جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

محاضرات في مقياس

مناهج و تقنيات البحث في علوم الإعلام و الاتصال

موجهة لطلبة السنة الثانية علوم الإعلام و الاتصال

أ.د. ليندة ضيف

السنة الجامعية 2022/ 2023

الإطار النظري للدراسة:

يقوم الباحث في هذا الجزء من البحث بجمع المراجع، و الإطلاع عليها جيدا، و قراءتها بتمعن و تركيز، من أجل إعداد الفصول النظرية لبحثه، حيث يختار العناصر التي تفيده و تكون لها علاقة مباشرة بمشكلة بحثه، ثم يقوم ببناء الخطة الخاصة بهذا الجزء، حيث يقسم إلى فصول و مباحث و مطالب أو غير ذلك حسب ما يقدر الباحث، و بشكل عام يجب على الباحث أن يلتزم بما يلي في إعداده للإطار النظري لبحثه:

-مراعاة التوازن بين الفصول و المباحث و المطالب و غيرها.

-يصاغ لكل فصل تمهيد و خلاصة، يتضمن التمهيد العناصر التي يتناولها الفصل، أما الخلاصة فتضم استنتاجات الباحث من الفصل.

-مراعاة قواعد و أخلاقيات الاقتباس حتى لا يقع في السرقة العلمية.

-لا يقوم إعداد الإطار النظري على مجرد النسخ و اللصق، ووضع العناصر و تهميشها، لا بد أن تبرز شخصية الباحث من خلال التحليل و مناقشة الأفكار و نقدها، و إبداء الرأي حولها.

-يجب تهميش كل اقتباس سواء كان ماديا أو معنويا حيث يجب أن لا يتجاوز الاقتباس 300 كلمة .

-أثناء تحرير الإطار النظري للبحث يجب أن يكون للباحث مرجعية يكتب في إطارها، و هي مشكلة الدراسة، حيث يتم الربط بها أثناء كتابة العناصر و تحريرها.

- لكل فصل و مبحث عنوان، و يجب أن لا تصاغ العناوين في كلمة، و إنما تكون في عبارات لها معنى، و يكون عنوان الفصل أشمل من عنوان المبحث، و عنوان المبحث أشمل من عنوان الفصل .

أنواع الدراسات في علوم الإعلام و الاتصال :

الدراسات الاستكشافية :

تعرف أيضا بالأبحاث الاستطلاعية، و هي تلك الأبحاث الأولية التي يلجأ اليها الباحث عادة لتذليل الصعوبات التي يواجهها على مستوى استكشاف الظاهر محل الدراسة، أو التعرف عليها بصورة جيدة بعد اكتشافها، و تعد الخطوة الأولى في عملية البحث لاستكشاف الظواهر غير المعروفة كليا أو جزئيا دون الذهاب على أبعد من ذلك، و هي تكون في شكل الإجابة على سؤال واحد يتناول نقطة بعينها لا غير.

و تعرف أيضا على أنها البحوث التي تهدف إلى استطلاع الظروف المحيطة بالظاهرة و التعرف على مختلف أبعاده و جوانبها، و هذا النوع من البحوث يساعد الباحث في صياغة مشكلة بحثه بشكل دقيق مما يساعد على دراستها لاحقا، و البحوث الاستكشافية الخطوة الأولى في معظم التصميمات البحثية، و في معظم الأحوال تتبعها البحوث الوصفية لبداية البحوث التي لا تتوافر حولها معلومات كافية عن مشكلة الدراسة .

و تتمثل أهمية البحوث الاستكشافية فيما يلي :

1. يلجأ الباحث إلى الدراسة الاستطلاعية عندما تكون هناك قلة في المعلومات حول الموضوع الذي ينوي الباحث دراسته، و ليس لديه من المعلومات و البيانات ما يكفي لإجراء دراسة وصفية أو سببية، و لهذا تفيده الدراسة الاستطلاعية في زيادة معرفته لموضوع البحث حتى يتسنى له دراسته بصورة أعمق فيما بعد .
2. توفر خلفية حول موضوعات الأبحاث المختلفة التي لم يسبق دراستها.
3. تساعد على وضع الفروض أو التساؤلات .
4. تحديد المفاهيم الأساسية ذات الصلة بموضوع البحث .
5. استطلاع الظروف المحيطة بالمشكلة التي ينوي الباحث دراستها .

مزايا و عيوب البحوث الاستكشافية :

أ. المزايا

تساعد الباحث على فهم طبيعة المشكلة .

التأكد من جدوى الدراسة التي ينوي القيام بها مما يترتب عنه توفير الوقت و الجهد .

التأكد من نجاعة أدوات البحث

جمع معلومات عن موضوع الدراسة و تكوين تصور أكثر دقة عن مشكلة الدراسة .

ب. العيوب

تعد أقل دقة لأن الباحث تغيب عنه الكثير من معالم البحث .

لا تحتوي على فروض و غنما مجرد تساؤلات .

عدم شموليتها و ضعف قدرتها على تزويد الباحث بنتائج معمقة، حيث يكون التعميم فيها غير ممكن .

الدراسات الوصفية :

هي طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة، و تصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها .

و تعرف البحوث الوصفية بأنها الطريقة أو مجموعة الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها من وصف الظواهر العلمية، و الظروف المحيطة بها في بيئتها، و العلاقة بينها و بين الظواهر الأخرى المؤثرة و المتأثرة بها، كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها، باستخدام أساليب و أدوات البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها .

و تعد البحوث الوصفية الأسلوب الأكثر استخداما لدراسة بعض المشكلات و الظواهر التي تتصل بالجماهير و مواقفهم و آرائهم، ووجهات نظرهم في علاقتهم بالإعلام ووسائله، حيث يصعب استخدام المنهج التجريبي أو المنهج التاريخي في دراستها، و هو أمر جعل معظم البحوث الإعلامية تقع في إطار هذه البحوث أي تعتمد الدراسات الوصفية .

