبني الاستمارة وفق الشكل على المبرين الآتين:

¹ مرجع سبق ذكره، ص 175.

² مرجع سبق ذكره، ص 155، 156.

³ مرجع سبق ذكره، ص 206.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

المبرر الأول: تقوم الاستمارة وفق المعلومات التي يريدها الباحث من أفراد عينة دراسته، ويحتاجها ليقارن بها مع ما وضعه في الفرضية من منظور كمي قياسي.

المبرر الثاني: يتعلق بالجانب اللغوي، حيث يعتمد الباحث على لغة واضحة مفهومة قائمة، من خلال عرض المؤشر الذي يقوم عليه السؤال، إن المؤشر الذي يترجم السؤال هو نوع من الضمانة قصد تسهيل الفهم على المبحوثين ومن تمة الإجابة على السؤال.¹

أما من حيث مضمون ومحتوى أداة الاستمارة باعتبارها من الأدوات الكمية فلا بد من ضبط مفهوم المقياس، وأنواع المقاييس المستخدمة في البحوث الكمية وذلك قصد التحديد الكمي لخصائص الأشياء والوقائع والأحداث والأفراد التي ستساعدنا في صياغة وبناء الاستمارة العلمية.

أ- القياس

هو التحديد أو الوصف الكمي لخصائص الأفراد والأشياء والأحداث، وتصنيف هذه الخصائص والمقارنة بينها، ومن خصائصه أنه يقدم قيمة عددية ثابتة للصفات الكيفية التي نصف بها ذاتنا والآخرين، وقد يتم الوصف الكيفي أو النوعي بداية، ولكن قياس انتشار خصائص الوصف وحدودها يتم التعبير عنه في شكل كمي.²

ونجد القياس في الخصائص أو السمات سواء كانت متعلقة بالأفراد، أو الأشياء، أو بأوضاع التي يمكن أن تخضع للعد والتقدير الكمي.

وما دام القياس يقع على درجة وجود الصفة أو الخاصية فإنه يتم التعبير عن هذه الدرجة في شكل كمي (رقمي أو لفظي) يتم تمييزه في إطار الصفة أو الخاصية، ويعد القياس عملية إجرائية لذلك يجب أن تتسم بالدقة والموضوعية -بما يوفر ثبات القياس وصدقه- حتى يمكن الثقة في نتائجه والاعتماد عليه في تحديد الخصائص والصفات وإصدار الأحكام الصحيحة³

ب-أنواع المقاييس

يقوم المقياس بتقديم قيمة عددية ثابتة للصفات الكيفية التي بها ذاتنا والآخرين، وقد يتم الوصف الكيفي أو النوعي بداية، ولكن قياس انتشار خصائص الوصف وحدوده يتم التعبير عنه في شكل كمي،

¹ مرجع سبق ذكره، ص 158.

² مرجع سبق ذكره، ص 46.

³ مرجع سبق ذكره، ص 40.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

فإذا قانا إن هذا الفرد لا يقرأ الصحف فهي صفة نوعية أو كيفية، ويتم تصنيف الفرد بناء على ذلك نوعيا مع "من لا يقرؤون الصحف"، أما وصفهم في عدد يحدد الحجم أو النسبة بين الأفراد فيتم تصنيفهم كميا كالآتي: يقرؤون مرة في الأسبوع، مرتين....¹

ومهما تعددت المقاييس فإنها تنقسم حسب الهدف من بنائها إلى مجموعة من الأنواع، نذكر الأكثر شيوعا واستخداما في علوم الاعلام والاتصال، وهما مقاييس تصنيف الذات، ومقاييس الاتجاهات.

