

البحوث الإعلامية

مقدمة :

تولى المؤسسات بمختلف تخصصاتها اهتماما بأساليب البحث العلمي لما تقدمه من خطوات علمية مقننة ونتائج مفيدة تعد مفتاحا جوهريا لبناء تراكم معرفي قيم . وتشير المصادر إلى إن البحث العلمي نشأ وترعرع في ميادين العلوم التطبيقية البحتة لفترة غير قصيرة من الزمن ، ثم انتقل إلى الدراسات الإنسانية عبر بوابتي علم النفس والتربية اللذين أفادا من أسسه وضوابطه وخصوصا فيما يتعلق بدراسة وقياس ونماذج محددة من السلوك البشري بطريقة ساعدت على فهم وتفسير الكثير من الظواهر العلمية .

بعض التخصصات النظرية ظلت تعاني من غياب شخصيتها المميزة في التعامل مع منهج البحث الجديد ، واستمرت تدور في فلك (التبعية) والمنهجية التي طورها باحثو علمي النفس والتربية دون ان تطورها بما يتناسب مع طبيعة موضوعاتها . وهذه التبعية هي التي حددت بأحد المتخصصين في الاتصال بضرورة تطوير "قائمة لأدوات خاصة يمكن أقتمتها مع بحوث الاتصال "

في الوقت الذي بدأ فيه الغرب بالاهتمام بمناهج البحث ظلت المكتبة العربية بحاجة ماسة إلى المراجع الإعلامية تعتمد على دراسات إعلامية تبرز فيها هوية التخصص المرجوة

الفصل الأول : مدخل إلى البحوث الإعلامية

البحث العلمي :

ليس المصدر الوحيد لاستنباط المعرفة والوصول إليها ، فهناك المصادر قطعية الثبوت والتي توضح حقيقة الأمور ويجب التسليم بها وبصحة ما جاءت به دون قيد او شرط كالكتب السماوية والاحاديث الصحيحة وما يستند عليها من نتاج العلماء ، وما عدا ذلك فهي تظل مجرد افكار واجتهادات تصيب او تخطئ لعدم عصمة هذه المصادر من الخطأ فاصبح لزاما للبحث عن اسلوب يقلل من الاخطاء قدر الامكان ويقرب من اعطاء تفسير دقيق للظاهرة وهذا ما عرف باسم " البحث العلمي "

تذكر مراجع البحث العلمي بان قدماء الفلاسفة كانت لهم اساليب مميزة في التوصل إلى المعرفة مثلت لفترة طويلة اسلوبا من اساليب تفسير الاشياء والتعرف على خفاياها منها :

- طريقة ارسطو في دراسة الظواهر وشرحها بالاعتماد على اسلوب الاستنتاج deduction وهو استخدام العموميات للوصول إلى حكم الجزئيات والانتقال من المقدمات إلى النتائج فاذا قبل صحة المقدمات قبل صحة النتائج ومثال ذلك إن يرى احد إن وسائل الاعلام خطره على السلوك وحيث الانترنت وسيلة اعلامية فيقرر انها خطرة على السلوك . ونظرا لان هذا الاسلوب له سلبيات مثل عدم الدقة في الحكم قام احد الباحثين يدعى
- فرنسيس بيكون الذي طور اسلوبا معاكسا للاستنتاج واسماه بالاستقراء induction وهي يقوم على تتبع الجزئيات للحصول على حكم كلي وهذا النوع شائع جدا بصورة اساسية
- ونشير هنا إلى إن علماء الاسلام كانوا سباقين إلى تقنين وتطوير اساليب البحث الدقيق سبقوا بها غيرهم امثال بيكون كما فعل علماء الحديث الذين وضعوا اليه مقننة في تصنيف الحديث إلى فئات متعددة
- على الرغم من اساليب البحث قد استخدمت بشكل ملموس وجلي في السابق الا إن ه لم يظهر كعلم مستقل له اسسه وضوابطه الا في العصر الحديث . ليصبح مادة رئيسية يشترط فيها الامام بها لسبب مهم وهو لكونه مصدرا مهما من مصادر المعرفة المجردة من الراي والعاطفة .

البحث العلمي : تعريف والعناصر:

مجموعة من الخطط والاجراءات التي اتفق عليه العلماء لجمع معلومات يعتمد عليها من خلال اساليب الملاحظة المنضبطة بطريقة تؤدي إلى نتائج موضوعية يتوصل إليها بأقل الاخطاء .

- ١ - منهج علمي منظم
- ٢ - يعتمد على مجموعة من الخطط والاجراءات المتفق عليها من العلماء ويجب الالتزام بها
- ٣ - هدف البحث هو جمع المعلومات التي يعتمد عليها
- ٤ - ادوات البحث هي الملاحظة المنضبطة
- ٥ - المحصلة النهائية "الاستخدام الصحيح يؤدي لنتائج موضوعية اقل أخطاء
- ٦ - البحث لا يدعي قدرته لاعطاء نتيجة صحيحة □□٪ وانما يسهم بتقليل الاخطاء

نشأة البحث العلمي

لمعرفة اسباب نشأة البحث يجب معرفة كيفية تطور البحوث الاجتماعية والانسانية التي انسلخ منها هذا النوع من البحوث وتدرج وتطور .
فنشأة الدراسات الاجتماعية والنظرية مدينة هي الاخرى في نشأتها وتطورها إلى الاساليب البحثية المتبعة في التخصصات العلمية التطبيقية القائمة على بحث وتحليل المادة المراد دراستها . او عينة منها واعطاء نتائج يمكن تعميمها على بقية المواد .

على الرغم من وجود الفارق بين طبيعة الدراسات العلمية البحتة والدراسات النظرية التنظيرية ، حيث إن الاولى تتعامل مع مادة ذات خصائص متماثلة يمكن الوصول فيها إلى نتيجة يسهل تعميمها . بينما الثانية تتعامل مع فكر بشري ذو طبيعة متباينة ولا يمكن التنبؤ بسلوكه . ومع هذا الفارق كله الا إن الدراسات النظرية قامت بتوظيف للاساليب العلمية وجاءت بنتائج مشجعة ساهمت في بناء النظريات والافكار الموجودة في محيط التخصصات المختلفة في الدراسات الانسانية وفق منهج علمي منظم .

كان اول من استخدم هذا المنهج الجديد لاساليب البحث هم علماء النفس والاجتماع في القرن التاسع عشر ، **فهناك ارنست وبر احد علماء النفس هو اول من حاول قياس نماذج محددة من السلوك البشري في الاربعينيات من ذلك القرن ممهدا الطريق لمن تبعه في استخدام الطريقة نفسها وهذه المحاولات الاولى هي التي قادت إلى تأسيس معرفي جيد ادى في بداية القرن العشرين إلى رسم الخطوط العريضة لمعالم البحث العلمي في الدراسات الانسانية .**

في تلك المرحلة المبكرة كانت معظم طرق القياس مقصورة على نماذج محدودة من السلوكيات بسبب محدودية اساليب التحليل وبدائيتها . حيث اقتصر على اساليب الاحصاء الوصفي المعروف بضعفه . ولم يدم الامر طويلا حتى ابتكر علماء الاحصاء اسلوب يسمى الاحصاء الاستنتاجي الذي فتح للباحثين الدخول في تفصيلات اكثر ونتائج ادق ومعلومات دقيقة وقيمة مهما كان حجم الدراسة ، **ولقد كان لنجاح الدراسات النفسية والاجتماعية في توظيف اسلوب البحث العلمي لخدمتها اثر كبير في توجيه معظم الدراسات الانسانية بما فيها الاعلام .**
مناهج البحث الانساني لم تحدث لوجود عجز في الافكار وانما لتنظيمها والتحقق من صحتها . فمثلا يشير المختصون في الدراسات الاعلامية بان تخصص الاعلام في البدايات خاصة بعد اختراع الراديو والتلفزيون من القرن □□ لم يعدم الافكار او الفلسفة حول الانسان بل

كان هناك وفرة محرجة وومشتتة وكان المفكرين يقولون اشياء كثيرة ومتناقضة حول ظواهر محددة من الاعلام دون ان يكون هناك اجراء موضوعي ومنظم يوصل إلى دعم موثق لتلك الاراء والنظريات تسمى بالنتائج

اسباب الحاجة إلى البحث الاعلامي :

تنبع اهمية الحاجة لاجراء البحوث الاعلامية من اهمية وسائل الاعلام ذاتها وهذه الاهمية اوضحت مسلمة من المسلمات ويمكن ايجاز هذه الاسباب :

- ١ - اهتمام الجمهور والحكومات بتأثير وسائل الاعلام وهذا العامل ياتي في المقدمة لانه داعي إلى البحث في الموضوعات الاعلامية ، فالتأثير السلبي المتوقع من الوسائل دافع قوي إلى قلق الافراد والحكومات من استحوادها على اوقات الجمهور وبالتالي حقنهم بما تريده الوسائل. ويمكن القول إن هذا العامل اسهم في بناء نظريات الاعلام المتعددة التي تطورت تبعا لهذا الاحساس المتزايد بقدرة تلك الوسائل على التأثير ، ومما يؤكد اهتمام الحكومات هو مافعلته الحكومة الامريكية من تشكيل لجنة لدراسة تأثير الاعلام في زيادة موجة العنف في الستينات باجراء دراسات وبحوث اطلق عليها "تقرير كبير الاطباء عن التلفزيون والسلوك الجماعي " واعتبر هذا التقرير مرجعا في بحوث الاعلام ولبنة اساسية رسمت منهج يحتذى به
- ٢ - فهم انواع الاتصال ووسائله ، فرغم سهولة التعرف على هذا الحافز بشكل مجرد وسطحي إلى إن الحاجة إلى سبر اغوار العملية الاتصالية وما يحيط بها من جزئيات تظل مسألة صعبة ومعقدة مما دعا إلى حتمي وجود منهجية واضحة يعتد بها لضمان التخطيط السليم لتوظيف الاتصال بالشكل الصحيح ويحقق اهدافه ويطور من تقنياته.
- ٣ - نمو تخصص الاعلام وتعدد مجالاته بسبب العاملان السابقان الذين اديا إلى تطور ملحوظ في وسائل الاتصال والتطور في التخصص ذاته والحاجة للمزيد من المتخصصين مما قاد إلى انشاء العديد من الاقسام الاعلامية في جامعات العالم
- ٤ - حاجة المعلنين للتعرف على الجمهور المستهلك وسبل الوصول اليه وخاصة في السنوات الاخيرة بعد الاعتماد على الاعلان كدخل اساسي مما ادي إلى ضرورة الاهتمام ببحوث قياس حجم الجمهور بشكل عام وخصائصه بشكل خاص .

مناهج الدراسات الاعلامية :

- تنقسم من حيث اسلوب جمع المعلومات وتحليلها إلى

١ - المنهج الكيفي

٢ - المنهج الكمي

هذان المنهجان يمثلان مدرستين مختلفتين لهما روادهما والمختصون فيهما ، وبرغم التفاوت بينهما الا إن استفادة بع ضهما من بعض اخذه في التصاعد ، وبرغم من فائدتهما في دراسة الظواهر عبر منهج علمي متفق على اهميته الا انه من الاخطاء الشائعة إن يتبنى بعض الباحثين احد المنهجين بتعصب ممجوج يحاول فيه المناقحة عن منهجه ويبحث عن عيوب الاخر ليضع منها ضدين ، لان عملية الاختيار للمنهج المناسب للقيام باي دراسة تخضع غالبا إلى طبيعة او مشكلة الموضوع المراد دراسته. وهذا يعني إن بعض الموضوعات تكون مناسبة للكيفي مثل دراسة نشأة الصحافة في الوطن العربي وبعضها يكون مناسب للكمي كالموضوعات التي تحتاج إلى قياسات واختبارات احصائية كالعلاقة بين التعرض الجماهير للاعلان التلفزيوني ودرجة الاقبال على شراء سلعته. ويجب إن نشير هنا إن الفصل في التقسيم لا يقصد به القصر على منهج واحد في الدراسة وانما بإمكانه استخدام منهج واحد لدراسته او الجمع بين المنهجين كما يحدث في الكثير من الدراسات الاعلامية التي تستخدم الكيفي في جزء من الدراسة وخاصة الاطار النظري وتستخدم الكمي بالجزء الاخر لاجراء الجانب التطبيقي

والميداني وقد يستعين الباحث بمعلومات كيفية لشرح نتائج كمية او العكس كما هو الحال في تفسير النتائج وربطها بين الدراسات والابحاث السابقة

- المنهج الكيفي : يستخدمه الدراسات التي يتوصل إلى نتائجها من خلال الاجراءات غير الاحصائية أي التي تصف وتحلل

الظاهرة المدروسة دون عمل قياسات محددة للمتغيرات . وهذا لا يعني خلو الكيفي تماما من الارقام بل على الباحث إن يستعين بها عند الحاجة ولكن بشرط إن يعرض الارقام بشكل كيفي مثل الاشارة إلى ميزانية مؤسسة صحفية عبر سنوات تاريخ المؤسسة او باحصائية لعدد التوزيع اليومي لمطبوعات خلال فترة معينة

- يتم جمع المعلومات في الدراسات الكيفية بثلاث طرق متفاوتة هي :

١ - **المقابلة المفتوحة مع الاشخاص ذوي العلاقة وتشمل المقابلة الشخصية** لفرد او مناقشة مجموعة افراد في آن واحد كما هو الحال مع مجموعة التركيز ، وهذه الطريقة تمد الباحث باقتباسات مباشرة من اولئك الاشخاص عن تجاربهم ورائهم واحاسيسهم ومعرفتهم

٢ - **الملاحظة المباشرة** : من خلالها يحصل الباحث على وصف مفصل لانشطة الجمهور وسلوكهم وفعالهم وتفاعلاتهم او يدون معلومات تفصيلية عن طبيعة الاشياء ومظاهرها .

٣ - **الوثائق** : تزود الباحث بالاستشهادات والادلة الموجودة في المؤلفات او المطبوعات والسجلات والتقارير والمذكرات

- **الدراسات الكيفية ليست مسمى اخر للدراسات التاريخية** . لان الكيفية تنجح إلى التناول الشامل لابعاد الظاهرة المدروسة بأسلوب تحليل متعمق وليس إلى رصد تاريخي فقط . وبهذا تجد الوصف ميزة للبحوث الكيفية ولكن درجة تطبيقها تظل مسئولية حرجة يجب التعامل معها بكل حساسية علمية لان الباحث في الاسلوب الكيفي لا يخضع لضوابط محددة في تحليله كما في الكمية وانما يعتمد على قدرته في ضبط ابعاده من خلال التحليل الصادق الدقيق للظاهرة المقصودة وبكل تجرد وموضوعية

- **الصدق والثبات يجب توفرهما في البحوث العلمية** وان يكون الباحث ذا مهارة بحثية فائقة لا يمكن الحصول عليها الا بالتدريب والدراية التامة بالتخصص والعمل الشاق .

المنهج الكمي :

تستخدم فيه الدراسات التي يقوم فيه الباحث بعمل القياسات الضرورية للمتغيرات ذات العلاقة بمشكلة دراسته ويستخدم الارقام لتفسير نتائجها . ومعنى ذلك إن الاسلوب الكمي يتطلب ضوابط معيارية يتم فيها تصنيف الخصائص الملموسة والمحسوسة لتمنح قيما محددة . ومن أهم ميزات الكمية أنها تقيس متغيرات مجموعة كبيرة من مجتمع الدراسة "عينة" وفقا لجزئيات محددة "تساؤلات" يمكن معها إجراء المقارنات الإحصائية وكذلك يستطيع الباحث إن يعمم نتائجه على المجتمع وفق شروط محددة .

الصدق والثبات في البحوث الكمية مرتببتان بدرجة وثيقة بالأداة التي يتبناها الباحث وتعريفاته الإجرائية لمصطلحاتها وبهذا يحتاج هذا الأسلوب إلى جهد كبير لاختيار الأداة للتحقق أنها تختبر فعلا ما صممت من اجله

أنواع الدراسات الإعلامية :

يقصد بذلك طبيعة الدراسة وفقا للهدف منها . وبناء على أسلوب الباحث المتبع وبالرغم من إمكانية استخدام بعض هذ الأنواع بالدراسات الكمية والكيفية إلا إن البعض منها يلاءم منهاجا خاصا بعينه إما كيفي أو كمي .