تصنيفات الدراسات الوصفية :

1. **الدراسات المسحية و تشمل :**

مسح الرأي العام

تحليل المضمون

مسح جمهور وسائل الإعلام

مسح وسائل الإعلام

مسح أساليب الممارسة

2. **دراسة العلاقات المتبادلة و تشمل :**

دراسة الحالة

الدراسات السببية المقارنة: هي نموذج للبحث في العلل و الأسباب الكامنة وراء حدوث الظاهرة من خلال دراستها في واقعها الراهن، و يعكس من خلال تسمية الدراسات السببية المقارنة مقارنة الأساليب التي تتم للبحث في الأسباب من خلال المقارنة

الدراسات الارتباطية : تستخدم من خلال قياس العلاقات بين متغيرات البحث المستقلة و التابعة، و اكتشاف حقيقة العلاقة و هل هي سالبة أم موجبة، وصولا للتنبؤ بمستويات محددة من خلال الدلالة التي تظهر بشكل رقمي، حيث أنّ الترابط بين المتغيرات يتم عبر معاملات الارتباط التي تتراوح نسبتها بين 1 و −1

العلاقة الموجبة بين المتغير المستقل و التابع يعبر عنها بـ+1 أي كلما زادت قيمة المتغير المستقل تزداد قيمة المتغير التابع.

العلاقة السلبية بين المتغير المستقل و التابع يعبر عنها بـــ −1 كلما زادت قيمة المتغير المستقل تنقص قيمة المتغير التابع.

عندما لا تكون العلاقة موجودة بين المتغير المستقل و التابع يتم التعبير عنها بقيمة 0 الصفر أي علاقة معدومة.

و عليه نستنتج أنّ دور الدراسات الارتباطية في المنهج الوصفي يقتصر على قياس وتحديد قيمة العلاقة فحسب و لا يمكن الاعتماد عليه في التعرف على الأسباب .

3. **الدراسات التطورية :** تركز البحوث التطورية ليس فقط على مجرد وصف الوضع الحالي للظواهر، و العلاقة بينها فحسب، إنما أيضا وصف التغيرات التي تحدث في الظاهرة خلال فترة زمنية و نتيجة لمرور الزمن، و تتناول الدراسات التطورية التغيرات التي تحدث في بعض المتغيرات نتيجة لمرور الزمن، من خلال قياس الصفة أو المتغير الذي يكون موضوع الدراسة، و يهتم هذا النوع من الدراسات بتتبع الظواهر الإعلامية و السياسية و الاجتماعية و السلوكية، و تعتبر أكثر أهمية في المجال السياسي والإعلامي لأنه يتميز بالتغير المستمر و السرعة و الآنية، مثل معرفة التغيرات و التطورات التي تحدث في نوعية الجمهور المتلقي

للرسالة الإعلامية على المدى الزمني الطويل، تحديد التطورات التي حدثت في الوسائل الإعلامية نفسها من حيث الانتشار و التوزيع الجغرافي، و التقنيات و نظم الممارسة و أساليبها.

4. بحوث المقارنة

الدراسات التاريخية :

تعددت تعريفات البحوث التاريخية من قبل الباحثين و المفكرين من مختلف التخصصات الاجتماعية و الإنسانية و الإعلامية، و لقد عرفت بأنها أداة البحث في المشكلات أو الظواهر الإعلامية في بعدها التاريخي أو في سياق الوقائع و الأحداث أي وصف الماضي، ووصف الظاهرة الإعلامية و تسجيلها كما حدثت في الماضي، مثل تسجيل المؤسسات و الوسائل الإعلامية، و البارزين فيها .

كما عرفت البحوث التاريخية بأنها ذلك البحث المعني بوصف الأحداث التي وقعت في الماضي وصفا كيفيا، يتناول رصد عناصرها و تحليلها و مناقشتها و تفسيرها، و الاستناد إلى ذلك الوصف في استيعاب الواقع الحالي، و توقع اتجاهاتها المستقبلية القريبة و البعيدة .

الدراسات التجريبية :

هي محاولة لضبط كل العوامل الأساسية المؤثرة في المتغير أو المتغيرات التابعة في التجربة، ما عدا عامل واحد يتحكم فيه الباحث، و يغيره على نحو معين، بقصد تحديد و قياس تأثيره على المتغير أو المتغيرات التابعة .

أنواع المناهج في الدراسات الإعلامية :

ترتبط أنواع المناهج في الدراسات الإعلامية بأنواع الدراسات، التي تشكل المجال الذي يحدد المنهج الذي يتبعه الباحث، لذلك يشترك كل من المنهج و الدراسة في كونهما الطريقة أو الأسلوب الذي يتبعه الباحث من أجل الحصول على معلومات تساعد على الإجابة على التساؤلات المطروحة و تحقيق أهداف الدراسة، و يمكن تقسيم أهم أنواع المناهج في الدراسات الإعلامية إلى ما يلي :

تعريف المنهج :

يعرف المنهج على أنه الطريقة التي يتعين على الباحث أن يلتزم بها باتباع مجموعة من القواعد العامة في البحث العلمي يسترشد بها في سبيل الوصول إلى الحلول الملائمة لمشكلة البحث، و يعرف أيضا على أنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من خلال العناصر المكونة لها، و العلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي و ضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع البيانات و المعلومات المحققة لذلك .

المنهج المسحي:

يعتبر المسح من المناهج الرئيسية المستخدمة في إعداد البحوث الوصفية، و هو من أكثر المناهج استخدام في الدراسات الإعلامية، و تتم الدراسات المسحية من خلال جمع البيانات و المعلومات عن الظاهرة المبحوثة كما هي في الواقع ، من أجل التعرف على طبيعة وواقع هذه الظاهرة و معرفة جوانب القوة و الضعف فيها من أجل التوصل إلى تصور قد يقود إلى إحداث تغيير جزئي أو جذري عن الظاهرة موضع البحث.