أولا: مقاييس تصنيف الذات

ويقصد به قيام الفرد بتصنيف ذاته من خلال خصائصه وسماته وأنماطه السلوكية في فئة من فئات التصنيف التي تشملها وحدات المقياس (أسئلة أو عبارات)، مثل فئات النوع والمستوى التعليمي والحالة الاقتصادية أو فئات الاهتمام بوسائل الإعلام ومحتواها... وتستعمل مع هذه المقاييس وحدات القياس الشائعة التي تستعمل الأنواع المختلفة من الأسئلة مثل:

1 - أسئلة التصنيف: ويستعمل هذا النوع من الأسئلة التصنيفية في وصف السمات العامة والاجتماعية للأفراد وكذلك أسئلة الاهتمام والتفضيل وخصائص سلوك التعرض لوسائل الاعلام والاتصال... مثل:

- النوع: ذكر ☐ أنثى ☐

- هل تقرأ الصحف نعم ☐ لا ☐

- ماهي القناة التي تفضل مشاهدتها من بين القنوات الآتية

القناة الأولى ☐ الجزيرة ☐ الشروق ☐ العربية ☐ الحدث ☐

ويعد هذا التصنيف مهما كونه يحدد موقع ترتيب الفرد لذاته ضمن سلم يضعه الباحث لمعرفة الفئات العمرية مثلا، أو تحديد الجنس (ذكر، أنثى)، أو وصف السمات العامة للأفراد.

1 - أسئلة الترتيب: ويتم من خلالها تقدير قيمة لكل من الخصائص والسمات أو أنماط السلوك،

بحيث تسهم هذه القيمة في ترتيب هذه الوحدات ترتيبا تنازليا أو تصاعديا، وقد يكون ذلك من

خلال فئات يتم تسميتها مسبقا، مثل ترتيب فئة السن أو المراحل العمرية من الأدنى إلى الأعلى، أو

ترتيب كثافة المشاهدة من الأعلى أو العكس.² كما أن هذا النوع من الاستجابات يطلب من

¹ فضيل دليو، تقنيات تحليل البيانات في العلوم الاجتماعية والإعلامية، دار الثقافة للنشر وابتوزيع، ط1، الأردن، 2010، ص

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

المبحوث ترتيب مجموعة من المقترحات وفقا لأهميتها بالنسبة إليه، أو بالنسبة لحجم تواجدها أي تكرارها، أو لشدتها.

وعليه يمكن تطوير السؤال التصنيفي السابق كما يلي:

- ما القنوات الفضائية العربية التي تفضل مشاهدتها من بين اللاتية، رتبها ترتيبا من 1 إلى 4:

القناة الأولى ☐ الجزيرة ☐ الشروق ☐ العربية ☐ الحدث ☐

ويسمح هذا التصنيف بترتيب الموضوعات أو الأشياء، أو الأفراد بناء على درجة اهتمام وميولات المبحوث و أهدافه، والتي تساعدنا في الكشف عن العلاقة بين المبحوث والظاهرة المدروسة.

ثانيا: مقاييس الاتجاهات

إن هذه المقاييس تسعى إلى تقدير رأي المبحوث ومختلف استعداداته (اتجاهه) نحو الأشياء أو الموضوعات أو الآخرين بما يؤدي إلى تصنيف أو تقدير موضوع الاتجاهات من خلال نتائج استعمال هذا المقياس، فهذا المقياس يمكن الباحث من معرفة مختلف المواقف والأراء التي يدلي بها المشاركون في عينة الدراسة على الظاهرة قيد الدراسة.

يصلح هذا المقياس في قياس الرأي العام والاتجاهات الكامنة للأفراد نحو الموضوعات والأفكار والأشخاص في وقت إجراء القياس، وتعتبر البدائل الأكثر صدقا لتصنيف آراء الأفراد واتجاهاتهم، حيث لا يكفي في معظم الأحوال تصنيف الأفراد أو تصنيفهم لأنفسهم بناء على درجة الموافقة أو المعارضة فقط، ولكن يتطلب الأمر قياس درجات الشدة أو الكثافة في درجة التأييد أو المعارضة، بالإضافة إلى أن درجات الشدة أو الكثافة تتميز بمرونة تحديد الرأي أو الاتجاه حيث لا يتم التصنيف في اطار بدلين فقط (درجة الموافقة، أو المعارضة)، ولكن تترك مساحة بين تحديد التأييد والمعارضة على هذه المقاييس، ويمكن بالتالي تحديد مستويات التأييد أو الاتفاق بدقة في مستويات متعددة بناء على درجات الشدة أو الكثافة، وكذا مستويات المعارضة.¹