١ - **البحوث التأصيلية (تصف أنها كيفية)** : تستخدم كثيرا في دراسات الإعلام الإسلامي على وجه الخصوص وهو إعلام يهدف إلى غاية جليلة وجوهرية وهي "صياغة إعلام الأمة الإسلامية وفق الرؤية الإسلامية للحياة" ففي هذا النوع يلزم الباحث

الاعتماد على أهم مصادر المعرفة الإسلامية والمعرفة التامة بطرق الاستنباط للمعلومات واستقراءها من المصادر الإسلامية ، وتتم هذه البحوث بطريقتين هما

أ - استنباط واستقراء الأساليب الإعلامية الموجودة في المصادر الإسلامية وتاريخ المسلمين في ضوء مظاهر العملية الاتصالية وعناصرها التي تبلورت في المفهوم الإعلامي المعاصر

ب - تفسير الظواهر الإعلامية المعاصرة وفقا لوجهة النظر الإسلامية من خلال الربط بين الجزئيات وبين أحكام وقيم الدين الإسلامي الحنيف الموجودة في القرآن والأحاديث وما اتفق عليه بالعلماء

ملاحظة : رغم إن القيام بهذا الاستنباط يحتاج إلى ضرورة التحري الدقيق لصحة الاجتهاد وعدم التعجل في الأحكام حول الظاهرة ، إلا إن الأسلوب الأكثر شيوعا في تأكيد مصداقية الحكم هو إن يقوم الباحث باستطلاع آراء علماء المسلمين ليتم تصنيفها بمسمى "آراء الخبراء" ويصبح الاستطلاع ملحا أكثر إذا كان الموضوع يحتاج إلى فتاوي شرعية لا يمكن للباحث التعرف عليها بمجهوده

٢ - **البحوث التاريخية (كيفية)** : يقل استخدامها في بحوث الإعلام ولكن هناك مشكلات بحثية تعتمد اعتمادا رئيسا عليها مثل الدراسات التطورية التي تتجاوز مجرد عملية وصف وضع حالي للظاهرة إلى وصف تغيرات حدثت خلال فترة زمنية نتيجة مرور من الزمن ، وهي مهمة تقود كثيرا في تفسير ظاهرة أو ظواهر حالية بل قد تؤدي إلى ابعاد من ذلك في فتح آفاق أخرى لدراسات جديدة، وفي هذا النوع فان جمع المعلومات يعتمد كثيرا على مهارة الباحث في التركيز على ماله علاقة بهدف دراسته والابتعاد عن الإسهاب والتكرار الغير مبرر وان يحرص على التحقق من مصداقية المصادر بمقارنتها مع بعض وترجيح الرأي الأقرب للصحة وفق أدلة قوية وتنقسم تلك المصادر إلى قسمين :

١ - مصادر رئيسية ب- مصادر استكشافية

المصادر الرئيسية: هي الوثائق والمطبوعات والمخطوطات التي تحمل المعلومات الأولية وكذلك الأشخاص الذين شهدوا الحدث عن قرب مثل رصد شهادات وأقوال أفراد أسهموا في تأسيس صحيفة أو مجلة منذ زمن بعيد.

المصادر الاستكشافية: المنشورات التي تؤدي دورا وسيطا في نقل المعلومات عن غيرها من الوثائق أو المطبوعات أو المخطوطات أو الأفراد كما تشمل الأفراد والوسطاء الذين عاصروا الأشخاص الذين شهدوا الحدث عن قرب .

٣ - البحوث الاستكشافية :

هي الدراسات التي تهدف للتعرف على ظاهرة جديدة ، ويدخل في هذا النوع البحوث التي تتطرق لمواضيع أو أجزاء من مواضيع لم يسبق تناولها البتة ، ويكثر تطبيق البحوث الاستكشافية في المرحلة التي تعقب اختيار موضوع ما لدراسته للتعرف على مدى إمكانية إجراء

دراسة أكثر عمقا عن ذلك الموضوع أم لا مما يتيح للباحث تطوير مناهج يتم استخدامها فيما بعد ، ومن عيوب نوع الاستكشافية انه

ضعيف في بنائه لأنه لا يؤسس على معلومات سابقة تكون القاعدة الصلبة لأي موضوع ولذا لا يمكن للباحث من خلال المعلومات التي

يحصل عليها التعمق في البحث كما ينبغي لان الهدف جمع معلومات أولية تسهم في إعادة صياغة مشكلة الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها

، وهذا ما يفسر لجوء الباحث في الاستكشافية إلى الأسئلة المفتوحة للحصول على قدر اكبر من المعلومات لتعزيز عنصر الصدق ، وبهذا

نقول إن البحوث الاستكشافية لا تخضع إلى تطبيق الإحصاء الاستنتاجي القائم على اختبار الفرضيات ، ولكن هذه البحوث قد تنشأ من

جراء رغبة محدودة لدى الباحث في فحص إبعاد الظاهرة وإشباع فضوله للتعرف عليها إلا إن ذلك لا يقلل من أهمية البحوث الاستكشافية

لأنها تقود إلى التعريف بآفاق جديدة في مجالات اهتمام مستخدميها ،

- فهي قد تفتح قناة للبحث كما ينبغي إن تطرق منذ زمن بعيد

- قد تقود شرارة الخيال العلمي للبعض

- قد تقود إلى حل مشكلة كانت تبدو بعيدة أو ليست ذات علاقة
- تستخدم البحوث الاستكشافية في مرحلة تصميم أداة الدراسة لأي نوع من البحوث لكونها تسهم بشكل قوي في تحقيق عنصر الصدق في الأداة وهذا شرط من شروط صحة نتائج البحث العلمي ونقصد بالصدق " إن نقيس الأداة التي صممت لاجله "
- ٤ - **البحوث الوصفية** : هدفها جمع المعلومات لإعطاء وصف لإبعاد ومتغيرات الظاهرة المدروسة من خلال تحديد ماهية الأشياء وتفاوت درجة الوصف المطلوبة من دراسة لأخرى وفقا لهدف الدراسة وتساؤلاتها . فمثلا في البحوث الكمية لتحديد حجم جمهور الإذاعة في مدينة لا يحتاج الباحث سوى معرفة نسبة شريحة من الجمهور الإجمالي وهذه مهمة يسيرة عكس من أراد إن يعطي وصفا لخصائص الجمهور من حيث الجنس والعمر... الخ ، إما في الدراسات الكيفية يكون الوضع أكثر حساسية وصعوبة إذ يجب على الباحث إن يعمل جاهدا للتعرف على كل ما له علاقة بالظاهرة المدروسة بالبحث عن ما يسمى "وحدات النشاط التي يمكن تفتيت كل واحدة منها إلى وحدات صغيرة " هذه الوحدات أشبه بمتغيرات الموضوع ولم يلزم الباحث نفسه للتعرض إليها كما هو الحال في الكمية وإنما يخضع لقدرة الباحث في التنقيب عنها ووصفها . ومثال ذلك :
- لو أراد الباحث إن يدرس نشاط مؤسسة صحفية حتى وان حدد تساؤلات دراسته فانه لن يضع معيارا محدد يحكم كيفية إجابته عنها كما هو الحال مع الدراسات الكمية وإنما يبقى الأمر تقريبا محدودا بمهارة الباحث وقدرته للوصول للمعلومة . لذا ينصح الباحث في هذا المنهج الوصفي بمحاولة تفتيت نقطة التركيز "تساؤلات الدراسة " إلى أجزاء وعناوين فرعية يتم عبرها وصف تلك الأجزاء من جميع الزوايا فلو كان احد عناصر الدراسة في احد نشاطات المؤسسات تركز على اجتماعات المسؤولين فلربما يحتاج الباحث استخدام منهج الصحفيين للاجابة على التساؤلات الخمسة المعروفة من وماذا ومتى واين وكيف كجزء من محاولة الوصف
- ٥ - **بحوث الارتباط(كمية)** : تهدف بشكل عام إلى التعرف على مدى وجود علاقة بين متغيرين أو أكثر مع تحديد درجة تلك العلاقة . ولا يمكن التوصل إلى ذلك إلا بالدراسات الكمية حيث يلزم الباحث وضع قيم محددة لقياس المتغيرات ومن ثم تطبيق أي من الاختبارات الارتباطية الإحصائية المناسبة ، وغالبا ما يكون المتغيرين احدهما مستقل والاخر تابع أو بين عدة متغيرات تابعة ومتغير رئيسي واحد مستقل ويمكن تحديد درجة العلاقة أو الارتباط من خلال نتيجة اختبار العلاقة التي تبدو على نوعين
- ١ - **العلاقة ايجابية** : هناك زيادة مطردة بين المتغيرين مثل كلما زادت كثافة حملة اعلامية زادت المبيعات ، وتصل العلاقة لدرجة الكمال عندما تكون ⊕
- ٢ - **العلاقة سلبية أو عكسية** : هناك تخالفا في اتجاه المتغيرين بمعنى إذا زاد متغير قل المتغير الاخر مثل كلما تقدم الانسان بالعمر قلت ساعات مشاهدته للتلفزيون وتصل درجة الكمال عند ⊖
- التنبيه إلى أهمية التحفظ في قبول نتائج الارتباط كدليل على اقرار علاقة سببية . بمعنى إن لا يسلم الباحث بان العامل المستقل سبب اكيد في حدوث المتغير فقد يكون هناك عامل اخر ادى لوجود العلاقة فمثلا في مثال المتقدم بالعمر تقل مشاهدته مثلا بسبب عدم وجود وقت فراغ كاف
- قوة العلاقة وان وجدت يمكن إن تؤخذ على أنها مؤشر يؤدي إلى دراسة العلاقة السببية من خلال دراسة تجريبية تدعم مدى صحة ذلك المؤشر .

- الدراسات الارتباطية ليست فقط من اجل البحث عن مؤشرات سببية تقود لدراسات تجريبية ، بل إن العلاقة القوية بين المستقل والتابع أو مجموعة منه تعني إمكانية الافتراض بشكل قوي إن وجود المستقل يؤدي لوجود المتغير التابع ذي العلاقة أو مجموعها .

٦ - البحوث السببية أو التجريبية :

تكمّن قوتها في قدرة الباحث على التحكم بصورة دقيقة في بيئة دراسته بما في ذلك عملية تسليط المستقل المفترض انه السبب على العامل التابع . ويتم هذا النوع في اطار الدراسات التجريبية الضابطة وفكرة هذا النوع هي إن يقوم الباحث باختيار العينة ثم يقيس درجة القيم التي طورها للمتغير التابع على افراد تلك العينة في المرحلة الاولى ثم يسלט على ما يعتقد انه المستقل على افراد العينة ثم يعاود الباحث عملية القياس عليهم للتعرف على مدى تأثير ذلك العامل الذي سلطه على العامل التابع ويمكن إن يكشف عن ذلك بمقارنة النتيجتين وهناك ما هو شبيه بهذا الاسلوب وهي الدراسات السببية المقارنة : وهي التي لا يمكن للباحث إن يسלט على المستقل لاستحالة ذلك كمتغيرات العمر او المستوى التعليمي وفي هذه الحالة يلجأ الباحث للفصل بين نتائج افراد العينة وفقا لطبيعة المتغيرات المستقلة التي يريد إن يتعرف على درجة تأثيرها في المتغيرات التابعة ومن ثم يقارن بينهما

الدراسات الاعلامية تقسم وفقا لاعتبارات العوامل الزمنية إلى :

١ - الدراسات الاحادية : cross –sectional stidies

وهي التي يتم تطبيقها لمرة واحدة فقط وهذا يشبه تقريبا اخذ لقطة فوتوغرافية واحدة لمجتمع العينة ووصفها تبعاً لما تبديه تلك اللقطة . ويؤخذ على هذا النوع على انه قادر على وصف المجتمع في مدة قصيرة فقط وهي تلك الحقبة التي اجريت فيها الدراسة من غير اعطاء تصور كامل للمتغيرات التي تحدث عبر ازمان مختلفة وهذا امر مهم في بعض الحالات كمسألة تحديد ما اذا كان حجم جمهور المحطة الاذاعية في تصاعد او انحدار

٢ - الدراسات الممتدة : longitudinal studies

يعالج الماخذ التي على الاحادية بمعنى انه يشبه اخذ اكثر من لقطة فوتوغرافية لمجتمع العينة في فترات متباعدة فيمكن التعرف على التغيرات التي تحدث للجمهور او وسائل الاعلام . وتتلخص طريقة هذا النوع في اجراء الدراسة اكثر من مرة واحدة في اوقات متفاوتة ، وتنقسم إلى نوعين

أ - دراسة دورية : trend stud قيام الباحث بدراسة عينات مختلفة في اوقات متباينة في مجتمع بحث واحد

ب - دراسة المجموعة : panel study يختار الباحث عينة واحدة من المجتمع ويستمر بدراستها عبر الاوقات المختلفة وتشيع هذا النوع في القياسات التي تقوم بها شركات قياس حجم الجمهور.

- تمتاز الدورية عن المج موعة في " مرونتها " المتجسدة في إن الدارس لا يلزم نفسه بالتقييد بافراد معينين ربما يخسرهم في ظروف معينة كانتقال احد من منطقة إلى منطقة ولكن المجموعة تتميز في ابعاد عناء اختيار عينات مختلفة عن الباحث وكذلك تتفوق في القطع بان أي تغيير يرصده الباحث لم يكن لاعتبارات الاختلاف في الافراد كما يحدث في الدورية

الفصل الثاني : الخطوات الاولى في البحوث الاعلامية :

١ - اختيار الموضوع

٢ - الخطة البحثية

اولا: اختيار الموضوع

- ❖ من اصعب المراحل واحرجها واشق المراحل على الاطلاق
- ❖ المقبل على البحث قد يعيش مرحلة قلق طويلة يخسر بها الجهد والوقت قبل ان يستقر على موضوع بعينه
- ❖ الباحث قد يفاجأ لسبب بانه لا يمكن الاستمرار في البحث فيعود لنفس الدوامة قبل اختيار الموضوع
- ❖ لتجنب الحيرة على الدارس قبل اختياره الموضوع إن يراعي بعض الامور مثل :

١ - إن يحدد مجال الدراسة :

بمعنى إن يضع نصب عينيه اطار معيناً يتلائم مع رغباته الشخصية وميوله

٢ - حصر الموضوع في نطاق اضيق

بمعنى الاقتراب من الموضوع ويحدد تحت أي اطار عام يرى بانه يملك فيه الخبرة والرغبة الشخصية ، عن طريق تحديد اولا الشعبة التي يتناول فيها موضوع الدراسة وهو امر تفرضه طبيعة التخصص

٣ - حصر الموضوع بصورة ادق :

بمعنى التركيز في مضمار واحد يقودك للهدف بطريقة صحيحة وعلى الباحث إن موضوع كالتلفزيون مثلا له تشعبات مختلفة من الصعب تغطيتها وهذه التشعبات هي الجداول كمحطات التلفزيون وتاريخه وتقنيته وهذا الجداول تكونت من ترع صغيرة هي في الواقع الخطوة التالية لمحاولة حصر الموضوع ، وبرغم إن كل جدول يصلح إن يكون موضوعا الا انه كلما امكن تضيق الموضوع اصبحت الفرصة للباحث في التركيز اقوى وتصبح مساهمته بشئ جديد في مجال المعرفة اكبر ، فلذلك يمكنه اللجوء إلى تلك الجزئيات "الترع" التي تمثل عنصرا من عناصر الجدول

٤ - تحديد مجال الاهتمام :

تعد تمهيد اولي لخطوة اهم منها وهي

٥ - التعرف على المشكلة :

التي تدفع الباحث إلى الرغبة في تفسير لها ، وهي عاملا حاسما في تقرير اهمية الدراسة من عدمها ويقال إن الكثير من العلماء الباحثين يدينون تفوقهم لقدرتهم الحكيمة على اختيار مشاكل ابحاثهم وليس لقدرتهم على ايجاد تفسر لها " لان تحديد المشكلة ليس سهلا كما يحدث في تحديد مجال البحث ، لان مشكلة البحث هي التي تحدد وتقرر " عنوان البحث " فالباحث يختار مجال بحثه اولا ثم يحدد مشكلته التي بضوئها يحدد عنوان بحثه .