كما يعرف المسح بأنه توضيح الطبيعة الحقيقية للأشياء أو المشكلات أو الأوضاع الاجتماعية ، و تحليل تلك الأوضاع للوقوف على الظروف المحيطة بها أو الأسباب الدافعة إلى ظهورها ، فالمسح ينصب على دراسات موجودة بالفعل وقت إجراء الدراسة و في مكان معين وزمان معين.

أنواع المسوح:

بناء على المجال العام:

المسح الشامل : لكل مفردات مجتمع البحث و يؤدب إلى معرفة يقينية و يتطلب جهدا ووقتا.

المسح بالعينة : يتم لبعض مفردات مجتمع البحث، وتعمم نتائج هذا على باقي مفردات المجتمع.

المسوحات التي تقوم بناء على مجال الدراسة وهي:

المسح العام : ويتناول القضايا أو المشكلات الإعلامية المختلفة في آن واحد.

المسح الخاص : ويتناول جانبا معينا من القضايا كالعلاقة بين التعليم و الإعلام .

المنهج الوصفي : هو طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وصفا دقيقا و تصويرها كميا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة و تصنيفها و تحليلها، و اخضاعها للدراسة الدقيقة.

و المنهج الوصفي مرتبط منذ نشأته بدراسة المشكلات المتعلقة بالمجالات الإنسانية، و مزال الأكثر استخداما فيها، و ذلك نظرا لصعوبة استخدام الأسلوب التجريبي في المجالات الإنسانية و الاجتماعية.

المنهج التاريخي : هو طريقة الوصول إلى المبادئ المتصلة بأحداث التاريخ الماضية، و تحليل الحقائق المتعلقة بالمشكلات الإنسانية و القوى الاجتماعية التي شكلت الحاضر، ذلك لأننا كثيرا ما يصعب علينا فهم حاضر بعض الظواهر دون الرجوع إلى ماضيها، و باختصار فإنّ هذا المنهج يعنى باسترداد الحدث التاريخي من الماضي، و بعثه حيا من جديد .

مصادر البحوث التاريخية:

1.المصادر الأولية : و هي المصادر التي يستقي الباحث منها المعلومات مباشرة سواء عن طريق الملاحظة أو الاطلاع أو المقابلة و من أنواعها: الآثار ،الوثائق، السجلات الشفهية، السجلات المكتوبة، السجلات المصورة ،السجلات الصوتية.

2.المصادر الثانوية : و يعنى بها ما نقل عن المصادر الأولية، وقد أطلق على هذا النوع من المصادر لفظ ثانوي لأنّ كاتبها قد أعده بعيدا عن الملاحظة المباشر، أو الرواية الأصلية، و غالبا و تكتب عن شخص حضر الواقعة نفسها، و في البحوث عموما يفضل المصادر الأولية لأن احتمال الخطأ في المصدر الثانوي أكثر.

3 .المصادر الميدانية : حيث يقوم الباحث بالاطلاع عليها مباشرة، و من أمثلة ذلك الصحف، روايات شهود العيان للأحداث التاريخية،، المذكرات و المراسلات و السير و التراجم الخاصة، الدراسات و المؤلفات و الكتب في مختلف المجالات.

4 .مصادر التاريخ: مثل المخلفات الأثرية، كالأدوات، و التحف، و الكتب المقدسة و غيرها.

خطوات البحث التاريخي :

-تحديد مشكلة البحث.

-جمع المعلومات التاريخية، من مصادرها المختلفة.

-نقد مصادر البيانات، حيث هناك نوعين من النقد، النقد الداخلي، و النقد الخارجي.

-التأكد من المعلومات التاريخية.

-صياغة الفروض.

-تحليل المعلومات التاريخية.

منهج دراسة الحالة : هو إحدى أساليب البحوث لدراسة و فهم ظاهرة محددة، كما اعتبرت دراسة الحالة دراسة تطبيقية تعتمد على العديد من المصادر و الأدلة لدراسة الظاهرة في حالتها الطبيعية، التي تتواجد فيها دون عزلها عن الواقع الاجتماعي، و عرفت دراسة الحالة بأنها البحث الإمبريقي الذي يستخدم مصادر متعددة من المعلومات لرصد ظاهرة معاصرة داخل سياقها الطبيعي، حيث لا يمكن الفصل بين الظاهرة و السياق المحيط بها، و تشمل دراسة الحالة دراسة حالة فردية، أو حالات جماعية متعددة .

المنهج التجريبي :هو تلك الطريقة العلمية التي تعتمد على التجربة للوصول إلى معرفة يقينية بشأن الظاهرة محل الدراسة و التحليل، بمعنى أنّ التجربة هي الأساس بالنسبة لهذا المنهج في تفسير قضايا معينة، و يقول أحمد عياد أنه المنهج الذي تتطلع إليه جميع العلوم، و ذلك على اعتبار أنه المنهج الذي سارت عليه علوم الطبيعة حتى حققت هذا التقدم الذي هي عليه اليوم.

وقد كان علماء الطبيعة السباقين لاستعمال هذا المنهج، و ذلك منذ بدايات القرن الثامن عشر، قبل أن يدخل في دراسة الأحياء و في الطب التجريبي، و قد كان الطبيب الفرنسي المختص في علم وظائف الأعضاء أول من شرح

هذا المنهج و استعمالاته في الطب، و ذلك في كتاب بعنوان المدخل إلى الطب التجريبي، و من الطب انتقل إلى العلوم الإنسانية و الاجتماعية حيث ظهر أول مخبر علمي في علم النفس بألمانيا سنة 1879 .

و يقوم المنهج التجريبي أساسا على التجارب باختبار العلاقات بين متغيرات الظاهرة الواحدة، و يهدف هذا المنهج العلمي إلى إقامة العلاقة التي تربط 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، هذه العملية تسمح بدراسة آثار المتغير المستقل في المتغير الذي يتلقى تأثيره، والمسمى بالمتغير التابع .

مثال: يمكننا بث موسيقى هادئة في المدرج أثناء المحاضرة لدراسة تأثيراتها على استيعاب محتوى المحاضرة. أو تغيير أسلوب التعليم بإدخال بعض تكنولوجيات الاتصال.