ويمكن تعريفه على أنه التعبير الفظي عن الاتجاه، وتشير عبارة الاتجاه في مهنها العام إما إلى موقف تجاه مشكلة أو قضية محل النقاش ويكون هذا الموقف معبر عنه في سلم مواقف شخصية متعددة، أو إلى

¹ مرجع سبق ذكره، ص50.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

طريقة دائمة تسبق وتحدد السلوك أي أن الاتجاه هو استعداد للاستجابة بطريقة معينة تتحدد على أساسها طريقة ادراك المواضيع وتحديد الأهداف التي يرغب الفرد في تحقيقها.¹

وتعتبر مقاييس الاتجاهات من المقاييس الهامة في حقل الإعلام والاتصال، كونها قادرة على إعطاء نتائج علمية موضوعية حول خصائص وسمات القائم بالاتصال في العملية الاتصالية وذلك بناء على تقديرات المبحوثين لهذه الخصائص، إضافة إلى تحديد مواقف الحكم على الأفكار والموضوعات والأشياء ذات العلاقة بالعملية الإعلامية والاتصالية، مثل قياس كثافة الاستخدامات ودرجة الاشباع، أو قياس الرضا الوظيفي ومستوياته بالنسبة للقائم بالاتصال في المؤسسات المختلفة.

وهناك مقاييس أو نماذج عديدة وضعها الباحثون والدارسون ضمن مقاييس الاتجاهات مثل: مقياس "ترستون" وتشايف Thurstone e Chave، وهناك مقياس مجموع التقديرات (مقياس ليكرت)، مقياس التباين الدلالي.

11. تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية**أ- أداة تحليل المحتوى (المضمون) الكمي**

ينطلق أغلب الباحثين في تعريف أداة تحليل المحتوى من التعريف الذي جاء به برسلون بارنارد حيث يقول أن تحليل المحتوى " تقنية بحث من أجل الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمحتوى الظاهري للاتصال"²

وهو التعريف الذي اعتمد عليه الأستاذ تمار في كتابه أصول تحليل المضمون وتقنياته مشيراً إلى أن الكثير من الباحثين اعتمدوا على هذا التعريف كمنطلق أساسي لتقديم خصائص ومميزات هذه الأداة إذ يذكر:

أن مجموعة من الدارسين تبنا تعريف برسلون باعتباره يحتوي على المبادئ الأساسية التي يقوم عليها تحليل المضمون (الموضوعية، التنظيم، البعد الكمي، الطابع الظاهري للتحليل)، فهذا قوتي بونو Gauthier Benoit يرى مثل زميله برسلون: أن تحليل المضمون هو تقنية بحث تهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمضمون الظاهر للرسائل الاتصالية، أي أنه يوافق في المبادئ الأساسية التي يقوم عليه تحليل المضمون، كما نلاحظ هذا التبني في الكثير من التعاريف مثل: تعريف Pinto وقرافيش

¹ مرجع سبق ذكره، ص 201.

² Festhnger léon, Katz Daniel, citant Berelson, Les méthodes de recherches dans les sciences sociales, tome2, paris,

Puf, 1974, p.484.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

Grawitz، وهولستي Holsti وأنقريق Unrug وحتى في تعريف عمر أكتوف.¹ لذلك فإن اعتمادنا على التعريف فإننا نحصل على الخصائص الآتية لأدات تحليل المحتوى:

ب- الطابع الموضوعي: بمعنى أن هذه التقنية تستعمل على مواد تم إنتاجها مسبقا في اطار المعاني والرسائل التي وجدت من أجلها، فقط على الباحث استنطاقها وفق الهدف من ظهورها.