- ❖ لابد من الاعتراف بان هناك حيرة شديدة لدى المبتدئين قبل تحديد مشكلة البحث تنشأ من قلة الاطلاع الواسع والامام التام بابعاد

المجال الذي اختاره ليكون اطارا لموضوع دراسته

- ❖ ينصح الباحث بعد تحديد أي جدول ليكون مجالا لدراسته بان يستعين بالمراجع المناسبة حول الفكرة الرئيسية لسببين

أ - الحصول على موضوع مناسب اما عن طريق الاقتراحات التي يطرحها الاخرين عندما يوصون بالاهتمام بجانب معين اغفلته الدراسات

السابقة إن عن طريق الملاحظة من خلال تجربته الشخصية وقراءته عنداختياره موضوع جديد بان هناك جانب لم توفه البحوث

السابقة

ب - معرفة مدى توفر المراجع المطلوبة التي تعينه على الاستمرار في الموضوع الذي اختاره

❖ مع اهمية المراجع في توجيه الباحث الا انها ليست الملهم الوحيد لاختيار موضوع البحث فهناك ايضا "ملاحظة الواقع " وخاصة فيما يتعلق بالدراسات الاجتماعية والاعلامية التي تعد خير وسيلة للاهتمام بدراسة المشاكل المعاصرة كملاحظتك على اقبال القراء على صحيفه وترك الاخرى مما يدفعك لطرح تساؤلات تصلح بان تكون اهدافا لك لايجاد حلول للمشكلة ، وهناك طريقة اخرى وتتمثل في " طلب المشورة من اهل الخبرة الكافية في التخصص " لانهم الادري بالثغرات التي تحتاج لمزيد من التدقيق والبحث وهم احري من يرشدك إلى المراجع الرئيسية التي تساعدك في بناء البحث او الدراسة ، ونشير هنا إلى إن الاستعانة باهل الخبرة لا يقتصر على عملية اختيار الموضوع بل يفترض اللجوء اليهم باستمرار وان كان اختيار الموضوع قد تم بطريقة اخرى

ثانيا : الخطة البحثية

تتراوح عملية اعداد خطة بحثية بين جهد مختصر يحدد فيه الباحث الالية التي سينفذ فيها دراسته وبين جهد مضاعف يفصل فيه القول وفقا لعناصر اساسية تمثل اركانها الرئيسية في بناء مخطط بحثه . وتمثل الحالة الاخيرة في الغالب الدراسات الاكاديمية في مراحل الدراسات العليا .والدراسات التي تقدم في هيئة مشاريع بحثية للمؤسسات بانواعها ، وعلى الرغم من انه ليس هناك قاعدة موحدة لاعداد الخطط البحثية الا إن معظمها يكاد يتفق على إن تتضمن التالي :

- ١ -العنوان
- ٢ -المقدمة
- ٣ -الدراسات السابقة
- ٤ -مشكلة الدراسة
- ٥ -التساؤلات والفرضيات
- ٦ -منهج الدراسة
- ٧ -تقسيمات الدراسة
- ٨ -المراجع
- ٩ -الملاحق "إن وجدت "

❖ وقد يرى البعض التعريف بعناصر اخرى تنفرد بنفسها في عناوين مستقلة مثل :

- ١ -اهمية الدراسة : لابد ان يكون الاشارة لها في الاجزاء الاولى من الصفحة الا انه ليس هناك موقع محدد لادراجها اذ يمكن وضع العنوان الخاص بها بعد المقدمة مباشرة او قبل مشكلة الدراسة
- ٢ -الاحساس بالمشكلة : من الافضل ان تسبق مشكلة الدراسة ويمهد لها
- ٣ -التعريف بالمصطلحات : تذكر مباشرة بعد تساؤلات الدراسة وفرضياتها
- ٤ -حدود الدراسة : توضح الحالات المعنية بالدراسة وذات العلاقة بالظاهرة المدروسة المستثناه من تعميم نتائج الدراسة
- ٥ -مسلمات الدراسة : مجموعة من العبارات توضع من قبل الباحث اساسا لبحثه ويسلم بصحتها دون الحاجة الى اثباتها واقامة الدليل عليها لذا فهي عبارة عن حقائق واضحة بذاتها او بدهييات لاتحتاج الى دليل عليها

متى يلجأ الباحث الى مسلمات الدراسة ؟

حينما يرى ان التسليم بالحقائق التي يذكرها تدعم اهمية طرح التساؤلات وفرضيات علمية جاءت الدراسة لتبحث فيها

اما متى يتم التعريف بتلك العناصر فيرجع ذلك إلى مدى توافر مادة ثرية تستطيع إن تستقل بنفسها عن العناصر الواردة في القائمة الاولى . وللباحث إن يدرج عناصر اخرى يرى اهمية ذكرها لتعزيز عملية بناءه للمخطط مثل التعريف بخلفية عن موضوع دراسته تحت عناوين مستقلة او الحديث عن نظرية من النظريات او الحديث عن تقنية الاتصال ونحو ذلك

العنوان :

بعد اختيار الباحث لموضوعه يقوم بصياغة ذلك الموضوع في عنوان دقيق يعبر تماما عن ما يريد دراسته وهذا الهدف (الصيغة النهائية للعنوان) لا تأتي الا بعد إن يضع الباحث في ذهنه تصورا كاملا لكل ما سيتناوله ووضع خطته التي ستوضح له عناصره وجزئياته ومشكلته . ، والمقولة التي تقول " يعرف الكتاب من عنوانه " تدل على انه يفترض إن يكون العنوان مؤشرا قويا على مضمون الكتاب ، لان صياغة عنوان غير دقيق يصيب القارئ بخيبة امل تجعله يحكم على الباحث بعدم مقدرته على التأليف وتضلل القارئ فيما يريد إن يطلع عليه ، لان المقصود ليس إن يكون العنوان براقا لا يعكس حقيقة ما هو موجود في الداخل وانما يجب إن يصاغ بشكل صحيح يدل على محتوى البحث . وعلى الرغم من انه لاتوجد قاعدة محددة لضبط العنوان الا إن الباحث يجب إن يراعي عدة جوانب لتحديد عنوانه مثل :

- ١- إن يتضمن الفكرة الرئيسية للموضوع وبيتعد عن الامور الجانبية التي قد يشعر القارئ انها هي صميم الموضوع فمثلا اذا كان هدف الباحث دراسة علاقة بين متغيرين فعليه إن يضمن العنوان مايدل عليهما .
- ٢- إن يكون هناك ما يشير إلى المنهج المستخدم في الدراسة كان يقول دراسة تحليلية . .وصفيه . .تقويمية . .مسحية
- ٣- إن يكون العنوان مختصرا قدر الامكان

المقدمة

تمثل المقدمة البحثية مدخلا مهما لتعريف القارئ بطبيعة الدراسة التي هو بصدد الاطلاع عليها ، وتعد المكان المناسب لاقتناعه باهميتها ومدى الحاجة إلى تناول موضوعها . ولكن نشير إلى إن صياغة المقدمة ينبغي إن لا تتم في هيئة نقاط مشتتة مبتورة عن بعضها وانما تكتب بشكل انسيابي لا يشعر القارئ بالانتقال من جزئية لآخرى بشكل مخل مع مراعاة التالي في المقدمة

- ١- تحديد محاور الموضوع من خلال المتغيرات الواردة في عنوان الدراسة
- ٢- الاستفادة من المحاور في الشروع في كتابة المقدمة ومراعاة البدء بالحديث عن التخصص بشكل موجز مع تناول المحاور بصورة منطقية والانتقال من العموم إلى الخصوص . فمثلا اذا تناول الباحث موضوع قرائية الجمهور للصحافة المحلية على الانترنت يكون لديه ثلاثة محاور مرتبه من العام إلى الخاص كالتالي : (شبكة المعلومات) ثم (الصحافة المحلية) ثم (قرائية الجمهور) ونلاحظ إن المحاور اختلف ترتيبها عن العنوان ويفترض إن يتم تناولها كما في الترتيب ويجب ايضا تناول محورا رابعا لم يرد في العنوان اصلا يتسم بالعمومية وهو محور الاتصال "التخصص" كما اشرنا ،
- ٣- الفقرة الاخيرة من كل محور لا بد إن تتضمن ما يوحي او يأذن للانتقال إلى المحور الذي يليه فمثلا محور الاتصال يجب إن يمهّد للانتقال لمحور الانترنت لان هذه الطريقة تساعد في بقاء الموضوع مترابطا بما يضمن وحدته وعدم تشتته والخروج عن هدفه

- ٤ - تعزيز المادة المكتوبة بما يدعم رأي الباحث من احصائيات ونتائج علمية تبرهن على اهمية الموضوع ، لان المقدمة لا تعتمد على عبارات انشائية وانطباعات شخصية بل هي جزء مهم ويجب ان تؤسس على اطار علمي موثوق
- ٥ - يفترض ان تتضمن المقدمة الاشارة إلى النقص الذي حتم الاهتمام بالموضوع قيد الدراسة مع التنوية إلى الفائدة التي ستقدم للحقلين العلمي والعملية وقد يضع الباحث اسباب معينه دعت له لتناول الموضوع وهذا مايسمى في المراجع البحثيه ب" الاحساس بالمشكلة " وقد يضع هذه الجزئية المتعلقة بالاسباب تحت عنوان فرعي مستقل بموقع اخر غير المقدمة اذا اراد ولكن اذا كانت الدراسة منبثقة على ماورد من تراكمات معرفيه سابقة وكانت وفقا لتوصيات محددة فمن المناسب ذكرها بالمقدمة

الدراسات السابقة :

هناك فرق بين مصطلح ادبيات الدراسة ومصطلح الدراسات السابقة ، فادبيات الدراسة اشمل واوسع من الدراسات السابقة **الادبيات** : هي كل ما تم رصده او كتابته عن موضوع الدراسة او احد جوانبها وهي في الغالب اطار نظري تشمل معلومات عامة يتم استقاؤها من كافة انواع البحوث ومناهجها المختلفة ومن الممكن ان تتضمن استشهادات من أي نوع من المصادر كالمذكرات والوثائق والسجلات والتقارير والصحف والتسجيلات والبرامج والافلام

الدراسات السابقة : هي البحوث العلمية التي تتعلق بموضوع الدراسة ومجالها ولكن هناك تفاوت بين الاستعانة بأسلوب البحوث الكيفية والبحوث الكمية في الدراسات السابقة . وقد دأبت الدراسات الكيفية على تضمينها للباحث العامة بمناهجها الكيفية والكمية على حد سواء . اما الدراسات الكمية فقد درجوا بالاستعانة بالدراسات المتلزمة بالمنهج الكمي في اجراءاتها فقط وهذا لا يعني تجاهلهم للمنهج الكيفي بل هم حريصون على استخدامه في ثنايا مختلفة كالمقدمة واهميتها وتفسير نتائجها وفي الجانب النظري وادبياته بشكل عام وليس خاص وبدون استشهاد بها في الجزء الخاص بالدراسات السابقة .

على الرغم من ان مراجعة الابحاث السابقة من قبل الباحثين تستغرق الكثير من الوقت الا انها تعد من اهم خطوات الدراسة التي ينبغي ان يستفاد منها في العديد من الجوانب مثل :

- ١ - تساعد على تجنب الموضوعات التي تم دراستها مسبقا ، فلا يحدث التكرار غير المجدي الذي يعد مضيعة للوقت والجهد
 - ٢ - تساعد على فهم الموضوع جيدا والتعرف على زواياه المختلفة و الجزئيات التي درسها الآخرون والتي لم تخضع للدراسة بعد
 - ٣ - تسهم في توجيه مسار الدراسات الجديدة في الكثير من الخطوات المهمة مثل استخدام الاجراءات المنهجية كادوات القياس
 - ٤ - تنبه الباحث لاستخدام بعض التساؤلات او الفرضيات المشابهة لما في الدراسات السابقة وخاصة التي تجرى في مجتمعات اخرى غير مجتمع دراسة الباحث او التي مضى على اجراءها فترات زمنية طويلة توجب اعادة دراستها للتعرف على ما طرأ من تغيير ونشير هنا إلى ان استخدام الباحث للدراسات السابقة - والاشارة إليها - لا تعد سطوا على جهد الغير وانما تعتبر عاملا معززا للمصداقية شريطة ان يثبت الاستخدام جدواه ودقته .
 - ٥ - تساعد على تفسير نتائج الدراسة وشرحها وتتم هذه الخطوة في مرحلة مناقشة الباحث لنتائج دراسته .
- هناك تفاوت كبير في درجة الحصول على دراسات سابقة لها علاقة بمواضيع البحوث وفقا لمجالاتها . فالدراسة التي تتناول ظاهرة ذات مجال واسع تيسر على الباحث مهمة الحصول على دراسات سابقة والعكس صحيح . ففي حالة ندرة الدراسات السابقة يعوض الباحث ذلك باية دراسة يمكن ان تكون لها علاقة ذات معنى بمشكلة الدراسة الحالية لتكوي اطار نظري منطقي لها .
- السؤال الاكثر تكرارا في مرحلة جمع الدراسات السابقة :

مالذي يحتاج الباحث إلى تضمينه في دراسته من تلك الدراسات . والاجابة تكمن في إن يذكر الباحث إن محور مراجعة الدراسات السابقة مبني في الاساس وبشكل جوهري على علاقة السابقة بالحالية ، فنجد إن مصدر الحيرة لدى البعض في التعرف على المطلوب استعراضه من السابقة ينشأ بالدرجة الاولى هو اصرارهم على ايجاد دراسات مشابهة لموضوعاتهم وهو ما لا يأتي مطلقا بل يجب إن لا يحدث ذلك الا في حالات محدودة لان معنى ذلك انك لم تأتي بجديد إن لم تكن هناك حاجة ماسة لتكرار السابقة كما في الدراسات الممتدة ، لذا على الباحث البحث في فلك الدراسة الحالية ولا يماثلها ولا تشابهها الا فقط في إن يكون التشابه او العلاقة في المجال العام لدراسته . ولا توجد علاقة دقيقة لكيفية الاستفادة من السابقة وانما يخضع ذلك لدرجة ارتباطها بالدراسات الحالية . وقوة هذه الرابطة هي التي تقرر حجم الاستفادة وهي المحك الذي يحدد ترتيب الباحث لموقع كل دراسة بين سائر الدراسات .

- هناك عناصر اساسية من المتوقع تضمينها في دراسة الباحث من دراسات الاخرين العلمية وهي :

- ١ - عنوان الدراسة وهدفها
- ٢ - التساؤلات والفرضيات ذات العلاقة بالحالية
- ٣ - المنهج المستخدم في السابقة
- ٤ - النتائج ذات العلاقة بالحالية

مشكلة البحث

تحديد المشكلة هو العامل الحاسم في تحديد موضوع الدراسة وهي المظلة التي تستظل بها تساؤلات البحث وفرضياته . وهذا المصطلح يجب إن لا يمثل غموضا لدى المبتدئين في التعرف على المقصود بما يعنيه ، ان كونه لا يعدو سوى الهدف العلمي العام الذي يطمح له الباحث في التوصل اليه وتفسيره بشكل علمي ودقيق ، والعلمية هنا تعنى التركيز في تحديد المشكلة على الجوانب العلمية المتعلقة بمتغيرات الدراسة فقط والتي تولد التساؤلات الفرضيات ، اما الغير علمية ورغم اهميتها احيانا يجب إن تكون بمعزل عن صياغة الباحث مثل الأهداف الشخصية المتمثلة في الحصول على درجة علمية معينة

ولكي يبين الباحث اهمية المشكلة يجب إن يمهد لمرحلة الانتقال لصياغتها بذكر مبررات اختياره لموضوع الدراسة او مشكلتها وهذا يسمى " الاحساس بالمشكلة " والذي يجب إن ينبع من رؤية علمية فاحصة ذات علاقة وطيدة بالموضوع وهذا يعني مثلا إن طلب الاستاذ من طلابه باعداد بحث علمي لا يعتبر من عناصر الاحاس بالمشكلة . لان الاحساس بالمشكلة يمكن في ادراك الباحث للاهمية العلمية لموضوعه ويحدد ذلك عبر واحدة او مجموعة من القنوات التالية :

- ١ - الحاجة إلى تغطية النقص الواضح في معلومات الموضوع والتعرف عليه من خلال "الاطلاع المكثف على البحوث والدراسات المختلفة في مجال التخصص لتكوين خلفية جيدة تعين الباحث على ملاحظة ندرة المعلومة حول الظاهرة بنفسه " او عن طريق توصيات الباحثون في ابحاثهم "
- ٢ - الحاجة إلى شرح ظاهرة ما لا يوجد لها تفسير علمي دقيق لها بمنهج بحثي للتحقق من التخمينات والاجتهادات المبنية على الاراء الشخصية البحتة التي ينقصها الجانب الموضوعي في كثير من الاحيان
- ٣ - الحاجة إلى اختبار نظرية من النظريات الاعلامية في بيئة لم يسبق اختبارها فيها وهذا يصدق الحال في عالمنا العربي لان اغلب النظريات نشأت عند الغرب ، ورغم اهمية تلك النظريات في شرح العديد من الظواهر الا انه لا يمكن تعميمها على جميع افراد المجتمع فيلجأ الباحثين إلى التعرف على مدى ملائمة تلك النظرية لافراد مجتمعاتهم