خطوات المنهج التجريبي:

1. التعرف على مشكلة البحث وتحديد معالمها.
2. صياغة الفرضية أو الفرضيات واستنباط ما يترتب عنها .
3. وضع تصميم تجريبي: اختيار العينة، تصنيف المفحوصين في مجموعات متجانسة، تحديد العوامل العير متجانسة وضبطها، تحديد الوسائل والمتطلبات الخاصة بقياس نتائج التجربة والتأكد من صحتها، القيام باختبارات أولية استطلاعية بغية استكمال النواقص والقصور الموجودة في الوسائل والمتطلبات أو في التصميم التجريبي .
4. القيام بالتجربة المطلوبة .
5. تنظيم البيانات وتحديدها بشكل يؤدي إلى تقدير جيد وغير متحيز .
6. تطبيق اختبار دلالة مناسب لتحديد مدى الثقة في نتائج التجربة والدراسة .

لكن لابد من الإشارة إن احترام الخطوات السالفة الذكر غير كاف لوحده لأن الدراسات التجريبية يتوقف نجاحها، كما يقول أحمد بن مرسلي، "إلى حد كبير على كفاءة الباحث وقدرته على التحكم السليم في متغيرات دراسته، من خلال التحكم في تأثير العوامل المتداخلة في الظواهر المبحوثة، حتى يتسنى له قياس التأثير الذي يحدثه المتغير التجريبي محل القياس.

المنهج المقارن : هو أحد مناهج البحث العلمي التي تقوم على اجرا مقارنات بين الظواهر التي يدرسها الباحث، من خلال تحديد أوجه التشابه و أوجه الاختلاف بينها

المنهج الإثنوغرافي في الدراسات الإعلامية

تعريف الإثنوغرافيا:

هي وصف تحليلي للمشاهد الاجتماعية، للأفراد و الجماعات، يعيد بناء مشاعرهم المشتركة و معتقداتهم و ممارستهم، و المعرفة لديهم، كما أنها دراسة الاستراتيجيات التفاعلية في الحياة الإنسانية، فاستراتيجيات جمع البيانات تؤدي للحصول على تصورات الناس و معتقداتهم، و سلوكياتهم في بيئات اجتماعية.

و الإثنوغرافيا كانت العملية التي يقضي فيها الباحثون وقتا طويلا يعايشون مع ، و يلاحظون الثقافات الأخرى في بيئة طبيعية.

و يوصف البحث الاثنوغرافي بأنه بحث تفاعلي، يتطلب وقتا طويلا للملاحظة، و المقابلة، و تسجيل العمليات، كما نحدث بشكلها، و في موقعها الطبيعية، و يركز البحث على وصف السياق دون محاولة من الباحث فرض نظامه أو معتقداته على المواقف البحثية، بمعنى أنّ البحث الأثنوغرافي، يأخذ منحى ظواهري نوعي، و بمعنى آخر يقوم على فلسفة ظواهراتية فيما يخص السلوك الإنساني، و هو يتميز بمجموعة من الخصائص للتعامل مع الظاهرة هي:

-جمع الأدلة العلمية مباشرة من الميدان، و بنفسه، عن طريق مشاركة حياة الأفراد و الأحداث و المواقف في سياقها الطبيعي، كما يجري الباحث مقابلات رسمية، و غير رسمية مع أفراد المجتمع الذي يدرسونه.

-يوثق الباحث وجهات نظر المشاركين في الدراسة، و ذلك من خلال معايشتهم ، و حوارهم المستمر مع المشاركين.

يجمع الباحث معلومات كثيرة باستخدام أساليب متعددة، و يتم تحليل هذه البيانات بطرق التحليل النوعي.

المنهج الإثنوغرافي في الدراسات الإعلامية:

يشير بيرغ إلى الدراسة التقليدية للثقافات برمتها على أنها الإثنوغرافيا الكبرى ماكرو اثنوغرافي و إلى دراسة وحدات التحليل الأصغر بأنها الإثنوغرافيا الصغرى الجزائرية، و هذه المقاربة الأخيرة الأكثر استخداما من قبل الباحثين في وسائل الإعلام.

و جمع الباحثون الإثنوغرافيا في فئتين الوصفية و النقدية، حيث تعد الوصفية الأسلوب الأكثر تقليدية، و في المقابل تستخدم الإثنوغرافيا النقدية النماذج النقدية ، فهي تختبر عوامل القوة و السيطرة، كما تحاول كشف الأجندات المخفية .

أدوات جمع البيانات في الدراسات الإعلامية :

الملاحظة العلمية :

تعد الملاحظة من أهم أدوات جمع البيانات في الدراسات الإعلامية و تستخدم في الدراسات الكمية و الكيفية و تعرف على أنها الوسيلة التي تحاول التحقق من السلوك الظاهري للأشخاص، و عن طريقها يتمكن الباحث من دراسة الظروف المحيطة بالمبحوثين، و ملاحظة سلوكيات المبحوثين و تفاعلاتهم و علاقاتهم و أنماط معيشتهم و أساليبها .

و تنقسم الملاحظة العلمية إلى عدة أنواع منها الملاحظة بالمشاركة، و ملاحظة بغير المشاركة، و تعد أداة أساسية في الدراسات الكيفية لأنها تهتم برصد العديد من البيانات التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق أدوات أخرى، خاصة و أنها تهتم بالواقع و السلوك الطبيعي للمبحوث في تفاعلاته و علاقته و يتبع الباحث المراحل الآتية أثناء إجراء الملاحظة كأداة علمية لجمع البيانات:

- تحديد موضوع البحث و مشكلته.
- تحديد نوع الملاحظة المناسبة لطبيعة البحث و الهدف الذي يسعى إلى الوصول إليه من
- خلالها.
- تحديد الأشخاص الذين يخضعون للملاحظة، إضافة إلى تحديد المجالات و النشاطات المعنية بالملاحظة مع ضرورة الاختيار الجيد وفق ما يفيد موضوع الدراسة.
- تحديد الفترة الزمنية التي تتطلبها الملاحظة، مع مراعاة المدة الزمنية المخصصة للبحث.
- تسجيل البيانات التي يتم ملاحظتها أولا بأول حيث يجب أن تكون للباحث القدرة على استيعاب المعلومات و تنظيمها ، و التأكد من صحتها و دقتها.