ت- الانتظام: يتم تحليل كل محتوى الرسالة بدلالة أهداف الدراسة المعطاة بالفرضيات² كما يعني الانتظام اشتراط تنظيم معين قائم على الوضوح وسلسلة المراحل التي على الباحث اتباعها في تحليله، وأن يراعي الاهتمام بالإجراءات المنهجية التي تساعد على تحقيق الثبات والصدق في الإجراءات والنتائج³ كما يمكن تفسير الانتظام على أنه تحليل بطريقة منتظمة وأن تكمم وتصنف وتستغل كل الاحتمالات شرح المعنى أو المعاني في اطار أهداف الدراسة.⁴

ث- الوصف الكمي: ويكون ذلك من خلال الاعتماد على الأرقام والنسب في تحليل متغيرات الدراسة أي تكميم الظاهرة المراد دراستها أو معالجتها.

د- منهج تحليل المحتوى الكيفي

ج- يعرف كل من "هسيه وشانون" (Hsieh, Shannon) منهج تحليل المحتوى الكيفي على أنه: "منهج بحث يستهدف التأويل الذاتي لمحتوى البيانات النصية من خلال عملية التصنيف المنتظم للفئات المرمزة وتحديد موضوعات أو أنماط البيانات المحللة".

¹ تمار يوسف، أصول تحليل المضمون وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017، ص 7، 8

² سعيد سبعون، حفصة جراي، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القصة للنشر، الجزائر، 2012، ص 230

³ مرجع نفسه، ص 9.

⁴ Omar Aktouf, Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations Une introduction à la démarche classique et une critique : les presses de L'Université du Québec, p 112.

12. المجموعات البؤرية في بحوث الإعلام

تسمى أيضا المقابلة المركزة للجماعة Focus Group وهي لا تختلف في تعريفها وأهدافها عن المقابلة الفردية -مع الأفراد- إلا في زيادة عدد المبحوثين الذين يتم إجراء المقابلة معهم في كل مرة أو في المرة الواحدة المستهدفة، كما أن تنظيم المقابلة الجماعية يتطلب تجهيز قاعات اللقاء ووسائل عرض الموضوعات وتوثيقها وإعداد المناخ المناسب القائم على إعداد الجلسة وإدارة الحوار مع أفراد الجماعة.

وتعرف المجموعات البؤرية في موسوعة مناهج البحث الكيفي بأنها: "شكل من أشكال المقابلات الكيفية، والتي يستخدمها الباحث الذي يدير مناقشة الجماعة لتوليد بيانات كيفية والحصول على بيانات هامة للبحث الذي يقوم به، والعنصر المميز لطريقة المجموعات البؤرية هو استخدام مناقشات المبحوثين (الذين يجري عليهم البحث) كأسلوب من أساليب جمع البيانات.¹

إذن هو أسلوب من أساليب جمع البيانات لا يستخدم منفردا نظرا لصغر عدد المبحوثين الذين تتم المقابلة معهم، بما لا يصلح لأن يكون مصدرا وحيدا للتفسير أو التعميم، وتستخدم المقابلة الجماعية في حالة اتفاق خصائص عينة المبحوثين في هذه الجماعة.²

هي من ضمن المقابلات التي تبحث عن معرفة ردود أفعال مجموعة معينة من الأفراد الذين يشتركون في شيء ما، لذلك فإن أخذ المعلومات بشكل جماعي هو الذي يهم الباحث أو الباحثة، بدلا من معلومات شخصية، ما يسعى إليه الباحثون في هذا السياق هو معرفة ردود أفعال المجموعة كمجموعة بمعنى اعتبارها ككائن من أجل استخراج السمات أو الاتجاهات، كما أنه سيتم التعامل مع كل عضو من أعضاء المجموعة كجزء من الكل، إضافة إلى الإصغاء إلى أقواله كتعبير واضح وصادق، إلى حد ما عن موقف المجموعة، وتظهر الفائدة من مقابلة المجموعة عندما نريد مثلا: معرفة احتياجات والمطالب داخل تنظيم، حيث يتم دراسة كل مصلحة بصفة مستقلة.³

¹ نعمة محمد السيد مصطفى، مجموعات النقاش البؤرية: الأسس النظرية والاعتبارات المنهجية، المجلد 09/ العدد 03 (جوان

2020)، ص 166

² مرجع سبق ذكره، ص 403.