- البيئة لانتحصر في بيئة المجتمعات فحسب ، بل تشمل بيئة الوسيلة نفسها بمعنى إن النظرية قد طبقت على جمهور وسيلة التلفزيون فقط ويرى اخر ضرورة تطبيقها على المواقع الالكترونية او الهاتف مثلا
- كما إن محاولة اعادة اختبار النظرية بعد حدوث متغيرات قد تؤدي إلى تغير نتائج الدراسات السابقة التي طبقتها فمثلا يقوم احد بدراسة استخدام الجمهور للتلفزيون في فترة محدودة فنواته بتطبيق نظرية الاشباع والاستخدام ويقوم اخر باعادة تطبيق الدراسة على المجتمع نفسه بعد انتشار القنوات .
- ٤ - الحاجة إلى تقييم الوضع الراهن ويتكرر هذا النوع من الدراسات في دراسات جمهور الوسيلة الاعلامية الذين تتغير سلوكياتهم بدرجة سريعة فتكون هناك حاجة إلى رصد التغيرات لتطوير وضع الوسيلة بما يعين على زيادة الجمهور او المحافظة عليه وهذه الحاجة تبرز كثيرا في بحوث العلاقات العامة التي تحتاج الادارات المتخصصة إلى نتائجها لتزويد الادارات العليا عن وضع جمهورها الداخلي والخارجي على الرغم إن مرحلة الاحساس لايشترط إن توطر في عنوان مستقل او في البحث نفسه الا إن ابعادها تظهر للقارئ بما يشعره بقناعة الباحث بجدوى دراسته دون النظر إلى موقع ذكرها

تساؤلات البحث وفرضياته

- هي احدى الخطوات بعد تحديد المشكلة وتهدف إلى تجزئة مشكلة الدراسة بأسلوب تفصيلي وايضاح عموميات المشكلة وتحديد ابعادها فمثلا حين نسلم إن مشكلة الدراسة هي الهدف العام للدراسة فاننا نسلم إن تساؤلات وفرضيات الدراسة هي اهدافها التفصيلية . ولكن دون مبالغة في التفاصيل المتعلقة بالمسئلة لان التساؤلات والفرضيات ليست سوى اولى مراحل الانتقال من العموم إلى الخصوص تتبعها خطوات تفصيلية ادق فمثلا : مرحلة تصميم اداة الدراسة كالاستبانة مثلا التي تحتاج إلى صياغة اسئلة اكثر تفصيلا تنطلق في مجملها من التساؤلات والفرضيات التي تعد ذات صبغة عمومية مقارنة بها .
- تساؤلات الدراسة وفرضياتها تتشابهان في كونهما تمثلا الخطوة التالية لصياغة المشكلة وانهما تحددان اركان وعناصر مشكلة الدراسة ولكن نشير هنا إلى إن التساؤلات تكون اكثر مباشرة في الاشارة إلى ذلك واكثر استخداما لدى الباحثين لان الطريقة التي تعد وفقا لصيغة الاستفهام او السؤال تعد الانسب لكشف معلومات جديدة ومجهولة وفي حين إن الفرضيات يتم اللجوء لها على اساس إن هناك معلومات او نظريات اسهمت في ادراك الباحث لوجود علاقة بين متغيرات محددة مرتبطة بالظاهرة المدروسة فيريد الباحث التحقق من نتائج شبة متوقعة عبر اختبارات احصائية او فرضية معينة **ويمكن تعريف الفرضية بانها توقع مؤقت لننتج البحث** . وكلمة مؤقت تعني إن الفرضية ليست ضروريا إن تكون مطابقة للنتائج اذ انها قد تخطئ وقد تصيب ومهمة الباحث هنا ليس اثبات صحة وصدق فرضيته وانما يقصد من خلال جمع معلومات دراسته إلى التاكيد من مصداقيتها من عدمه عن طريق اختبارها بناءا على المتغيرات ذات العلاقة **وتهدف الفرضيات بشكل عام إلى توقع ما اذا كان هناك اختلافات او علاقات ذوات دلالة احصائية بين خصائص موجودة في مجتمع الدراسة . وتنبع اهمية الفروض من كونها**

- ١ - عاملا حساما في اختبار النظريات والتحقق منها
- ٢ - وتسهم بشكل قوي في تاسيس نظريات جديدة
- ٣ - وايضا تقدم محاولة لفهم العلاقات الاساسية والثانوية بين المتغيرات او العوامل المؤثرة في الظاهرة
- ٤ - **انها ليست مجرد تخيلات اجتهادية من الباحث**
- ٥ - انها تصور مبني على خلفية علمية تقرر فيها طبيعة حركة المتغيرات من خلال
 - أ - نظريات البحوث الاعلامية المعروفة
 - ب - عبر دراسات سابقة او حث للباحث باحتمالية حدوثها

- احتواء الدراسة على فرضية ليس امرا يقرر به الباحث بطوعه واختياره وانما هي مسألة يقرها مدى حاجة الدراسة لها من عدمه وبذلك وجودها ليس شرطا اساسيا في عمل البحوث بل قد يقتصر الباحث على التساؤلات او على الفرضيات او الجمع بينهما في إن واحد .. وتصنف الفرضيات إلى صنفين

١ - فرضية احصائية او الصفرية وهي التي تبدا بالنفي دائما مثل ليس هناك علاقة او لا يوجد اختلاف وهذا النوع يستخدمه الاحصائيون بشكل خاص ويندر وجوده في الدراسات النظرية

٢ - فرضية بحثية وتصاغ بأسلوب الاثبات والتقرير وهي التي تهمننا في البحوث الاعلامية وتقسم إلى قسمين هما

أ - فرض غير متجه : لا يحدد الباحث فيه طبيعة العلاقة ونوعها والاختلاف مثل

- هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين اعمار جمهور الاذاعة وبين ساعات استماعهم لها

- هناك اختلاف ذو دلالة احصائية بين صحيفتي الشرق والحياة في مساحة الموضوعات المغطاه

- هناك اختلاف ذو دلالة احصائية بين الرجال والنساء في طبيعة البرامج المفضلة

ب - فرض متجه : يحدد الباحث طبيعة العلاقة ونوعها والاختلاف مثل

- هناك اختلاف ذو دلالة احصائية بين صحيفتي الشرق والحياة في مساحة الموضوعات حيث تغطي الحياة موضوعات اقتصادية وثقافية بينما الشرق موضوعات سياسة ورياضية

- بين الرجال والنساء في طبيعة البرامج المفضلة حيث الرجال البرامج الاخبارية والرياضية بينما النساء التسلية والتعليم

- هناك علاقة ايجابية او سلبية ذات دلالة بين اعمار جمهور الاذاعة وبين ساعات استماعهم لها

لا يكفي استخدام الاحصاء الوصفي لمعرفة صحة الفرضية وانما يجب استخدام الاحصاء الاستنتاجي في ذلك ، كما يجب إن تصاغ

الفرضيات بأسلوب بسيط وواضح ودقيق لا يحتمل اللبس او التداخل ويكون بالامكان اختبارها والتحقق منها ، ومن اجل التاكيد من

امكانية اختبار أي فرضية يجب معرفة المتغيرات التي سوف يتم تحويلها إلى قيم لاستخدامها في تطبيق معادلات الاختبارات المناسبة .

ولذا جاءت اهمية إن ينطلق الباحث من النص الذي صاغ به فرضيته في تحديد الاختبار الاحصائي المناسب ومن ثم يصمم الموازين المناسبة

تاتي صياغة التساؤلات والفرضيات بعد مراجعة الباحث الدراسات السابقة . لماذا ؟ لسببين

١ - انها تعينه على استنباط فرضيات على اساس علمي ومنطقي بعيد عن العشوائية والتخمين لان من مميزات الفرضية الجيدة

إن تكون منسجمة مع الدراسات السابقة

٢ - تجنب تكرار بعض الفرضيات للباحثين السابقين ، بل ينصرف الباحث إلى تلمس جوانب القصور والنقص وزيادة المعرفة

والتطوير المستمر

الفصل الثالث : عناصر اساسية في بحوث الاعلام

١ - المتغيرات

٢ - مستويات القياس

٣ - بناء موازين القياس

٤ - التعريفات الاجرائية

٥ - الثبات والصدق

المتغيرات : هي الاشياء " احداث او اشخاص او ظاهرة " متفاوتة في الشكل او التصور ويمكن للباحث التصرف فيها وقياسها عبر التمييز بين صفاتها ، يعنى إن المتغير لا بد إن يتيح للباحث من خلال الاختلاف الموجود الذي يميزه عن غيره فرصة لتقييمه او قياسه .
❖ يتم التقييم او القياس باحدى طريقتين :

١ - عملية الكم المتمثلة باعطاء ارقام محددة تمثل طبيعة ذلك المتغير "اسلوب كمي"

٢ - عملية الكيف المتمثلة في اعطاء وصف يمثل ذلك المتغير "اسلوب كيفي" او نوعي

الارقام في القياس الكمي ماهي الا قياس اسمي لا تعنى التفضيل لمتغير على اخر وانما يقصد به التصنيف ووضع كل صنف في خانته اما في القياس الكيفي فهي تخص الصفات والخصائص .

• اقسام المتغيرات " باعتبار اشكالها "

١ - **متغيرات شخصية** : وهي متغيرات الصفات والخصائص الفردية التي تصنف الناس كمتغيرات الجنس والحالة الاجتماعية ونوع الوظيفة

٢ - **متغيرات التفاعل** : وهي العوامل التي تتعلق بالتصرفات الارادية وغير الارادية وتنقسم إلى

أ - متغيرات الادراك : العوامل المرتبطة بمدى معرفة الاشخاص بصورة فطرية مكتسبة لكنه ا الاشياء بما يملي عليهم التصرف بطريقة معينة

ب - متغيرات التأثير : هي الحالات التي تعترى الأفراد بدون قصد منهم مثل حالات الانهودة والمشاعر كالجمل والحزن

ت - متغيرات السلوك : كل تصرف يظهر على الفرد بشكل ملموس كالحركة الناشئة كرد فعل لمتغيرات الادراك او التأثير مثل متغيرات الاستماع والقراءة والمشاهدة والاتفات والتركيز

• انواع المتغيرات "حسب درجة تأثيرها وتأثيرها "

١ - **المتغير المستقل** : يسمى المؤثر او الفاعل او السبب او السابق او التجريبي فهو يؤثر على غيره من المتغيرات وبالتالي يسبقها فيقود إلى نتيجة تشكل بذاتها متغير اخر يسمى التابع

٢ - **المتغير التابع** : يسمى المتأثر او النتيجة او الملاحظ او المؤثر وهي صفات توحى بالتبعية لغيره من المتغيرات خصوصا المستقل ونقرق بينهما بكلمة يؤثر في فيسبق المستقل ويتاخر التابع

٣ - **المتغير المعترض** : وقد يسمى المتغير المسد حيث انه يقتحم العلاقة بين المستقل والتابع ويؤثر فيها او يلغيها وبحكم انه يؤثر في غيره من المتغيرات الاخرى فهو في واقع الامر متغير مستقل

لو افترض باحثا وجود علاقة بين جودة البرامج وحجم مشاهدي التلفزيون فاننا يمكننا التعرف على نوع المتغيرين حين نقول : جودة البرامج تؤثر في حجم المشاهدين ولا يصح العكس ، كما ان بعض المتغيرات يمكن ان تكون تابعا وايضا مستقلا ويكون المحك هنا هو "

افتراض الباحث " وقدرته على ايجاد مبررات لافتراضاته ومثال ذلك : كأن يبحث الدارس العلاقة بين تصميم الاعلان والسلوك الاستهلاكي فيمكن ان يسبق احدهما الاخر كعامل مستقل فنقول بتصميم الاعلان يؤثر في سلوك الاستهلاك والعكس صحيح .

لتوضيح المتغير المعترض فمثلا لو إن باحثا درس درجة تأثير مشاهدة افلام العنف على الاطفال ووجد بان هناك فرق ذو دلالة احصائية في درجة ميول الاطفال نحو التصرف بشكل عدواني للفئة التي تشاهد عكس الفئة التي لا تشاهد وهذه النتيجة تشجع الباحث بالقول إن مشاهدة تلك الافلام هي السبب الرئيسي في التأثير على سلوك الاطفال بشكل عدواني فنلاحظ هنا إن محتوى الافلام هو المستقل والسلوك هو التابع . ومثال اخر لو إن باحث درس العلاقة بين طبيعة البيئة المعيشية وبين درجة التفاعل العدوانية مع تلك الافلام نفسها ووجد إن هناك فرق بين الاطفال الذين تربوا في بيئة سليمة وبين اولئك المتربين في بيئة تتسم بعدائتها وهذه النتيجة تنبه الباحث إلى وجود متغير معترض جانبي هو البيئة الاجتماعية ، ولعل انجح طريقة في التحكم في المتغيرات المعترضة هو إن يحاول الباحث حصر معظم المتغيرات التي يمكن إن تسهم في التأثير على المتغيرات التابعة او فرضياته او تساؤلاته ثم يلجا بطرق احصائية إلى عزلها عن التغيرات المقصودة ولكن هذا لا يتم الا بجمع المعلومات عن المتغيرات المعترضة بنفس الاهتمام في جمع المعلومات الاساسية ، بل ان البعض يضمن تساؤلات وفرضيات بحثه ما يشير الا انه سوف يختبر تلك المتغيرات المعترضة للتأكد من عدم افسادها للنتائج المطلوبة .

● مستويات القياس :

ان بديهيات تقييم او ترتيب او قياس موضوع هو وضع مفاهيم ذلك الموضوع ومتغيراته في مقاييس وتصنيفات يمكن ترقيمتها ليسهل التجكم بها وتحليلها دون تداخلها ولكن معنى المقاييس وطرق تصميمها تختلف من متغير لآخر وتكمن اهمية مستويات القياس في انها " تساعد الباحث والقراء على تجسيد قيمة المفاهيم "

تنقسم مستويات القياس إلى :

- ١ - قياس الاسم او التصنيف
- ٢ - قياس الترتيب
- ٣ - قياس الفئة
- ٤ - قياس النسبة

اسم التصنيف	تعريفه	اهميته	مثال
الاسم او التصنيف	لا تعني فيه التقسيمات او الارقام أي	يقصد به تحديد المسمى او الوصف لكل متغير ووضع كل صنف فيما يلائمة	الاسئلة التي تبحث عن معلومات شخصية والتي تصنف العينة

إلى رجال ونساء واطفال ومسنين وتصنف وظائفهم إلى مدير عام ونائب وموظف وعامل وتصنف الحالة الاجتماعية إلى متزوج واعزب ومطلق وارمل	هذا اضعف انواع القياس في التحليل لانه يستخدم للتصنيف فقط	تمييز او تفضيل لبعضها البعض	
طلب الباحث من افراد العينة ترتيب قائمة برامج تلفزيونية من خلال وضع ارقام محددة من رقم واحد فاكتر وفقا لدرجات تفضيلاتهم لها محاولة ايجاد مجال للتحديد بصورة دق في هذا القياس يلجا الباحثين إلى زيادة فئات الترتيب باقصى ما يسمح به الميزان ليعطي ارقاما اكثر تسمح لاعطاء وصف ادق ومثال ذلك إن تصنف مثلا عينة في المستوى التعليمي إلى منثاني ابتدائي فما دون ومن لديه ثاني إلى رابع ابتدائي وهكذا	يحمل معنى اكثر من مجرد التصنيف بمعنى إن هناك فئة اعلى او افضل او اكثر ا واهم . برغم ميزة الترتيب الا إنه لا يعطي وصفا دقيقا لافراد العينة لاسباب هي ١ - محدودية التصنيفات المعتمدة في الترتيب ٢ - عدم دقة المسافة بين الفئات او التقسيمات	هو تصنيف الاشخاص او الاحداث او الاشياء وفقا لخصائص الترتيب التي تميزها عن بعضها البعض عدم دقته في المسافة فمثلا المسافة بين تعليم حاملي شهادة المتوسطة والثانوية لا يعادل الابتدائية اذ إن من يحمل ثاني ثانوي كأنه في المرحلة المتوسطة دون اعتبار لسنوات الدراسة	قياس الترتيب
امثلة اخرى درجة الحرارة ميزان مثلا :كلمة كثير ليس بالضرورة تساوي ضعف قليل	مثال تقييم مستوى معرفة اللغة الانجليزية من صفر إلى □□ أي من ضعيف إلى ممتاز والعملية هنا تقريبية لان من اخذ صفر ليس معنى انه صفر أي لا تنعدم لغته الانجليزية	يسمى مقياس الفترة وهو الذي يكون فيه الفرق بين القيمة فرقا في المسافة فقط وليس الحجم أي إن الصفر افتراضي ولا يعنى انعدام السمة عند وصول القياس للصفر	قياس الفئة interval
امثلة عدد الاسرة	فعندما نقول كم مرة اطلعت على الموقع " فاذا قال □ مرات فهو يوازي ضعف □ مرات	يكون فيه الفرق في القيمة فرق في المسافة والحجم معا بمعنى إن الصفر حقيقي ملموس وليس افتراضي	قياس النسبة