المقابلة:

ما يجب الإشارة إليه هو أنّ المقابلة تستخدم كأداة لجمع البيانات في البحث الكمي كما تستخدم أيضا في البحث الكيفي، و هذه الاستخدام تتحكم فيه طبيعة مشكلة البحث و تساؤلاتها و أهدافها، وعليه يمكن للباحث أن يستخدم المقابلة كأداة في البحث الكمي انطلاقا من الخصائص التي يتميز بها هذا النوع من البحوث من حيث اعتماده على الأرقام و الإحصائيات، واتصافها بخصائص البحث الكمي بشكل عام و تعتمد المقابلة أيضا كأداة من أدوات جمع البيانات في البحوث الكيفية، لذلك فهي تشترك في سماتها و خصائصها في البحوث الكمية و الكيفية معا، فهي تقوم على مبادئ و خطوات مشتركة، تختلف فقط انطلاقا من خصائص كل نوع من البحوث .

تعريف المقابلة :

المقابلة في البحث العلمي هي ذلك اللقاء المباشر الذي يجري بين الباحث و المبحوث الواحد أو أكثر من ذلك في شكل مناقشة حول موضوع معين ، قصد الحصول على حقائق معينة أو آراء و مواقف محددة، و هي تختلف عن المقابلة العرضية، وتتحدد فيها نوعية و كمية المعلومات بناء على أهداف البحث و موضوعه، فقد تكون في صورة حقائق، أو معتقدات، أو آراء أو اتجاهات أو مواقف، أو دوافع و أسباب، أو سلوكيات، أو قيم أو معايير سلوكية، أو أحداثا ماضية بناء على ما يتذكره الذين تتم مقابلتهم.

و المقابلة عادة ما تكون مقننة في الدراسات الكمية و لا تكون كذلك في الدراسات الكيفية و تتطلب وقتا طويلا في البحوث الكيفية مقارنة بالبحوث الكمية.

أنواع المقابلات :

تصنف المقابلات من حيث أسلوبها وظائفها و جمهورها إلى:

حسب الأسلوب : مقابلة مقننة و غير مقننة : فالمقابلة المقننة هي التي تعد فيها الأسئلة قبل إجراء المقابلة بطريقة محددة و متقنة، أما غير المقننة فهي المقابلات التي تتم بطريقة أكثر دقة و تمحيصا، و لكن بدون إعداد مسبق للأسئلة، و تترك فيها الحرية للمبحوث للإدلاء بآرائه وانطباعاته وأفكاره.

حسب المدة الزمنية : مقابلة قصيرة لا تتعدى مدتها 15 دقيقة و مقابلة طوية تستغرق وقتا أطول.

مقابلة تعد لمرة واحدة ، تجرى لمرة واحدة، و مقابلات متكررة يتردد فيها الباحث على المبحوث عدة مرات ليتعرف على وجهة نظره و مدى التغيير فيها.

حسب الجمهور المستهدف : هناك مقابلة فردية ، و هناك مقابلة جماعية

حسب الهدف : هناك مقابلة تهدف للتعرف على المشكلة مثل تلك التي تجرى في البحوث الاستكشافية عندما لا يملك الباحث المعلومات الكافية عن موضوع الدراسة ، و هناك مقابلة للتعرف على الفروض ، حيث يتم عن طريقها تحديد فروض المشكلة ، و الحصول على البيانات و التفسيرات المناسبة، و مقابلات بؤرية يقوم من خلالها الباحث بتحليل موقف معين، ودراسة جوانبه المختلفة.

خطوات إجراء المقابلة :

1. القيام بالدراسة الاستطلاعية للتعرف على طبيعة المجتمع المدروس و القدرة على إجراء الدراسة و الوصول إلى مفرداته.
2. تحديد الإشكالية و معها تحديد أهداف الدراسة و أسباب القيام بها.
3. تحديد المنهج المتبع.
4. تحديد طبيعة الدراسة كيفية أو كمية أم الاثنين معا.
5. تحديد التقنية أو التقنيات المستخدمة، و تبرير ذلك الاختيار، و هنا يتم تحديد نوع المقابلة، وتبرير أهميتها و ارتباطها بمشكلة الدراسة و الهدف منها، وتبيان إن كانت ستستخدم كتقنية أساسية أو ثانوية في الدراسة.
6. تحديد المحاور الأساسية لإجراء المقابلة من خلال وضع المخطط العام للأسئلة الواجب طرحها أثناء مواجهة المبحوث.
7. تحديد المجتمع المستهدف بالبحث، طبيعة العينة، و أيضا تحديد حجم العينة، وفقا لطبيعة المعلومات التي يريدها الباحث.
8. تحديد الزمن و المكان ، و بالتالي لا تخضع المقابلة للصدفة.
9. تحليل و تفسير المعلومات المجمعة من خلال المقابلة، باختيار طريقة التحليل التي يراها مناسبة وفقا لما يتناسب و طبيعة الدراسة.

و من الشروط الأساسية لنجاح المقابلة هو الدراسة الجيدة للمجتمع المبحوث للتعرف بكيفية معمقة على الجوانب الثقافية و الاجتماعية و السياسية للمبحوثين ، مما يساعد على تحديد طريقة التعامل الواجب اعتمادها أثناء المقابلة، إضافة إلى جعل الطرف الآخر يشهر بالراحة و الاطمئنان و الثقة في الباحث

مزايا و عيوب المقابلات:

أ. المزايا:

– توفر الفرصة للتحقق من صحة المعلومات و البيانات.

–يمكن تطبيق المقابلة على جميع الأفراد المتعلمين و الأميين.