³ مرجع سبق ذكره، ص 198.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

تسمح مقابلة المجموعة بالتعبير عن بعض الآراء، كم أنها تسمح بظهور بعض الغضب، فالمشاركون يكتشفون الأعضاء الآخرين الذين يلتفون حولهم والمستجوب يسجل ما هو مشترك بينهم وما يفرقهم ضمن التفاعلات المتعددة التي تقع، تظهر الميزة الخاصة بوجود المجموعة كمجموعة وهنا تسمح المقابلة -كما هي الحال أثناء مقابلة شخص واحد- بالحصول على معلومات غنية لا يمكن تعويضها، وهذا ما يدل على أن وجود الأفراد في مجموعة ستنشأ عنه ديناميكية خاصة، لأن ما يقال روما يقع يتجاوز كثيرا حدود التصرفات الفردية التي كان من الممكن أن يتم التعبير عنها بطريقة أخرى لو تعلق الأمر بمقابلة تجري وجها لوجه، في الحقيقة إن كل واحد يجيب عن الأسئلة في إطار علاقته بالآخرين وليس بصفة منعزلة.¹

13. مدخل إلى المناهج الكمية**بحوث أو الدراسات الكمية**

هي التي تستخدم تقنيات كمية مباشرة، وتلجأ إلى الرياضيات والإحصاء والعد والقياس، حيث يمكن استنتاج أن مناهج البحوث الكمية (الاستنباطية- الافتراضية) تنبع من النظريات الوضعية الامبريقية التي تعد الواقع قابلا للتشبي والملاحظة والقياس.

والبحوث الكمية تعد من البحوث الأكثر استخداما في الدراسات الإعلامية والاتصالية، حيث يقصد بها البحوث التي تستخدم الأرقام والأعداد في تحليل البيانات والمعطيات التي تم جمعها من قبل الباحث على عينة الدراسة، فهي بحوث تعتمد بصفة أساسية على البيانات المعبر عنها بالأرقام أيا كانت مصادرها وأساليب جمعها، وتتم معالجة تلك البيانات وبلورة النتائج من خلال معطيات إحصائية ذات مغزى، أي أن التحليل الاحطائي هنا يلعب دورا أساسيا في التحقق من الفروض أو الإجابة على التساؤلات باعتبارها جوهر الدراسة، وفي مجال الاتصال قد تكون البحوث الكمية بحوثا تحليلية أو بحوثا ميدانية، وكثيرا ما تتضمن الدراسة الواحدة الجانبين التحليلي والميداني، فالبحوث التحليلية الكمية هي البحوث التي تتضمن تحليل الرسالة الإعلامية تحليلا كميا أيا كان شمل وموضوع تلك الرسالة، أما البحوث الميدانية

¹ مرجع سبق ذكره، ص 201.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

فهي البحوث التي تتضمن دراسة الجمهور أو القائم بالاتصال أو أي أفراد آخرين باعتبار ذلك جانبا أساسيا في البحث.¹

14. مدخل إلى المناهج الكيفية

- البحوث الكيفية: هي التي يطغى عليها الطابع الكيفي الخالي عادة من التكميم والقياس، حيث تستخدم فيها الأدوات الكيفية لجمع البيانات مثل الملاحظة بالمشاركة والمقابلة المعمقة، وعادة ما لا تستعمل التحاليل الإحصائية، بل تعتمد على التحليل الكيفي وتركز على الفهم من خلال التفاعل مع الموضوع والظاهرة المدروسة (دليو، 1997، ص. 28). وهي تسعى في الغالب إلى وصف معمق لأحداث معقدة في بيئتها الطبيعية.

ويمكن القول أن البحوث الكيفية لا تقوم على معالجات وتحليلات كمية للإجابة على إشكالية الدراسة وتسؤلاتها، وإنما تقوم على المعطيات التي تم جمعها من قبل الباحث، وترتكز بالدرجة الأولى على ما يدلي به المبحوثون حول الظاهرة قيد الدراسة، وذلك من خلال استخدام الأدوات الكيفية كالملاحظة، والمقابلة وتحليل المحتوى الكيفي وغيرها من الأدوات المناسبة التي تندرج ضمن الدراسات الكيفية، حيث أنها تتضمن تفسيرات وتأويلات للبيانات التي تم جمعها بطريقة كيفية، أي التعبير عن مضمون هذه الاستجابات ومعانيها في عبارات ودلالات لغوية وأفكار دون اللجوء إلى الأعداد والأرقام والتحليل الإحصائي.