بناء موازين القياس

لاتوجد معاناه للباحث في بناء موازين القياس الاسمي والترتيبي اذ إن التقسيم يكون واضحا وبدهيا فمثلا نقسم الجنس إلى ذكر او انثى ونقسم الحالة الاجتماعية إلى اعزب ومتزوج ووو وكلها سهلة ميسرة . اما مقاييس الفئة والنسبة يحتاج إلى بحث وتمحيص وتدقيق اكبر من الاسمي والترتيبي ونظرا لضرورة بناء مقياس يعتد به في الصدق نصح المتخصصين إن يلجأ الدارس إلى استخدام موازين الاخرين في حال توفرها

اهم الجوانب التي يجب مراعاتها عند بناء ميزان شامل يفى بالاجابة

- ١ - إن يحدد المتغيرات التي يريد قياسها
- ٢ - جمع اكبر عدد من الاراء حول تلك المتغيرات التي حددها
- ٣ - صياغة تلك المعلومات في جمل قصيرة وعبارات محددة
- ٤ - يقسم الجمل وفقا لموازين يفترضها تكون ممثلة لمتغيرات مبنية على رأي العينة
- ٥ - احصاء قيم ميزان كل عبارة

- ٦ - التخلص من الجمل الغامضة والمتكررة وغير ذات العلاقة
- ٧ - وضع اختبار مبدئي للعبارة
- ٨ - اعادة تنقيح العبارات وفقا لنتيجة الاختبار المبدئي او التجريبي
- ٩ - اختيار قائمة قصيرة تحوى عبارات او اسئلة ذات تسلسل منطقي
- ١٠ - اجراء اختبار الثبات والصدق للموازين التي وقع اختياره عليها

اشهر الموازين

- ١ - ميزان لايكرت اقوى الموازين لقياس الفئة ويتكون من خمس خانات لاختبار الآراء والتفصيلات والمواقف ويمتاز بالسهولة في بناءه وترميزه والتعامل معه من قبل افراد العينة حيث يختارون الجانب المناسب لهم شخصيا ومثال ذلك " اشاهد البيوتوب لانه يساعدني على تعلم شي جديد (اوافق / اوافق جدا / لا اعلم / لا اوافق / لا اوافق مطلقا)
- ٢ - ميزان دلالة الالفاظ المتباينة semantic differentia scale يستخدم لمعرفة آراء العينة ومواقفهم وهو يمنح المبحوثون خيارات فردية العدد طرفاها صفتان متناقضتان للمتغير قيد الدراسة مما يعني ان الراي الاوسط لا يمثل رايا صريحا مما يتيح فرصا متعددة لاختيار الاقرب ومثال ذلك " اعتقد بان اعلانات الرسائل القصيرة عبر الهاتف المحمول " مفيدة / مزعجة / مثيرة / مسلية / مملة /) وفي هذا المقياس تعطى قيم لكل عبارة مع مراعاة ان تكون كلمة مفيدة تاخذ الرقم الاعلى مع وضع الكلمات بشكل ملخبط للتحقق من مصداقية الاجابة ودقة الاختيار للعبارة الملائمة . وهناك بعض الباحثين يخصص خيارات زوجية ليجبرهم على اختيار احدهما ، ويجب تجنب التداخل بين انواع الموازين مثل وضع نعم / لا / احيانا) في المقياس الاسمي لانها ازدواجية وقد تعني نعم وهذا يعتبر تكرار يؤدي للتشتت . اذا فهي عبارة تناسب قياس الفئة التي تكون عبارته دائما / احيانا / نادرا / لا يحدث .

التعريفات الاجرائية

عملية التفكير تقود إلى اللغة وهذه اللغة تتألف من رموز وقواعد ومن أكثر هذه الرموز أهمية هو المفهوم ، ونظرا لوجود "غموضا قد يقع فيما يقصده الباحث ببعض المتغيرات والمفاهيم وصعوبة القياس بوضع المفاهيم وتحديدها وجب اللجوء و دراسة التعريفات الاجرائية وتعرف بانها " شــــرح المتغيرات والمفاهيم التي قد تاخذ معنى مختلفا عن المعنى المقصود في الدراسة فمثلا ماهو المقصود من الخبر المحلي هل يعنى داخل المملكة ام له علاقة بالمملكة ومثلا لو ان هناك خبر برعاية زعيم سياسي لحدث رياضي فيجب تحديد جدولته اما اخبار سياسية او رياضية ، وكلما زادت عدد التصنيفات كلما زاد التداخل واصبح امرا محتملا فيستحسن عدم الاسهاب في التصنيفات واذا راي ان هناك صعوبة في فصل او تمييز تصنيفين فعليه ان يدمجهما كالبرامج الثقافية والبرامج التعليمية فيجمعهما تحت تصنيف واحد .

اهمية التعريف الاجرائي لا تكمن في عزل المفاهيم عن بعضها البعض فحسب وانما تتجاوز ذلك إلى دخولها في توجيه مسار طريقة قياس المتغيرات . فيقوم الباحث بتحويل المفهوم او الفكرة العامة إلى متغير قابل للقياس والاختبار حتى لا يجنح للخلط بين المفاهيم المتقاربة

الثبات والصدق

عناصر حاسمة في تحديد صحة نتائج الدراسات . فاذا اخفق فيهما او احدهما يجعل من السهل في الطعن في دراسته فمعيار الثبات يتعلق بالاداة المستخدمة بينما الصدق يتعلق بمضمون تلك الادارة .

الثبات : يقصد به إن تكون الادارة قادرة على اعطاء النتيجة ذاتها حين استخدامها لاكثر من مرة لان الاداة عنصر الثبات وتشبه ميزان الاتقال الذي يجب إن يكون موثوقا لوزن الشخص في اكثر مرة وبنفس النتيجة اذا تكررت ، وتتنوع مصادر الاخطاء التي تؤدي إلى عد ثبات اداة البحث فقد تكون

- ١ - خلل الاداة " عدم ثباتها " ويظهر ذلك جليا في عد وضوح أسئلتها وغموض صياغتها فيتشنت الجمهور في فهم المقصود من السؤال ويؤدي لحصول الباحث على معلومات متفاوتة عن ومتغيرات متماثلة لان المتغيرات يتم فهم ١٥ من افراد العينة بشكل نسبي فكلمة كثير قد تكون متوسطا وكلمة ترفيهي قد تعنى تعليمي
- ٢ - عدم الثبات المتعلق بالقائم بجمع المعلومات : حين يكون غير قادر على التمييز بين المصطلحات والمتغيرات الاساسية ، وهذا الخلل يكثر في الحالات التي يستعين فيها الباحث باخرين خصوصا اثناء استخدام الملاحظة او المقابلة او تحليل المضمون ولتفادي الوقوع في هذا الخطا ينبغي تدريب المساعدين وتعريف المصطلحات اجرائيا بشكل دقيق
- ٣ - تعامل العينة مع الاداة " افرادها " ويعني حدوث عوامل تؤدي بهم إلى عدم تحري الدقة في اجاباتهم ويحدث ذلك فيما لو طلب الباحث من بعضهم الاجابة على اداة البحث في اوقات او اماكن لا تناسبهم او اصر على مشاركتهم دون رغبة اكيدة منهم في التطوع

سؤال " يقتصر الخلل في ثبات النتائج على موضعي عدم وضوح المصطلحات او اختلاف مساعدي الباحث لمعانيها " x نضيف عليهم تعامل افراد العينة انفسهم

لكي يتحقق عامل الثبات في الاداة يوصى باستخدام احدي او جميع الطرق التالية

- ١ - اسلوب اعادة الاختبار: اعادة تطبيق الاداة مرة اخرى في حال النتيجة ذاتها فهذا مؤشر قوي لثبات الاداة
- ٢ - اسلوب تقسيم مؤشرات المتغير إلى نصفين : مثلا وضع □ مؤشرات لتحديد المقصود بمتغير معين "كالترفيه " وكيفية التعرف على من يمكن ادراجه في فئة الباحثين عن المتغير "كالترفيه" فتقسم المؤشرات إلى قسمين بواقع □ مؤشرات لكل تساؤل ثم مقارنة نتائجها عن نفس العينة فيمكن التعرف بعدها على ثبات الاداة من خلال درجة التشابه في الاجابات وكلما اقتربت للتشابه اقتربت للثبات والعكس صحيح
- ٣ - استخدام مقاييس معتمدة : وهي المقاييس التي قد خضعت لاختبار الثبات اما من قبل مصمميها في الاصل او من خلال الاستخدام المتكرر الذي يؤدي في الغالب إلى تطويرها بما يضمن ثباتها .

الصدق

نظرا لتلازم الصدق والثبات وسهولة تداخلهما فانه يصبح من الصعب الفصل والتمييز بينهما وغالبا ما يتعامل الباحث مع احدهما بمسمى الاخر والعكس صحيح . ولكن نميز بينهما ناخذ مثال ميزان الاتقال وعرفنا إن الثبات يتحقق اذا اعطى الميزان الوزن نفسه اكثر من مرة ولكن هل النتيجة التي يمنحها الميزان يمكن التسليم بانها تعكس حقيقة الوزن الفعلي "الصدق" الجواب ليس بالضرورة فقد يكون هناك خلل في الاداة ادى إلى اعطاءنا رقما متماثلا باستمرار ولكنه لا يحقق صدقها ، اذا فالصدق هو إن تقيس الاداة ما صممت لاجله بمعنى إن الاستبانة مثلا او الاسئلة يجب إن تحوى على خيارات تمثل رأي الجمهور وليس رأي الباحث . ومما يدخل في موضوع الاخلال

بالمصادقية هو "مسألة النقص الذي يحدث في تغطية جميع جوانب المتغير قيد الدراسة كان تشمل الاستبانة على عدد لا بأس به من الآراء حول برنامج معين ولكنه لم تكن شاملة لها جميعها او لم تتح خانة تسمح بادراك آراء اخرى

يمكن التعرف على مصادقية مضمون الاداة عبر الاساليب التالية

- ١ - **الصدق الظاهري** : اتفاق الآراء على إن الاداة تختبر ما وضعت لاجله ، وتتحقق الصدائية الظاهرة بصورة اقوى عندما يعرض الباحث دراسته على المختصين والخبراء والمحكمين لابداء الراي والمشورة
- ٢ - **مصادقية المضمون** : الشمولية في تساؤلات وعناصر الاداة بدرجة تفي بالتساؤل المقصود الاجابة عنه في التساؤلات . فثلا اذا اراد باحث التحقق من اسباب مشاهدة التلفزيون المفترض إن تنبع الخيارات المتاحة للمبحوثين من الاشباع والاستخدامات فلا يكفي الترفيه او التثقيف
- ٣ - **الصدق التلازمي** استخدام الباحث عدة مقاييس للتعرف على متغير واحد ثم يختبر درجة الارتباط بين تلك المقاييس فاذا جاءت العلاقة قوية فهذا يعد مؤثر مهم لمستوى درجة الصدق وثبات التلازم
- ٤ - **الصدق البنائي** : هو الصدق القائم على الاستخدام المتكرر للمقياس من قبل العديد من الباحثين والدراسات
- ٥ - **الصدق المعياري** : يعرف من خلال الربط بين سلوك بعض افراد العينة وبين التصميم الذي وضع الباحث للتعرف على ذلك السلوك . فمثلا لو حاول مختص رجل العلاقات معرفة درجة حزم الادارة مع الموظفين في مكنه التحقق من مصادقية اداته من خلال مقارنة نتج دراسته مع القرارات المتخذة من قبل الادارة لموظفيها ومدى التزامهم بتطبيقها
- ٦ - **الصدق التنبؤي** : يمكن التحقق من عبر علامات التوقع الذي صممت الاداة من اجله مثل :
الباحث الذي يستخدم نموذج او نظرية انتشار الابتكار لدراسة درجة اقبال الجمهور على تبني وسيلة ما مثل موقع فيسبوك فيمكن التعرف على صدق اداته من خلال ملاحظة سلوك الجمهور فيما بعد تجاه تلك الوسيلة

الفصل الرابع : مجتمعات البحوث الإعلامية وعيناتها

المجتمع والعينة :

المجتمع : هو المجموعة الكبيرة / مجتمع الدراسة ويتكون من جميع افراد او جزئيات الدراسة

العينة : المجموعة الصغيرة / هو الجزء الذي تم اختياره من المجتمع

- في الدراسات الانسانية بما فيها دراسات الاعلام لا يتم اللجوء إلى اختيار عينة من المجتمع الا في حالة تعذر تطبيق الدراسة على المجتمع كله
- طرح التساؤلات على المجتمع كاملا فيه صعوبة وعمل شاق للغاية لاسباب عديدة فقد يتعلق بعضها بامكانات الباحث او الوقت والتكلفة لان الحصر الشامل لا يمكن استخدامه في اية دراسات ماعدا مشروعات الاحصاء السكاني الباهظة التكاليف . ولكن الاسلوب المتبع هو اختيار عينة ثم تعميم النتائج على البقية
- معظم النتائج التي توصل اليها الباحثون في دراساتهم الاعلامية والدراسات الاجتماعية تعتمد على معلومات حصلوا عليها من عدد افراد او اشياء اختيرت بعناية "عينة " وفقا لمعايير محددة تحقق التماثل في الخصائص
- ما الذي ساعد على استخدام العينة ؟

١ - سهولة التطبيق عليها عكس التطبيق على المجتمع

٢ - يمكن ان تصل دقتها إلى درجة مقاربة للنتيجة الفعلية كما في المجتمع ولكن ليست ١٠٠٪

- ليس للباحث ان يدعي ان نتائج دراسته مماثلة تماما لنتائج المجتمع لانه لا يمكن القطع بصحة النتيجة ١٠٠٪ مالم يستخدم جميع الافراد في دراسته وذلك بسبب "الخطأ العيني " الذي يظل موجودا مادامت معلومات البحث مستقاه من العينة وليست من المجتمع
- الخطأ العيني : هو المسافة الفاصلة بين نتيجة العينة والنتيجة الفعلية للمجتمع

حجم العينة

يحتار بعض الباحثين في تقرير الحجم المناسب من العينة وهذا امر يشير إلى الجدل لدى بعض المختصين انفسهم حيث من بينهم من قرر اخذ نسبة محددة ١٠٪ او ٢٠٪ والبعض يرجع الامر للباحث نفسه فيقرر الحجم .