–لها القدرة على خلق التفاعل بين المبحوث و الباحث أكثر من غيرها، كما تعطي فرصة لرجع الصدى.

–تعطي الفرصة لتوضيح الإجابات إذا كانت غامضة.

ب. العيوب:

–تعد تكلفة إجراء المقابلة عالية، مقارنة بالاستبيان، لأن ذلك يتطلب من الباحثين التنقل و هذا يحتاج تكلفة ووقتا، و تزيد مستوى التكاليف أو تنقص حسب حجم العينة و الانتشار الجغرافي لمفرداتها.

–عدم تماثل طريقة طرح الأسئلة حيث يستخدم الباحث أكثر من صياغة مما يؤثر على الإجابات.

–تعذر إجراء المقابلة مع بعض الشخصيات المهمة، أو شخصيات خطيرة مما يؤثر على حياة الباحث.

–وجود تحيز من طرف الباحث أو المبحوث.

– قلة الوقت مما لا يدع مجالا للتفكير من قبل المبحوث ؟

الاستبيان:

يعد الاستبيان أداة أساسية من أدوات جمع البيانات التي يتطلبها البحث الميداني في العلوم الاجتماعية و الإعلامية، و هي تستخدم لجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة، و هي تستخدم بكفاءة أكثر في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عليه الظاهرة في الواقع، و يمكن القول أن

الاستبيان يستخدم عادة في البحوث التي تتطلب جمع بيانات كثيرة عن الظاهرة أو المشكلة موضوع البحث.

و حتى يحقق الاستبيان الهدف المرجو منه لا بد أن تكون أسئلته ذات مواصفات خاصة، بحيث تكون هذه الأسئلة معبرة بحق عن الموضوع المبحوث، و تتيح من ناحية أخرى أجوبة يمكن التعامل معها في بعد و يرى علماء المنهجية أنّ الإجابة الواضحة القابلة للتحليل أو التعامل العلمي، إنما ترتبط بالدرجة الأولى بمدى ضبط الأسئلة المتضمنة في الاستبيان من حيث الشكل و المحتوى.

خطوات تصميم الاستبيان:

1. التفكير في أسئلة البحث و مضمونها انطلاقا من تحديد مشكلة الدراسة و تساؤلاتها، حيث يتم تحويل التساؤلات إلى محاور، تتضمن مجموعة من الأسئلة الهدف منها الحصول على بيانات و معلومات و حقائق تجيب عن تساؤلات الدراسة أو تختبر الفرضيات .

2. الصياغة الميدانية لأسئلة الاستبيان، حيث تتكون هذه الأسئلة من أسئلة مغلقة، أسئلة مفتوحة، أسئلة متعددة الاختيارات.

3. إعداد الاستبيان في صورته المبدئية، حيث تتم عملية وضع الأسئلة و ترتيبها مع مناقشة مدى ملاءمة صياغتها للأسلوب الذي يفهمه المبحوثون .

4. عرض أسئلة الاستبيان على المحكمين لإبداء رأيهم حول مضمونه – على أساس خبرتهم – و مدى مطابقة الأسئلة للمحاور المستنبطة من تساؤلات الدراسة، ثم القيام بتعديله وفقا لملاحظاتهم، و أفكارهم.

5. إجراء تطبيق أولي للاستبيان (استبيان تجريبي)، و من خلال إجابات المبحوثين نقوم بإجراء تعديل على الأسئلة، و ذلك بالحذف و الإضافة و إعادة صياغة بعض الأسئلة بطريقة أخرى أوضح.

6. صياغة الاستبيان في شكله النهائي و توزيعه.

الاعتبارات التي يجب مراعاتها عند صياغة أسئلة الاستبيان :

1. أن لا تكون الأسئلة في الاستبيان كثيرة بحيث يمل المبحوث من الإجابة على ما فيها بإتقان، كما يجب أن لا تكون قصيرة لا تكفي لجمع البيانات اللازمة.

2. أن تكون في عبارات سهلة وواضحة.

3. أن لا تتطلب الأسئلة إجابات طويلة أو تشتمل على عبارات تستدعي تفكيرا عميقا أو تستلزم عمليات حسابية معقدة، أو يكون فيها ما يوحي بإجابة معينة، و أفضل الأسئلة ما كانت الإجابة عليه بأقل عدد ممكن من الكلمات.

4. تجنب الأسئلة التي تثير غضب المبحوث أو تدعو إلى اشمئزازه أو تحرجه.

5. من الأفضل أن يحتوي الاستبيان على بعض الأسئلة مكررة بصيغ مختلفة و في مواضيع متباعدة، بحيث لا يكتشف المبحوث هذا التكرار، و يكون الغرض من ذلك التأكد من عدم وضع بيانات خاطئة عمدا أو سهوا في الإجابة على بعض الأسئلة، و تهيئة الفرصة لمراجعة الإجابات لزيادة الدقة.

6. ترتيب الأسئلة و يراعى في ترتيب الأسئلة تتابعها و تسلسلها منطقيا حتى يتيسر للمبحوثين الإجابة عليها، حيث أنّ هذا الترتيب يسهل تسلسل الأفكار لدى المبحوث.

أقسام الاستبيان:

ينقسم الاستبيان إلى ثلاثة أقسام:

القسم الأول : و يضم الجهة القائمة على البحث أي الجامعة أو المؤسسة، و يتمثل عادة في الواجهة.

القسم الثاني : و يتضمن الأسئلة الموجهة للمبحوث.

القسم الثالث: و يشمل صفات العينة، و هي بيانات تعريفية لأفراد العينة، و تشما عادة، السن، المستوى التعليمي، الحالة الاقتصادية و غيرها، و ما يجب الإشارة إليه، هو أنّ هذه الصفات ليست ثابتة و إنما ترتبط بمشكلة البحث و أهداف الدراسة، حيث يختار الباحث الصفات التي يعتقد أنها تفيده في موضوع البحث، لذلك لا يجب وضعها بشكل عشوائي.