- خصائص البحوث الكيفية

يمكن تحديد خصائص البحوث الكيفية في العناصر الآتية:

- يهتم البحث الكيفي بالدرجة الأساس على المعاني المتعلقة بحياة الناس وتجاربهم الاجتماعية².
- يذهب الباحث شخصيا للأفراد والجماعات المعنية بالبحث ويقوم بتحديد المواقع والمؤسسات المعنية بالبحث
- بحث استقرائي يبني فيه الباحث مفاهيم وافتراضاته عن طريق المعاني التي يدلي بها المشاركون.

¹ منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2014، ص 155

² فريدة بن عمروش، المقاربات الكمية والكيفية في ضوء التجربة لبحثية في علوم الاعلام والاتصال، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 03، 2020، ص 294.

- يعد من البحوث الاستكشافية التي تبحث عن معطيات جديدة.

15. البحوث المختلطة في الدراسات الإعلامية

تجدر الإشارة إلى الأهمية العامة للتعددية والتنوع بين البحوث الكمية والكيفية كقيمتين إجرائيتين مهمتين، يجب تفعيلهما عند الضرورة البحثية....كما تجدر الإشارة إلى قيمتين أخرتين تتمثلان في أهمية المنافسة بين المناهج وأهمية تكاملهما أيضا، فالاستفادة من ذلك ممكنة بل ومنتجة، وقد تبناها ثيار بحثي ثالث في معظم التخصصات الاجتماعية...ففي بحوث علوم الاتصال مثلا، يمكن للمقاربات الكمية لموضوعات بحثية تخص العوامل المؤثرة في التعرض لوسائل الإعلام وآثار التغطية السياسية في السلوك الانتخابي وآثار الانترنت على التحصيل الدراسي....، أن تستكمل بمقاربات كيفية: التفاعلات الذاتية للجمهور أو للطلبة....مع المحتويات الإعلامية والسياسية...بالتركيب أو التقاطع وبالتوازي أو التوالي (مثلا: استعمال الملاحظة بالمشاركة ثم استعمال نتائجها في بناء استمارة كمية).¹

¹ مرجع سبق ذكره، ص 38-39.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

قائمة المراجع :

- المراجع باللغة العربية:

- أ لارامي، ب فالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية، مخبر علم الاتصال للبحث والترجمة، الجزائر، 2009.
- أحمد بن مرسل، الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال، الورسم للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2013.
- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005.
- بركات عبد العزيز، أسس مناهج البحث الإعلامي، دار المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2011.
- بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق، دار الكتاب الحديث، القاهرة (مصر)، 2012.
- تمار يوسف، أصول تحليل المضمون وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017.
- رشيدة سبتي، دليل الباحث للتوثيق في البحوث والدراسات العلمية، الجزائر، 2016.
- رشيدة سبتي، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار التنوير، ط1، الجزائر، 2014.
- زيتون كامل عبد الرزاق، تصميم البحوث الكيفية ومعالجة بياناتها إلكترونيا، عالم الكتاب، الرياض، 2006.
- سعيد سبعون، حفصة جراي، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2012.
- فضيل دليو، البحوث الكيفية - الأسس والمناهج -، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، 2022.
- فضيل دليو، تقنيات تحليل البيانات في العلوم الاجتماعية والإعلامية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2010.
- فضيل دليو، مدخل إلى منهجية البحث العلمي، منشورات الاستخدامات والتلقي في الجزائر، ط1، الجزائر، 2024.
- فضيل دليو، منهجية البحث العلمي، منشورات مخبر الاستخدام والتلقي في الجزائر، ط1، الجزائر، 2024.
- ليندة لطاد، تقنيات التوثيق العلمي، مقدمة لنيل رتبة بروفييسور، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2021/2020، ص 96.
- محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال (دروس نظرية وتطبيقات)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2017.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، دار عالم الطب، القاهرة، 2000.
- محمد غريب، وجدي حلمي، مناهج البحث الإعلامي، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2019.
- منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2014.
- موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، دار القصبة، الجزائر.
- نهلة القصيمي، فاطمة الأسمرى، المنهج الاثنوغرافيا، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية كلية التربية، المملكة العربية السعودية، 2018، ص 14
- يوسف تمار، العينة في الدراسات الإعلامية الاتصالية، منشورات بغداد، الجزائر، 2010.
- المشهداني، سعد سليمان، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، 2017.
- بركات عبد العزيز، أسس مناهج البحث الإعلامي، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2011
- بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة، 2011
- حسن سعد، براديفغات البحوث الإعلامية-الابستمولوجيا-الإشكاليات-الاطروحات، دار المنهل اللبناني ، بيروت، 2011.
- حفيظة خليفي، البحوث المختلطة واستخدام المقاربتين الكمية والكيفية في الدراسات السوسيولوجية، المجلد 26، العدد 5، 2022.
- ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، ط5، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان ، 1996.
- عادل محمد ريان، استخدام المدخلين الكيفي والكمي في البحث، دراسة استطلاعية لواقع أدبيات الإدارة العربية، المؤتمر العربي الثالث للبحوث الإدارية والنشر، كلية التجارة قسم إدارة الاعمال، القاهرة، 2014.
- عامر إبراهيم قندلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد (العراق)، 1992.
- عبد الكريم بوحفص، أسس ومناهج البحث في علم النفس، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2016.
- عليان، ربيعي مصطفى، أساليب البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- فريدة بن عمروش، المقاربات الكمية والكيفية في ضوء التجربة لبحثية في علوم الاعلام والاتصال، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 03، 2020، ص 294.
- نصرالدين لعياضي، التفكير في منهجيات دراسة الاعلام والاتصال في المجتمع الجزائري التوقعات الابستمولوجية والتقاطعات المعرفية، مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر، ط1، الجزائر، 2016.

مطبوعة بيداغوجية في مقياس مناهج وتقنيات البحث في علوم الاعلام والاتصال

- نعمة محمد السيد مصطفى، مجموعات النقاش البؤرية: الأسس النظرية والاعتبارات المنهجية، المجلد 09/ العدد 03 (جوان 2020).
- سعيد لوصيف، التفكير المنهجي في الظواهر الاتصالية: التجاسر بين التخصصات والتموقع الاستمولوجي، مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر (كلية الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3)، الجزائر، 2016.
- سمير محمد حسين، تحليل المضمون، دار عالم الكتب، القاهرة، 1983.
- شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، ط6، القاهرة، 2023.
- صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2019.
- طارق عطية عبد الرحمان، دليل تصميم وتنفيذ البحوث في العلوم الاجتماعية، مركز البحوث، المملكة السعودية، 2013.
- عبد الكريم بوحفص، أسس ومناهج البحث في علم النفس، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2016.
- عزيز لعبان، تقاطع التخصصات لدراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية، مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر، 2000.
- المراجع باللغة الأجنبية:
 - Alain laramée, Bernard vallee, Lac recherche en communication – éléments de méthodologie, Presse de l'Université du quebec, 2005.
 - Festhnger léon, Katz Daniel, citant Berelson, Les méthodes de recherches dans les sciences sociales, tome2, paris, Puf, 1974.
 - Grawitz Madeleine, Méthodes des sciences sociales, huitieme edition, paris, Ed. Dllloz, 1990.
 - Hassan Elkatawneh, Comparing Qualitative and Quantitative Approaches, Electronic journal ssrn, 2016.
 - Herzlich Claudine, Réussir sa thèse en sciences sociales, Paris, Nathan, 2002.
 - Mace Gordon, Pétry François, Guide d'élaboration d'un projet de recherche en sciences sociales, 3ème édition, Québec, De Boeck université, Presses de l'université de Laval, 2000.
 - Omar Aktouf, Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations Une introduction à la démarche classique et une critique : les presses de L'Université du Québec .