هناك عاملان رئيسيان في مسألة تقرير حجم العينة ما هما ؟

١ - درجة تجانس افراد او مفردات مجتمع الدراسة

٢ - مدى حاجة الباحث في الحصول على نتائج دقيقة

- اختيار العينة يختلف من دراسة لآخرى فمثلا اختيار العينة في الدراسات العلمية التطبيقية اسهل منه في الدراسات الاجتماعية . وقد يتطلب الامر اخذ عينة واحدة فقط كما في مثال دم الانسان والسبب واضح وهو تجانس الدم ، اما في الدراسات الاجتماعية والانسانية ومنها الاعلامية فنجد ان مفرداتها مختلفة في التكوين والاتجاهات وبذلك لا بد من التنوع في العينة واختيار اعداد كبيرة للتمثيل الجيد للاتجاهات المتنافرة ، لذلك لا بد من مراعاة درجة تفاوت مجتمع الدراسة في المتغيرات التي تتكون منها التساؤلات والافتراضات وهذا يعني ان المجتمع ذو الطبيعة المتجانسة يكفيه عينة صغيرة الحجم والعكس صحيح .
- زيادة حجم افراد العينة إلى مستوى معين في الدراسات الانسانية يسهم بشكل مباشر في الحصول على نتائج اكثر دقة

- اذا كان حجم المجتمع صغيرا ويمكن دراسته كاملا فمن الافضل عمل ذلك خصوصا في ظل عدم التجانس بين افراده ومفرداته كما في الدراسات التقييمية الصغيرة التي تجربها المؤسسات الاعلامية على منسوبيها افراد المؤسسة المتشنتة ارائهم ، فمن الاجدى اخذ جميع الآراء دون استثناء احد خاصة انه يمكن ذلك دون عناء وهذا له اهمية قصوى وهو إن الباحث لن يدع مجالا لأي خطأ عيني يمكن إن يطرأ ويعطي خطأ
- في الدراسات الخاصة بالوسائل الاعلامية يوصى افضلية اختيار عينة الدراسة من جميع الوسائل الاعلامية الصادرة و ان كان عددها محدود فمثلا التعرف على الدخل الاعلاني للصحف اليومية في المملكة فمن الافضل اختيار عينة ممثلة من جميع الصحف ولا يكتفى بـ □ او □

مفردات العينة في البحوث الاعلامية

تختلف مفردات عينة البحث في الدراسات الاعلامية الميدانية وفقا للمصدر الذي سيحصل الباحث منه على المعلومة المطلوبة . والمحك الرئيسي في تحديد مفردات العينة هو موضوع الباحث قيد الدراسة ويمكن الاستدلال على تلك المفردات احيان من عنوان البحث نفسه المفردات يمكن تقسيمها بناءا على طبيعتها إلى نوعين :

- ١ - **مفردات الأشخاص** : هم جمهور الدراسة المتلقين للرسالة الاعلامية من قراء ومشاهدين ومستمعين وايضا القائمين بالاتصال كالعاملين في المؤسسات الاعلامية من رؤساء تحرير ومذيع ومحرر ومراسل
 - ٢ - **مفردات الاشياء** : هم المفردات الاخرى غير الاشخاص والتي يرصدها الباحث للحصول على معلوماته كعينات الصحف والقنوات والمحطات والمواقع الالكترونية وعينات المؤسسات والمسكن وعينات المادة المكتوبة والمطبوعة والمرئية والمسموعة
- هذا التقسيم لا يعني حصر عينة البحث على احدهما لان البحوث الاعلامية ليست مقيدة بالاشخاص او بمفردات الاشياء فقد يحتاج الباحث وفقا لموضوعه احد القسمين ليقوده للتقسيم الاخر فمثلا تحليل اسلوب كتابة الصحافة في الوطن العربي يستخدم اولا الاشخاص ثم الاشياء "مقالاتهم" ، اما دراسة آراء مديعي التلفزيون في موضوع ما يلجا الباحث للاشياء اولا " عينة قنوات " ثم إلى الاشخاص " عينة مذيعين "

• الخطأ العيني :

قلنا إن اختيار افراد او جزئيات محدودة من مجموعة اكبر لا يعنى انها تمثل المجتمع □□□ .٪ بدرجة متكاملة ولكن نتحرى إن تعطي العينة شكلا مائلا إلى القرب للتماثل لما هي عليه تركيبة المجتمع ، لان الحصول على الشكل المتجانس تماما لا تتم الا اذا اختير المجتمع كله ولكن المطلوب هو الاقتراب في التخمين من الرقم الحقيقي بصورة افضل وتقليل الخطأ العيني وتقليص التراوح إلى اقل مسافة ممكنة ولكن كل هذا لا يتم الا بمراعاة عاملين هما

- ١ - **حجم العينة** : كلما زاد عدد العينة قل الخطأ العيني وزاد القرب نحو النتيجة الفعلية ولكن لاحظ إن مضاعفة العينة لا تعني تقليل معيار الخطأ إلى الضعف فمثلا لو كان الخطأ في □□□□ من الجمهور = □٪ لا يعني ذلك اننا لو ضاعفنا الجمهور إلى □□□□ سيقل الخطأ إلى □□٪ ولكن عليك مضاعفة العينة اربع مرات وليس مرة واحدة فيصبح الجمهور □□□□ ليقبل الخطأ العيني ، كما انه لا بد إلى الإشارة إلى إن حجم مجتمع العينة ليس له تاثير في تقليل الخطأ العيني او زيادته
- ٢ - **اختيار الطريقة المناسبة لاختيار العينة** : هناك انواع من العينات تكون اكثر دقة في تمثيلها لمجتمع البحث مثل العينة التطبيقية التي تعد الافضل في اجراء دراسة علمية تتعامل مع متغيرات تتأثر بطبيعة تركيبة المجتمع

انواع العينات :

تختلف في مسمياتها لاختلاف الطريقة التي يتم فيها اسلوب الاختيار الذي يخضع لعدة عوامل منها متعلق بإمكانية الوصول للعينات ومنها متعلق بأهمية الدراسة ومنها متعلق بمدى الحاجة إلى تعميم نتائجها

١ - **امكانية الوصول للعينات** : تعني مدى توفر المستلزمات لاختيار العينة مثل القدرة المادية والزمنية للباحث وكيفية الوصول للمفردات

٢ - **اهمية الدراسة ومدى الحاجة لتعميم نتائجها** : أي إن هناك نوع من الدراسات يتطلب التحري الدقيق في اختيار عيناتها العينات حسب الانواع :

١ - العينة العشوائية

٢ - العينة الغير عشوائية مثل (التطوعية - العمدية - المتاحة - الصدفة)

انواع العينات العشوائية :

١ - العشوائية البسيطة

٢ - العشوائية الطبقية

٣ - العشوائية العنقودية

٤ - العشوائية المنتظمة

العينة العشوائية :

هي التي تتيح لكل مفردة من مفردات المجتمع فرصة اختيارها ضمن مفردات العينة ، واحتمالية تمثيلها على سائر مفردات المجتمع اكبر من الغير عشوائية و تسمى احيانا بالعينة " الاحتمالية " واستخدامها شرطا اساسيا لمن يريد تطبيق الاختبارات الاحصائية .

العينة الغير عشوائية :

يكون اختيارها غير قائم على اساس اعطاء كل مفردة من مفردات المجتمع فرصة دخولها ضمن مفردات العينة واحتمالية تمثيلها ضعيفة عكس العشوائية وتسمى الغير احتمالية

العينات العشوائية

البسيطة : هي اسهل الانواع اختبارة وخطوات تقرير المفردة اقل من غيرها وخطواتها كالتالي

١ - تحديد مجتمع العينة

٢ - تحديد حجم العينة المطلوبة

٣ - وضع قائمة لجميع افراد المجتمع إن امكن ترقيمها

٤ - اختيار رقم عشوائي من جدول الارقام العشوائية في حال تعذر الترقيم

٥ - الانتقال لرقم اخر في اتجاه مجاور للاختيار الاول او إلى مفردة اخرى حسب الطريقة المحددة

٦ - زلر خطوة □ حتى يتم استيفاء حجم العينة

مثال :

التعرف على رأي الصحفيين العرب في الصحافة العربية ونريد الحصول على عينة ممثلة للصحفيين بكافة مستوياتها فيجب حصر كل الصحفيين ثم نقرر حجم العينة فمثلاً ١٠٠٠ صحفي وقررنا العدد المناسب للعينة ١٠٠٪ من المجتمع أي ١٠٠ صحفي فنقوم بوضع اسمائهم جميعاً واعطاء رقم لكل صحفي من ١٠٠٠ ثم ننتسعين بجدول الاحصاء المتعارف عليه وقد نستخدم الحاسوب ثم نختار اول رقم عشوائي ثم الرقم الذي على يمينه و يساره او اعلاه او اسفله ونسير على النمط نفسه . ولكن هذا الاسلوب البسيط العشوائي قد يتعثر تطبيقه مثلا في رأي سكان مدينة للكثافة السكانية فنلجأ إلى طرق اخرى كاستخدام دليل الهاتف مثلا في المقابلات الهاتفية .

الطبقية : اختيار عينة تاخذ في الاعتبار المجموعات ذات الخصائص المتفاوتة في مجتمع البحث ونلجأ لهذا الاسلوب حين تكون تلك الخصائص تمثل متغيرات تشتمل عليها تساؤلات البحث او فرضياته حيث انها لاتعتمد على الصدفة فقط وانما يكون التحكم للباحث نفسه وخطواتها

- ١ - تحديد مجتمع الدراسة ١٠٠٠ صحفي مثلا
 - ٢ - تحديد حجم العينة مثلا ١٠٪ أي ١٠٠
 - ٣ - تحديد المجموعات او الطبقات التي تمثل متغيرات جوهرية وترقيم مفردات كل مجموعة او طبقة على حدة فتشكل طبقات في مجموعة صحفي الجزيرة العربية وعددهم ١٠٠٠ وصحفي الشام ١٠٠٠ وصحفي شمال افريقيا ١٠٠٠ والمغرب العربي ١٠٠٠
 - ٤ - تطبيق عملية اختيار رقم عشوائي من الجدول مع كل مجموعة ومطابقته مع صاحب الرقم لانتقائه
 - ٥ - الانتقال إلى رقم اخر في أي اتجاه من الارقام المجاورة
 - ٦ - تكرار ١ لاستيفاء حجم العينة
هناك طريقتان لتحديد حجم العينة عند كل طبقة :
- الاولى : ياخذ الباحث عينات متساوية في العدد من كل مجموعة بصرف النظر عن احجامها أي ١٠٠ صحفي من كل مجموعة وتفضل هذه الطريقة اذا كان "رأي المجموعات هو المهم كأن يكون الهدف هو اجراء مقارنة بين المجموعات في النتائج .
- الثانية : ياخذ عدد يماثل نسبة تلك المجموعة من مجموع المجتمع بان يضرب عدد المفردات في ١٠٠٠ ويقسم على ١٠٠٠٠ فمثلا الجزيرة العربية ١٠٠٠ ضرب ١٠٠٠ / ١٠٠٠٠ = ١٠٪ أي ١٠٠ صحفي وهكذا

العنقودية

يشبه إلى حد ما الطبقية ولكن الاختلاف يكمن في إن الباحث يختار منها المجموعات بطريقة عشوائية بينما في الطبقية يختار الباحث بعض المفردات بطريقة عشوائية ، والعنقودية تناسب مجتمعات الدراسة ذات الكثافة العالية في مفرداتها او افرادها "مشاهدة سكان مدينة الرياض للتلفزيونية " فيجب بعد تحديد الخطوات السابقة المعروفة تحديد المجتمع وحجم العينة (١٠٠٠٠) شخص مثلا ثم نقوم بتحديد مجموعات العينة وتكويناتها أي مجموعة الاحياء كالمخططات والشوارع والمنازل بالاستعانة الخرائط الايضاحية لمدينة الرياض ثم نقدر حجم مفردات العينة في المجموعة الاخيرة من العنقود التي هي المنازل فيقدر الباحث متوسط عدد افراد كل منزل ١٠ اشخاص ثم نختار عينة المجموعات باسلوب عشوائي

المنتظمة :

اختيار العينة وفقا لتكرار معين يحدده الباحث شريطة ان تكون اختيار المفردة الاولى بشكل عشوائي وتستخدم هذه الطريقة في الدراسات التي تبحث في اعداد(المضمون) صحيفة من الصحف اليومية . فلو اردنا التعرف على مضمون صحيفة الشرق الاوسط خلال عام :

- تتميز في تجزئة مفرداتها بشكل منتظم ومتساو
- عيوبها " من الممكن تجاهل مجموعات من مجتمع العينة ذات خصائص لا توجد في ارقام التكرار فيقع هنا الباحث في خلل الوصول لحكم غير دقيق على المضمون .

العينات الغير عشوائية

نظرا لانها لا تحتل اعطاء التمثيل المنشود لبقية مفردات المجتمع فان نتائج أي دراسة من هذا النوع من العينات لا تمثل سوى المفردات التي اجريت عليها وبهذا لا يصح اجراء الاختبارات الاحصائية في ابحاث تتم اختيار عيناتها بهذه الطريقة لانها لم تتح لبقية مفردات المجتمع فرصة دخولها ضمن العينة لذا تعد الغير عشوائية مصدرا من مصادر التحيز في النتائج .

١ - التطوعية :

هي التي يتبرع افرادها في المشاركة في الدراسة فيختل شرط الفرصة للجميع فتزداد خطورة هذا النوع وتتفاقم باحتمال التفاعل وفقا لرغبات الباحث دون ان يعكس ذلك واقع الحال بشكل دقيق

٢ - العمدية :

يختار الباحث افرادها قسدا واعتقادا منه انها تمثل مجتمع دراسته

٣ - المتاحة :

هي المتوفرة للباحث ويلجأ اليها نظرا لتيسرها وسهولة الاخذ بها

٤ - الصدفة :

يتم الحصول عليها مصادفة كان يقف الباحث في احد الاماكن ويقرر انه سيختار كل من ياتي إلى ذلك المكان ليدرجه ضمن افراد الدراسة

الفصل الخامس : الدراسات الاعلامية المسيحية

- تعد الدراسات المسيحية من الدراسات المهمة التي اسهمت بشكل كبير في
- ١ - التعرف على خفايا الموضوعات الانسانية بشكل عام . والاعلامية بشكل خاص
 - ٢ - افراز معلومات للباحثون ساهمت في بناء البنية التحتية العلمية للتخصصات التي تهتم بالمجتمعات
 - ٣ - اصبح استخدامها في مختلف التخصصات من الامور الشائعة
 - ٤ - من افضل الطرق العلمية المتبعة للحصول على معلومات مهمة من مجتمع ضخم
 - ٥ - لم تقتصر على البشر فقط بل طبقت على مصانع الاقراص المغنطة
 - ٦ - في مجال الاعلام لقي اسلوب الدراسات المسيحية رواجاً واسعاً في البحوث التي تهدف للتعرف على الجمهور
 - ٧ - شاع استخدام الاسلوب المسيحي في استطلاعات الراي العام بشكل كبير

تعريفات الاسلوب المسيحي :

شوميكر +ماكومب عرفوا الدراسة المسيحية بانها التي تجمع المعلومات من خلال طرح اسئلة على الجمهور . ويوضحان ضابطاً مهماً لها بقولهما إن المعلومات التي يتم جمعها مصممة بصورة عامة بشكل يسمح بتقييمها وتحليلها احصائياً .