أداة تحليل المضمون :

يعد تحليل المضمون أداة من أدوات جمع البيانات، و هو أسلوب بحث لوضع وصف موضوعي، كمي، منتظم ظاهر للمضمون، و إذا ما أردنا أنفصل في هذا التعريف لفهم المقصود بتحليل المضمون و خصائصه، فيمكن القول أنّ:

موضوعي يقصد به استبعاد استعمال مصطلحات التقييم، لأنّ هذه المصطلحات نسبية و شخصية و معناها يتغير مع الوقت، و نميز فيه أيضا بين تحليل المضمون العلمي، و التحليل العادي الذي نجريه كل يوم عند متابعة وسائل الإعلام.

أما **الكمي** فيقصد به التعبير عن نتائج التحليل بشكل رقمي أي إخضاع النصوص إلى القياس و الصيغة الرياضية.

و **المنتظم** يقصد به أنّ اختيار المضمون موضوع التحليل يجب أن يكون على أساس خطة سابقة الإعداد لا يشوبها أي تحيز.

و **الظاهر** يقصد به أنّ تحليل المضمون يتميز بالبساطة و المباشرة، لأنه يقوم على قراءة السطور و ليس ما بين السطور.

فئات تحليل المضمون:

أ. **فئات الموضوع** : و هي تجيب على السؤال ماذا قيل؟

و تعتبر أكثر الفئات انتشارا، إذ تجيب على السؤال الآتي: على أي أساس تؤسس مادة التحليل و هي تعمل على تجزئة مادة التحليل إلى أجزاء أي فئات، و تشمل الفئات الآتية :

فئة الموضوع و مؤشراتها : و تقوم هذه الفئة على تجزئة المادة الإعلامية محل الدراسة إلى مواضيع فرعية، من أجل التعرف على زواية المعالجة التي يتم التركيز عليها في حدث معين، أو قضية، ففي دراسة مثلا حول المعالجة الإعلامية لجائحة كورونا، يتم تقسيم الموضوع إلى فئات مثل فئة حول تعزيز إجراءات الوقاية من الجائحة، ووضع مؤشرات لها مثل، التعقيم، الالتزام بالحجر و غيرها و يمكن أن نضع فئات أخرى مثل إحصائيات الجائحة و غيرها .

فئة الاتجاه : تهدف هذه الفئة إلى التكفل بمعرفة اتجاه صاحب النص، من تأييد، و معارضة و حياد.

فئة القيم : و هي معرفة القيم التي يريد صاحب النص نشرها، مثل قيم إنسانية، دينية، عنصرية.

فئة مصدر المعلومات : تستخدم هذه الفئة للكشف عن الشخص أو الجهة مصدر المعلومات، مثل وكالات الأنباء المراسلين، وسائل الإعلام الأخرى، هيئة التحرير و غيرها.

فئة الجمهور المستهدف: إنّ صاحب البرنامج أو صاحب المادة الإعلامية يهدف إلى التأثير على جماعة معينة و بالتالي من خلال هذه الفئة نستطيع الكشف عن نوع الجمهور المستهدف، الذي قد يكون شباب، رجال، نساء أطفال.

و ما يجب الإشارة إليه أنه توجد العديد من الفئات، كفئة الفاعل مثلا، و يختار منها الباحث ما يناسب طبيعة موضوع بحث.

فئات الشكل: و هي تجيب على السؤال كيف قيل؟

و هي تهتم بالصيغة التي جاءت بها المادة الإعلامية، و تشمل الفئات الآتية:

فئة شكل المادة الإعلامية : تستخدم هذه الفئة للتفرقة بين الأشكال و الأنماط الإعلامية المختلفة، التي تستخدمها المادة الإعلامية، حيث أنّ الموضوع الذي نقوم بدراسته يمكن أن يكون في قالب من القوالب الإعلامية المتنوعة.

فئة اللغة المستخدمة : و تحدد هذه الفئة طبيعة اللغة المستخدمة من حيث : المستوى، و التخصص، فهناك مثلا لغة متخصصة و أخرى عادية تخاطب كل الناس.

فئة المساحة و الزمن : تشمل هذه الفئة الحجم المخصص للمادة الإعلامية محل التحليل، سواء كانت في النصوص المطبوعة، أو في المواد السمعية البصرية .

وحدات التحليل:

هناك خمسة وحدات أساسية للتحليل و هي:

وحدة الكلمة: و هي أصغر وحدة من الوحدات المستعملة، و تتضمن الكلمة ومكوناتها أي كل الجمل المترادفة كما يطلق عليها لاسويل الرمز و المصطلح، وتكمن صعوبة وحدة تحليل الكلمة في حالة تعبيرها عن رمز أو في حالة الكشف عن المفاهيم المجردة مثل الديموقراطية وغيرها، و قد تم التخلي عن هذه الوحدة لأنّ الكاتب يمكن أن يستعمل كلمات أخرى لها نفس المعاني.

وحدة الفكرة: و تعالج الوحدة السابقة وهي أساس قياس المحتوى، و يعتمد استخراج الفكرة على القراءة الدقيقة و المتعمقة للفقرات و النص.

وحدة الشخصية : إنّ النظرة الحديثة للاتصال هي أنّ الرسالة ليست ملكا للمرسل بل للمستقبل الحق في تأويل و فهم الرسالة كما يشاء، و بالتالي بعد قراءة النص جيدا أو مشاهدته نستخلص شخصية الأبطال و ليست شخصية المؤلف من خلال السلوكات، و تستخدم هذه الوحدة بصفة خاصة في الأفلام و الروايات.

وحدة الزمن و المساحة : شق من هذه الوحدة يقاس بالمساحة و نجدها في النصوص المكتوبة، حيث تتحدد أهمية الموضوع بالمساحة المخصصة له، و الشق الثاني نجده في الوسائل المسموعة و المرئية و تتحدد أهمية الموضوع بالمدة الزمنية المخصصة .

العينات في الدراسات الإعلامية

مفهوم مجتمع البحث : هو جميع المفردات التي يدرسها الباحث سواء كانت مفردات بشرية أو موادا إعلامية.

مفهوم العينة : هي مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة، و اجراء الدراسة عليها و من ثم استخدام تلك النتائج و تعميميها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي، فالعينة تمثل جزءا من مجتمع الدراسة من حيث الخصائص و الصفات، و يحقق أسلوب استخدام العينة عدة مزايا منها توفير الوقت و الجهد، و التكلفة المنخفضة، و الحصول على معلومات متنوعة .

أنواع العينات :

1. **العينات الاحتمالية :**

هي العينات التي يتم اختيار مفرداتها وفقا لمعايير حسابية، بحيث تعطى فرصة متساوية لكل مفردة من مفردات مجتمع الدراسة في الظهور في العينة، و يشترط هذا النوع من العينات أن يكون مجتمع الدراسة معروف و محدد لدى الباحث، و تنقسم العينات الاحتمالية إلى الأنواع الآتية :

- العينة العشوائية البسيطة .
- العينة العشوائية المنتظمة
- العينة العشوائية الطبقية

2. **العينات غير الاحتمالية :**

هي العينات التي لا يتم اختيار مفرداتها وفقا لمعايير حسابية، و إنما تتم وفقا لأسس و تقديرات معينة يضعها الباحث، و يكون مجتمع البحث فيها غير معروف، و غير محدد العدد، حيث أنه من عيوب هذا النوع من العينات أنها لا تتيح فرصا متساوية لجميع مفردات مجتمع البحث في الظهور، إضافة إلى عدم إمكانية تعميم النتائج التي استخلصها الباحث من هذا النوع من العينات على مجتمعات البحث الأصلية لأنها لا تمثلها تمثيلا دقيقا، و تضم عدة أنواع منها :

- العينة العارضة

- العينة القصدية أو العمدية
- العينة الحصصية
- عينة كرة الثلج
- العينة المتاحة

عنوان المحاضرة : تفريغ البيانات و تحليلها و تفسيرها

بعد استرجاع استمارات الاستبيان يقوم الباحث بالعمليات الآتية:

1. مراجعة الاستمارة للتأكد من أنّ جميع الأسئلة قد أجيب عنها إجابات واضحة من حيث الكتابة و المعنى، و مناسبة الإجابة للسؤال .

2. الترقيم، حيث يقوم الباحث بعد ذلك بترقيم استمارة الاستبيان بأرقام متسلسلة، بحيث يصبح الترقيم هو المميز لكل حالة من حالات البحث.

3. الترميز : حيث يتم تحويل الكلمات إلى أرقان مثل نعم : 1، لا : 0.

4. تفريغ البيانات: و تستخدم لتفريغ البيانات إحدى الطريقتين، الطريقة اليدوية أو الطريقة الآلية من خلال برامج التحليل الإحصائيSPSS ، حيث تستعمل هاه الطريقة عندما يكون عدد الاستمارات كبير و ليس لدى الباحث متسع من الوقت.

و تفريغ البيانات يكون في جداول بسيطة، و جداول مركبة.

5. عرض البيانات : حيث يتم عرض البيانات بثلاث طرق رئيسية و هي:

- العرض الجدولي من خلال الجداول.
- العرض البياني من خلال منحنيات بيانية.
- العرض التصويري و يتم من خلال أعمدة و دوائر نسبية.

6. التحليل و التفسير: و يقصد به أيضا القراءة السوسيولوجية من خلال إعطاء الدلالة الاجتماعية للأرقام، و يقوم التحليل على البناء المنطقي الذي تحتل فيه الأرقام و الحقائق أماكنها المناسبة، و يقوم التفسير على الكشف عن العوامل المؤثرة في الظاهرة المدروسة و العلاقات التي تربط بينها و بين غيرها من الظواهر، و دون التفسير تصبح الحقائق التي توصل إليها الباحث لا جدوى منها، لأن البحث العلمي لا يقف على مجرد جمع الحقائق و تحليلها بل ينبغي أن يتعدى ذلك إلى تفسير هذه الحقائق و تعميمها، و ذلك في إطار ما توصل إليه الباحث من نتائج و يجب أن لا يتجاوز هذا التعميم حده و مداه، و عملية التفسير تكون مرتبطة بمشكلة البحث و يجب أن يضع الباحث في التفسير الاعتبارات الآتية:

-الحقائق و الأرقام في حد ذاتها لا تعطي أي معنى علمي.

-تقديم كل الملاحظات و الأحكام التي صادفته أثناء البحث .

و ما يجب الإشارة إليه هو أنّ تفريغ البيانات الخاصة بتحليل المضمون يتم أيضا وفقا لجداول يعدها الباحث انطلاقا من خصوصية هذه الأداة، و يقوم تفريغ البيانات الخاصة بتحليل المضمون على التحليل الكمي و الكيفي الذي يعد مرحلة ملازمة للجداول و أساسية في تحليل المضمون .

بعد عملية تفريغ البيانات و اعداد الجداول و التعليق عليها يقوم الباحث بصياغة النتائج التي عادة ما تتم في ضوء تساؤلات البحث و فرضياته.

خاتمة البحث :

الخاتمة هي حصيلة الدراسة كلها، و تأتي مركزة و شاملة لكافة مراحل البحث، و تتضمن أهم ما عالجه الباحث في موضوع بحثه، أي نوع من استعادة الأفكار الجوهرية المقدمة من قبل الباحث، و ذلك من خلال الإشارة إلى الأفكار الأساسية المستنبطة من البحث و ابراز الجديد المبتكر فيه، و طرح تساؤلات تفتح الأبواب لأبحاث جديدة في المستقبل، و عادة ما تشمل خاتمة أي بحث ثلاثة أجزاء:

- التذكير بالخطوط العريضة المتبعة في البحث.
- إلزامية تقديم عرض مفصل حول الإسهامات العلمية التي تمت إضافتها من قبل الباحث من خلال النتائج المتوصل إليها .
- اقتراح آفاق ووجهات النظر العلمية المختلفة .