التعريف الأكثر شمولية : محاولة لجمع المعلومات من مفردات مجتمع الدراسة من اجل التعرف على الوضع الراهن لذلك المجتمع في ضوء متغير بحثي او اكثر . والشمولية هنا توضح إن الدراسات المسيحية لا تقتصر على الاشخاص وانما يدخل معها الاشياء كالجماجم كالمحطات والمحطات

تصميم استمارة بحوث الجماهير المسيحية :

يعتقد البعض إن تصميم نموذجاً لتساؤلات ادوات البحوث المسيحية تعد امراً ميسوراً جداً وان اختيار الباحث لموضوع يتحتم عليه طرح اكبر عدد من الاسئلة ولكن بالرغم من اهمية تلك الاسئلة الا " إن المعيار الحقيقي لطرح أي سؤال يجب إن يكون مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً باهداف الدراسة وبمعنى ادق "يجب إن نتخذ من تساؤلات البحث وفرضياته سبباً وجيهاً لتضمين أي سؤال في استمارة جمع المعلومات الخاصة بالجمهور والتي قد تشمل الاستبانة واستمارة المقابلة الشخصية والمقابلة الهاتفية ، ولكي يبني الباحث استمارة هادفة وسليمة فانه يجب إن ينظر إلى

- مشكلة الدراسة كغطاء عام ينتقل منه إلى الجزئيات المتمثلة في اسئلة البحث وفرضياته
- التساؤلات والفرضيات كغطاء عام لعناصر الاستمارة أي إن الاستمارة تشكل اسئلة أكثر خصوصية من تساؤلات البحث وفرضياته
- عنوان الدراسة هو النقطة الأكثر عمومية من العناصر السابقة (الأهداف - تساؤلات وفرضيات - استماره)

• ما هي اهم الفوائد التي يجنيها الباحث في تركيزه على اهداف دراسته ؟

تصميم استمارة متكاملة دون اسهاب او اختزال او الاختصار ، لذلك يحذر من الاسهاب في طرح التساؤلات والاختصار فيها ايضاً فمثلاً سؤال مثل أي القنوات تشاهد اكثر ؟ ولماذا ؟ هنا نجد إن الاجابة ستلقي بظلالها على كل البرامج ورغم وجود وجود برامج جيدة في قنوات اخرى وهذا يسمى استقراء ناقص

• نقاط وتعليمات مهمة للباحث في اعداد لبحوث :

- ١ - بناء نموذج تساؤلات قصير قد الامكان أي إن يستوفي الهدف منه
- ٢ - الابتعاد عن الاسئلة المفتوحة التي تتطلب اجابات طويلة
- ٣ - من الافضل إن يبدأ الباحث بالاسئلة السهلة لتكون حافزا للتجاوب ومن ثم ترغيبهم في الاستمرار
- ٤ - يجب إن تكون الاسئلة واضحة وجلية لان فهم السؤال يساعد على اعطاء الاجابة الصحيحة
- ٥ - استخدام الالفاظ الواضحة وتجنبنا المبهم من التعبيرات ككلمة مونتاغ لا يفهما الا القلة
- ٦ - يستحسن وضع الاسئلة الشخصية في آخر الاستمارة لان وضعها في البداية يفاجأ المتجاوب مثل كم راتبك
- ٧ - تذكر إن استمرار المبحوث في الاجابة مكفولة بقدرتك على جذبه من خلال اقناعك لهم بجدوى دراستك ثم حسن ترتيبك للاسئلة وطريقة طرحها وجودة شكلها
- ٨ - إن تكون الاسئلة موضوعية وان لا تكون من النمط الذي يوحي بالاجابة مثل "يرى الكثير .. فكلمة الكثير توحيله بالانظام للاكثرية
- ٩ - تجنب الاسئلة التي تقرر حقيقة مسبقه "هل لاتزال تستمع إلى نشرة اخبارالسابعة " مما يرغم على الاجابة بنعم او لا ولكن ماذا عن الشخص الذي لا يستمع مطلقا ، ولتجنب هذه الاسئلة لابد من البداية بما يسمى باسئلة التصفية والتي تقرر بشكل مسبق المستمع من عدمه
- ١٠ - طرح الاسئلة في ترتيب منطقي فمثلا يسأل عن مدى المشاهدة قبل عدد مرات المشاهدة او عن رايبهم في برنامج معين
- ١١ - تجنب الاسئلة التي تحتمل سؤالين في وقت واحد عندما يحرص الباحث على طرح سؤال عام مثل التلفزيون السعودي جيد (، موافق او غير موافق) سيقف المبحوث في حيرة هل المقصود قناة بعينها ام كل القنوات . ومثال اخر" الصفحات الثقافية والرياضية تزودني بما اريد " وافق/ غير موافق) وهنا المبحوث قد يوافقك على الرياضية فقط وانت تخرجه في الاجابة اما موافق او غير موافق
- ١٢ - لا تنس الهدف الذي من اجله اعدت الدراسة

مصادقية الدراسات المسحية

هناك تردد من بعض الدارسين في تقرير مدى صدق المعلومات التي يتم الحصول عليها من الدراسات المسحية، الا إن علماء النفس يؤكدون قدرتها على نقلها بصدق لاحاسيس الافراد بدرجة كبيرة خاصة من سن الثامنة ولكن ذلك لا يعفي الباحث من اهمية تقويم اداة الدراسة واختبار مصادقيتها من خلال تطبيق الاداة على عينة مشابهة حتى لا يؤدي التسرع في تطبيقها إلى حدوث ارباك له وللعينة كأن لا تحتوى على جميع العناصر او يشوبها بعض اشكال الصياغة

ادوات بحوث الجماهير المسحية :

- ١ - الاستبانة
- ٢ - المقابلة الشخصية
- ٣ - المقابلة الهاتفية

الاستبانة :

- اشهر وسائل جمع المعلومات في البحوث النظرية
- هي نموذج مقابلة تحريرية مع عينة البحث يتولى الافراد قراءتها واعطاء الجواب الانسب لها
- تفتقد إلى عنصر التفاعل الشخصي لذلك تحتاج إلى المهارة والقدرة على التصميم بأسلوب مناسب
- لا بد إن تكون تساؤلاتها واضحة بدون غموض وان تنظم مضمونها بطريقة تيسر التعامل معها

يتم طرح الاستبانة من خلال طريقتين

- أ - المناولة الشخصية او الوسيط عبر شخص اخر وتستخدم هذه في حال سهولة الوصول لافراد العينة ببسر وخاصة الفئات المتواجدة في مكان واحد كطلاب المدارس والموظفين والعمال وتكثر ايضا في البلدان التي يقل فيها الجمهور ادراكه لاهمية البحوث المسحية حيث تتيح المناولة امكانية الحاح الباحث على استرداد الاستبانة بصورة شخصية على الرغم من احتمالية تاثير ذلك على اجاباتهم
- ب - المراسلة البريدية سواء من خلال البريد الورقي او الالكتروني وهذه تتفوق على السابقة لانها تتيح فرصة اكبر في الوصول إلى عينة الدراسة وتختصر الوقت والجهد ولكن نسبة المشاركة فيها ضعيفة مما يصعب الحصول على المعلومات ، وهناك طريقتان لاسترجاع

هذا النوع من الاستبانات

- ١ - ارفاق مظروف مصحب للرسالة المحمولة يحتوي على طابع بريدي يعفي المشارك من تكلفة ارساله كما يفضل إن يحتوي على تدوين مجهز لعنوان الباحث
- ٢ - اشعار المتأخرين عن المشاركة بضرورة اعادتها بعد استكمالها بتعزيز الاتصال بهم برسالة اخرى تشمل على نسخة مماثلة للاستبانة الاولى لان البعض منهم من الممكن انه اضاع الاولى وبعضهم يعزز برسالة ثالثة لكن ذلك قد يقلل من زيادة الاستجابة وهذا يخضع لظروف الباحث
- بعض الباحثين يلجأ لشراء اعلان الكتروني (بانر) لفترة زمنية محددة في احدى الصحف او المواقع الالكترونية وحثهم على المشاركة بالدخول مباشرة لرابط الاستمارة عند الضغط على الاعلان
- الباحث المستخدم لهذه الاداة عليه إن لا يببالغ في التفاؤل في عملية استرجاع النماذج الورقية لان الابحاث اشارت إلى تفاوت شاسع بين افراد العينة في درجة الحرص على المشاركة . وبعضهم ليس لديه الرغبة
- على الرغم من فقدان مشاركة بعض الافراد قد يحدث خللا في شرح تطبيق الاحصاء الاستنتاجي الذي يقوم على اختبار جميع مفردات العينة الا إن البعض يرى امكانية الاستمرار بشرط عدم وصول المتخلفين إلى نسبة تزيد عن □□% من المجموع الكلي المرسل ، ولعل انسب الطرق هو زيادة افراد العينة

شكل الاستبانة

- استبانة جذابة لتشجيع التجاوب
- الاهتمام بالشكل الذي تطرح فيه التساؤلات والفرضيات
- وضوح الصياغة وسلاستها
- الحرص على التعامل بدقة مع الاسئلة الموجهة لفئة معينة
- نظرا لعدم وجود تفاعل شخصي يقوم الباحث بارفاق رسالة قصيرة توضح عنوان دراسته والهدف وحثهم على المشاركة وان يطمئنهم بان الغرض من دراسته هو علمي بحث وان لهم الحرية في كتابة الاسماء

مميزات الاستبانة

- ١ - اقتصادية الاداة للوصول إلى اكبر عدد حيث لا تحتاج إلى مدربين لمقابلة العينة
- ٢ - تسمح للمشاركة بدلاء رؤية بصراحة تامة خصوصا اذا طمأنهم بسرية التعامل مع اجاباتهم وعدم الحاجة إلى كتابة اسمائهم
- ٣ - تسم في تقليل درجة التحيز للمبحوثين حيث غياب الاتصال الشخصي يعطي فرصة للاجابة على التساؤلات بتجرد تام بعيد عن التلميحات او العواطف ووجود التماثل التام حيث كل فرد ياخذ نفس النسخة التي حصل عليها الاخرون وهذا يحقق شرط "الموضوعية في طرح التساؤلات " عكس الهاتفية او الشخصية التي قد تؤدي إلى التحيز
- ٤ - تمنح المبحوثين فرصة كافية للتفكير في الاجابة والتمهل في قراءة الاسئلة والتامل في معانيها والتأكد من فهم المقصود واعطاء فسحة كافية من الزمن لاختيار الوقت المناسب وهذا مما يدعم "مصادقية الاجابة " وهذا لا تسمح به الهاتفية او الشخصية التان تدفعان المبحوث بالاجابة السريعة

عيوب الاستبانة

- ١ - اقل الادوات في نسبة درجة التجاوب من المبحوثين سواء من اهمل ارجاعها او الغير متفاعلين الكترونيا او الذين لا يكملون الاجابات وحتى مع تجاوبهم فان هذه الاداة تستغرق الكثير من الوقت مما يجعلها اكثر الادوات بطناً في عودتها فيحتاج الباحث إلى اسابيع او اشهر لاستردادها
- ٢ - عدم معرفة من هو المجيب الفعلي لان بقاءها فترة طويلة مع المبحوث يعني انها عرضة بان تقع بيد شخص اخر او قد يسند المبحوث الاجابة لشخص اخر
- ٣ - عدم قدرة المبحوثين على الاستفسار من الباحث من اجل فهم التساؤلات التي لا يدركونها مما يؤدي إلى تجاوزهم التساؤلات دون فهم تام معناها
- ٤ - تخص الفئة التي تعرف القراءة والكتابة والانترنت وتستنثني الاميين وصغار السن ولتفادي ذلك يجمع الباحث اداة الاستبانة مع المقابلة

المقابلة الشخصية

هي طرح التساؤلات وجها لوجه ويمكن تطبيقها في اماكن متعددة سواء المنازل او المدارس او الاسواق

تنقسم وفقا للشكل إلى

- ١ - المقابلة المقتنة : تسيير وفقا لتساؤلات محددة مسبقا بدون استطراد بشكل واسع إلى معلومات اضافية وهذا النوع يمتاز بسهولة التحليل ويعاب عليه محدودية المعلومات وقلة عمقها
- ٢ - المقابلة الغير مقتنة : عكس الاولى حيث تجرى بصورة اكثر توسعا بطرح المزيد من التساؤلات مما يمنح ميزة التعمق بشكل اكبر ولكن يعاب عليها صعوبة تصنيف المعلومات الاضافية وتحليلها واحتمالية الاطالة في مدتها التي قد تنفر المشاركين وتؤثر على اجاباتهم .

مميزات المقابلة الشخصية :

- ١- المرونة في التطبيق : تطويع الاسئلة لتحقيق غرضه كاستخدام الوسائل الايضاحية لمساعدة المبحوث
- ٢- امكانية الحصول على معلومات اكثر: كتعليقات اضافية واستخدام الاسئلة المفتوحة وتوجيه المبحوث للوجهة الصحيحة ويمنع أي استطرادات ليس لها صلة بالاهداف ، وتبرز جدوى هذه الخاصية في البحوث الاستكشافية الكيفية
- ٣- هي اكثر تأكيدا إن افراد العينة هم الذين اجابوا عن التساؤلات عكس الاستبانة او الاتصال الهاتفي لا يمكن إن تحقق هذه الميزة فقد يكون شخص اخر

عيوب المقابلة الشخصية

- ١- الزيادة في التكلفة والاطالة في الوقت عندما تكون العينة ذات اعداد كبيرة وقد يلجأ الباحث إلى الاستعانة بذوي الكفاية وتوجيههم وتنقلهم في حال تشتت العينة مما يكلف ماديا وايضا وقتيا في التحليل والوقت الذي سيقضيه المقابل مع المبحوثين
- ٢- ضرورة توفر الشخص القادر على اداء المقابلة بصورة جيدة ومناسقة : لان حساسية اجراءها واستخدام الاسلوب الانسب يؤثران في دقة الوصول للغرض لذلك يكون الاعداد الجيد مطلب

المقابلة الهاتفية

- تعد هذه الاداة مع اداة العداد الالكتروني اشهر ادوات البحث في دراسات جمهور الاذاعة والتلفزيون في امريكا واوروبا ، اما في الدول النامية وبالذات المحافظة منها لا تزال تحتاج لبعض الوقت لاستثمارها بشكل مفيد . وتعود شهرة هذه لاداة في " جمع المعلومات لعدة اسباب هي "المميزات "
- ١- سرعة الحصول على العينة والحصول على المعلومات ولا تتوقف عند ذلك بل يقوم الباحث بادخال تلك المعلومات في جهاز الحاسب وسرعة تحليله داخل البرامج الاحصائية المصممة اثناء المكالمات الهاتفية ويسمى CATI جهاز الحاسب المساعد ، وهذه الاداة ومن خلال هذه الخاصية فهي تشابه "اداة الاستبانة الالكترونية التي يتم ترميزها بشكل تلقائي في نفس اللحظة عن طريق الانترنت
 - ٢- سهولة اختيار العينة من دليل الهاتف عشوائيا بالرغم من عدم احتوائه على اسماء جميع من لديهم خدمة هاتفية وهذه طريقة تشيير إلى مصداقية هذا النهج
 - ٣- سهولة اشراف الباحث على القائمين باجراء المقابلة ، لان المكالمات تنطلق من مكان واحد فيسهل للباحث إن يكون قريبا من مساعديه وهم قريبين منه لأي استفسارات متبادلة بين الطرفين
 - ٤- قلة التكلفة مقارنة بالادوات الاخرى : فهي تسهم في تخفيض تكلفة جمع المعلومات عكس الاستبانة او المقابلة الشخصية اللتان تتطلبان التنقل من مكان لآخر ويستثنى من ذلك الاستبانة الالكترونية التي تعتبر هي المتوقعة في ابسط صور استخدامها على جميع الادوات في قلة التكلفة

اهم عيوب المقابلة الهاتفية :

- ١ - تردد افراد العينة في المشاركة : لان الاتصال الهاتفي بمجهولين لدى الباحث قد يثير شكوكهم وترددهم وقد يتعرض لرفضهم ولذلك يجب عليه كسر ذلك الحاجز عن طريق المباشرة بالتعريف بالجهة القائمة على البحث وشخصية المتصل واهداف الدراسة ومدة المقابلة وسؤاله للمبحوث عن مدى ملائمة وقته واذا احتاج المبحوث لرقم اتصالك فلا تمانع إن تعطيه تأكيدا لصدقك
- ٢ - ضرورة اختصار المقابلة حتى وان وافق الافراد على الاجابة فان الكثير من الناس يرفضون إن تستغرق مدتها وقتا طويلا ، لذلك يجب إن لا تصل المدة التي تشعر المبحوث بالتذمر الذي يقوده لانتهاء المكالمة
- ٣ - عدم تمثيل دليل الهاتف لمجتمع الدراسة : مثل
- الخلل في قصور دليل الهاتف في عدم تسجيله لمن يرفض ادراج اسمه في الدليل
- افراد مجتمع الدراسات الاعلامية ليس بالضرورة وجود هواتف لديهم جميعا
- اغفال شريحة "ذوي الدخل المحدود " مما يعني عدم امكانية تعميم النتيجة على سائر افراد المجتمع

الفصل السادس : الدراسات الحلقية او التجريبية

- هي التامل في بعض الممارسات في حياتنا اليومية
- تشبه عمل الصحفي الذي يرغب في عمل تحقيق ما حول قضية ما
- هي نقل الاحداث والتصرفات ثم الاستنتاجات والمناقشات لاعطاء حكم او تفسير بصرف النظر عن المصادقية
- هي الملاحظة المباشرة لفردات العينة
- الباحث يدرس الظاهرة بنفسه مما يحقق عامل " المصادقية" في الدراسات الحلقية "
- عدم تقييد الباحث فيها بالأسئلة المغلقة مما يمكن الباحث من فهم اعمق واشمل لما يدرسه
- تصلح هذه الطريقة في الموضوعات التي لا تستطيع الاسئلة البسيطة سبر اغوارها عكس الدراسات المسحية
- هذه الدراسات تلائم الدراسات الكيفية اكثر من الدراسات الكمية
- تتميز بقلّة تكاليف تطبيقها ماديا لان الباحث يذهب بنفسه دون الحاجة إلى متطوع ومدربين
- تتميز بسهولة اختيار الباحث لفردات العينة ومحدوديتها مقارنة بالدراسات المسحية

طرق جمع معلومات الدراسات الحلقية

- ١- الملاحظة
- ٢- مجموعات التركيز
- ٣- دراسة الحالة

الملاحظة

تتم ملاحظة الظاهرة من قبل الباحثين اما عرضا وتسمى الملاحظة الغير مقصودة واما قصدا وتسمى الملاحظة المقصودة

١- الملاحظة الغير مقصودة "عرضا :

- تبرز اهميته هذا النوع في كونه مصدرا هاما في اختيار موضوع الدراسة
- يسهم في امداد الباحث بمعلومات مهمة تشكل البنية الاساسية لاي نوع من البحوث
- تكون مدخلا او وسيلة وقتية للانتقال إلى طريقة او اسلوب اخر من اساليب جمع المعلومات
- ٢- الملاحظة المقصودة "قصدا"
- هو النوع الذي ينشأ وفق اسس وخطوات بحثية معينة مرسومة من قبل الباحث
- هذا الاسلوب من الملاحظة يعتبر اداة علمية اساسية لها ضوابط دقيقة تحدد مصداقيتها وثوابتها
- دور الملاحظة بمفهومها العام لا يقتصر على الاستفادة منها في تقرير جدوى البحث من عدمه عبر جمع المعلومات الاولية فحسب كما هو في الغير مقصودة بل يمكن ان تكون هي طريقة متفردة في منهج الباحث لجمع معلوماته
- بالرغم من ندرة وقلّة استخدام الملاحظة في البحوث الاعلامية الا انها قادرة على تزويد الباحثين بمعلومات قيمة وخاصة في ماله علاقة ب" الاعلانات " " التعرف على اسلوب المخرجين التلفزيونيين " "تفاعل العاملين في الصحف مع المراحل الاخيرة لطباعتها

● اقسام الملاحظة باعتبار دور الباحث :

- ١ - ملاحظة ظاهرة يشترك فيها الباحث كعضو فعال مع افراد العينة كالعامل مثلا ضمن افراد الطاقم الفني في عملية اخراج تلفزيوني وهذا النوع يلائم الموضوعات التي تحتاج لوقت طويل للتعرف على تفاصيل دقيقة وخاصة الموضوعات التي لا يدرك معناها الا بالمشاركة الفعالة معهم
- ٢ - ملاحظة يكون فيها الباحث مراقب فقط وعدم مشاركته في الظاهرة لقناعته لعدم الحاجة او قد ترفض الجهة المسؤولة مشاركته مثل من يريد دراسة تفاعل ممثلي الدراما وتوجيهات المخرج لهم او قد تمليه ايضا عدم قدرة الباحث في المشاركة لاي سبب من الاسباب

● اقسام الملاحظة باعتبار معرفة افراد العينة بانهم موضع دراسة :

- ١ - ملاحظة يدركها افراد العينة ولديهم معرفة بوجود الباحث وهدفه ويؤخذ على هذا القسم إن الافراد قد يتأثرون بوجوده ويتصرفون بصورة مختلفة عن الايام العادية مما يؤثر على مصداقية نتيجة الدراسة
- ٢ - ملاحظة تتم دون علم الافراد "احفاء الشخصية" وهذا مفيد في تمكين الدارس من مراقبة الظاهرة بصورة طبيعية دون أي تأثير لحضوره ولكن هذا ينافي الاخلاقيات لانه يجب على الباحث ابلاغ عينته بملاحظته لهم بعد تنفيذها واستئذانهم في استخدام معلوماتها لاغراض علمية

● اجراءات الملاحظة

- على الباحث المستخدم لاداة الملاحظة لجمع المعلومات إن يتذكر انه يستهدف نقل واقع الظاهرة كما هو للقارئ مما يحتم عليه الحصول على معلومات تتسم بالتفاصيل والعمق
- المعلومات التي يتم جمعها يجب إن تتسم بطابع وصفي تمكن القارئ من معرفة كل شي عن الظاهرة وان يدون في ملاحظته كل ماله علاقة وطيدة بهدف دراسته مع تجنب الاستطراد (اجراء اول)
- من اهم عيوب الملاحظة كأداة (البعض يعتبرها منهجا قائما بذاته) انها تعتمد كليا على راي الباحث وتقديره وهذا يعني عرضة المعلومات التي يتم جمعها لفقدان الموضوعية لذلك على الباحث تجنب اصدار الاحكام على ما يشاهده مالم يكن هناك توثيق له وللتغلب على التحيز ينصح بالاستعانة بالمختصين كالمشرفين لتقييم ما تمت ملاحظته ، بل هناك من اوصى بان يختبر الباحث باصطحاب ملاحظ اخر معه ثم مقارنة المعلومات التي جمعها مع التي بحوزة المصاحب له
- هذه الطريقة هي الاصدق في جمع المعلومات وهي إن يصمم استمارة تحتوي على جميع المتغيرات ثم يصف تلك المتغيرات في الخانات المتاحة بشرط إن لا تقيد هذه المتغيرات فيما يرصده اذ عليه إن يخصص مساحات اخرى لاي ملاحظات او متغيرات لم يفتن لها الدارس ويرى إن لها صلة وثيقة بموضوعه

- تصنف المتغيرات تحت اربع فئات

- ١ - الاماكن
- ٢ - الاشخاص
- ٣ - الافعال
- ٤ - المعاني

ثانيا من طرق جمع المعلومات الحلقية :

مجموعة التركيز

هي المجموعة المحدودة من الافراد التي لا تقل عن ستة اشخاص ولا تتجاوز □□ شخص . ينتقيها الباحث ليوظفها في حصوله على المعلومات اللازمه لبحثه ، ابتكر هذا الاسلوب من الايمان من قبل المهتمين بسلوك الجمهور المستهدف بان تصرفات الجمهور انما تنشأ من جراء تأثير الاتصال الشخصي بالدرجة الاولى وبناء على ذلك كان الباحثون يحاولون التعرف على مجموعة واحدة فقط للتعرف على تأثير افرادها في بعضهم البعض في اتخاذ القرارات

● هناك أسلوبان لجمع المعلومات باستخدام مجموعة التركيز :

١ - الأكثر تطبيقاً وهو جمع المعلومات من المجموعة من خلال اللقاء بافرادها تحت سقف واحد حيث تطرح عليهم التساؤلات المستنبطة من تساؤلات الدراسة ويجب على الباحث عدم الاكتفاء بالاستماع لهم بل إن يعلق عليها ويناقشهم ويتم الحوار فيما بينهم وليست المهمة التوفيق بين الاراء لكي يحصل على نتيجة موحدة

٢ - يرأس الباحث افراد المجموعة المنتقاة بوسائل تحتوى على اسئلة مفتوحة متماثلة لاعتبارات البعد الجغرافي ولكن يعاب على هذا الاسلوب "محدودية المعلومات مقارنة بالاول"

● من اهم المآخذ على مجموعة التركيز بشكل عام :

هو قلة عدد افراد العينة مما يعني انه لا تصلح تعميم نتائجها على افراد مجتمعها ولا تصلح ايضا في الدراسات الكمية ولكن تصلح لجمع معلومات كيفية او التحليل النوعي فقط . لانه لا يستساغ التعامل بنسب كمية مع اجابات افراد ووضعها في جدول ولكن تكتب الاعداد كتابة فقط لان اللجوء للنسب يتنافى مع احد اسباب استخدامها وهو اختصار الكميات الكبيرة في عبارات محدودة ولعلاج الاشكالية يلجأ الباحثين إلى استقطاب عدة مجموعات تركيز عوضا عن واحدة فقط لان هذا الاسلوب يسهم في :

١ - الحصول على معلومات اكثر مصداقية من مجرد الاعتماد على مجموعة واحدة

٢ - عمل المقارنة في النتائج بين مجموعات متشابهة بقصد تعزيز المصداقية

٣ - عمل المقارنات بين مجموعات ذات خصائص مختلفة "متغيرات متباينة" كالسن والدخل وغيرها

● استخدامات مجموعة التركيز في الحالات التالية :

١ - الدراسات الاستطلاعية او الاولى الهادفة إلى التعرف على الظاهرة قبل اتخاذ قرار دراستها

٢ - دراسة حالات المجتمعات او المؤسسات الصغيرة لتقييم وضع ما وهذا يماثل طلب مدير العلاقات مشورة اعضاء الادارة في السبل المثلى لتطوير المؤسسة

٣ - الدراسات التي تهدف إلى التعرف على اراء قادة الراي والمتخصصين والاستفادة من معلوماتهم

٤ - الدراسات التي تهدف إلى اختبار نتاج معين قبل طرحه على الجمهور كما تفعل انتاج البرامج التلفزيونية والافلام السينمائية حين تعرض انتاجها قبل عرضه ويطلب من المجموعة ابداء رايتها فيه ثم تقوم الجهة بتقويمه بناء على اراء

المجموعة علما بان عملية التقييم قد يتم تكرارها اذا احتاج الامر لذلك

ثالثا من طرق جمع المعلومات الحلقية :

دراسة الحالة

هي البحث المفصل في حالة افراد او جماعات او مؤسسات بعينها وتعتبر عملية تقييم الحالة موضع الدراسة اهم الدوافع الرئيسية للجوء إلى تطبيقها .

- دراسة الحالة قد تطبيق على موضوع واحد او عدة موضوعات في دراسة واحدة ، حيث إن التطبيق على عدة موضوعات يكثر في الدراسات الكيفية لان الباحث يصنف المعلومات بشكل مفصل وفي عناوين مستقلة لتسهيل مهمة تحليلها
- إن اختيار طريقة دراسة الحالة في الحصول على المعلومات يمكن تحقيقه عبر ما يسمى "تحليل الحالة " ويعني تنظيم المعلومات وفقا لحالات مستقلة من اجل دراسة كل واحدة منها بأسلوب اكثر شمولية وعمقا ، مما يمكن الباحث من جمع ما يعرف ب" معلومات الحالة " وهي تتالف من كل المعلومات التي جمعت من كل مفردة من أي المصادر التي تشمل معلومات المقابلة ومعلومات الملاحظة ومعلومات الوثائق والانطباعات والتصريحات "مهم"

ثانيا : الدراسات التجريبية

- بالرغم من إن التجربة نشأت وترعرعت في حقول دراسات العلوم الطبيعية والتخصصات التطبيقية لفترة طويلة الا إن الدراسات الانسانية بما فيها الاعلام استفادت من التجربة كوسيلة مهمة في التحقق من مشكلات بحثية جوهرية تتعلق بالدراسات السببية
- ولان التجربة تهدف بشكل عام إلى البحث عن مدى حدوث الاشياء واسباب وقوعها فانها لا تناسب الدراسات الوصفية وانما تهتم التجربة في التعرف على تفسير للظاهرة المدروسة من خلال خطوات علمية تبحث في مدى التغيير واعطاء شرح له ، وبناء عليه لا بد إن يكون لدى الباحث فرضيات عملية يختبرها احصائيا للتحقق من مصداقيتها بعد تطبيق التجربة وتدوين المعلومات اللازمة
- قادت الدراسات التجريبية الاعلامية إلى زيادة التراكم المعرفي في حقول الاعلام مكنت من رواجها في ما يتعلق بدراسات التأثير على كافة انواعها .
- لقد كان لجدلية تاثير وسائل الاعلام على الجمهور الفضل الكبير في استعانة الدراسات الاعلامية بالاسلوب التجريبي
- تعتبر اولى نظريات الاعلام الحديثة المتعلقة بالتاثير "نظرية الرصاصة السحرية " اهم الحوافز القوية التي دعت بقوة إلى ضرورة تطبيق منهج الدراسات التجريبية للتحقق من فلسفة تلك النظرية القائمة على الايمان المطلق بتاثير وسائل الاعلام وخطورتها بالتاثير على عقول الجماهير وسلوكهم
- من اهم الدراسات التجريبية الرائدة هي تلك التي اجريت على بعض الافراد المتطوعين بالانضمام للجيش الامريكي ابان الحرب العالمية الثانية ونظرا لقلة وعيهم بالقتال استعانة القيادة بافلام وثائقية تزيد من معرفتهم
- بالرغم من حداثة تطبيق التجربة مع دراسات الاعلام الا إن الباحثين حرصوا على تطبيق عناصر الدراسات التجريبية بصورة تضاهي اساليب تطبيقها في الوقت الحاضر عن طريق استخدامهم الاختبار القبلي واللاحق والاختبار اللاحق فقط
- اقسام الدراسات التجريبية " باعتبار مدى تحكم الباحث في العامل المستقل "الموثر إلى قسمين :

١ - دراسة تجريبية ضابطة □ - دراسة تجريبية غير ضابطة

الدراسة التجريبية الضابطة:

- تسمى الدراسات العملية وهي اجراء يتم في اختبار علاقات السببية والتاثير في موضح يسمح باقصى درجات التحكم في المتغيرات الغريبة ويمكن القائم بالتجربة من ملاحظة تاثير كل متغير في الاخر بطريقة تبرهن انه لم يكن هناك متغير اخر ادى لنفس التاثير وتمكن الباحث من التعرف على مدى وجود تاثير لمتغيرين على متغير ثالث
- في هذه الدراسات يتحكم الباحث او من ينوب عنه في "حالة وبيئة الظاهرة المدروسة" مما يتيح له القدرة على تسليط العامل المستقل بدرجة تمكنه ملاحظة مدى تدخل مؤثرات او متغيرات معترضة على افراد العينة
- في هذا النوع الباحث له القدرة في التحكم المباشر في المتغيرات وبذلك يعتبر النوع الوحيد الذي يستدل منه على وجود علاقة سببية
- من امثلة الدراسات التجريبية الضابطة هي الدراسات التي قام بها يرسى تاننبوم بعنوان تاثير العناوين الرئيسية في الصحافة على تفسير القراء للمواد الاخبارية .

الدراسة التجريبية الغير ضابطة

- هي التي لا يتحكم فيها الباحث بالعامل المستقل وانما تتهيأ له فيها بيئة تشابه إلى حد ما بيئة التجربة ويمكن إن تحدث هذه الحالات مع عينة يتم اختيارها من مجتمع يتعرض من تلقاء نفسه للعامل المستقل .ويحاول اختبار تاثيره
- في هذا النوع تتزاوج الدراسات التجريبية مع الدراسات الحلقية والمسحية
- بعض المختصين وضع هذا النوع في صنف الدراسات المسحية
- يستخدم هذا الاسلوب في الدراسات والابحاث التي تحقق ظاهرة لا يمكن تغيير المتغير التابع فيها بشكل آني وسريع وانا يحتاج لمدة طويلة لحدوثها مثل دراسات تطبيق نظرية الغرس الثقافي والتعرف على درجة حدوثه
- من امثلة هذا النوع : لو اراد باحث التعرف على تاثير القنوات الفضائية على سكان المملكة فان لا يستطيع تطبيق الدراسة التجريبية الضابطة لانه لا يستطيع التحكم في المتغير المستقل "التعرض" لمشقة جمع افراد عينة من شتى المناطق فيلجا للغير ضابطة باختيار عينة ممثلة لمن لديهم امكانية التقاط البث واخرى ممن لا يملكون التقنية "ضابطة"
- في حالة تعذر التعرف على مجتمع العينة التجريبية ومجتمع العينة الضابطة يمكن للباحث استخدام اسئلة التصفية في اداة جمع المعلومات لفرز الافراد ثم اجراء القياسات اللازمة
- مهم " من مزايا الغير ضابطة " ((يقضي على اهم عيوب التجريبية الضابطة والمتمثلة ف ي انها تطبق في اجواء اصطناعية تشمر المبحوثين بانهم تحت مراقبة الباحث وملاحظته مما يدفع الافراد بتصرف لا يطابق الواقع "
- من عيوب الغير ضابطة :(((عدم قدرة الباحث على التحكم في المتغير المستقل او المعترضة بدرجة تماثل قدرته في عمل ذلك في الضابطة)) مما يستدعي التعويض بذلك استخدام الاختبارات الاحصائية القادرة على الضبط القوي للمتغيرات
- اما في حالة تاكده من صعوبة التحكم في المتغيرات المعترضة يلجا إلى البحث في مؤشرات تلك المتغيرات فقط أي يستخدم اسلوب الدراسات الارتباطية بدلا من السببية

عناصر تطبيق تجربة بحوث الاعلام

- ١ - المتغير المستقل "شي كاحداث او اشخاص او ظاهرة" وتكمن اهميته إن الباحث يسلطه على المجموعة التجريبية ليرى مدى تأثيره على المتغيرات التابعة . ويسمى "التجريبي"
 - ٢ - المتغير التابع وهو الذي يفترض تاثره بالمستقل وتنبع اهميته في التجربة في إن الباحث يقيسه ليرى مدى تغيره في افراد العينة بفعل تأثير المتغير الذي يسلطه الباحث "المستقل"
 - ٣ - المجموعة التجريبية وهي مجموعة افراد العينة التي تعرض او يتم تعريضها للمتغير المستقل
 - ٤ - المجموعة الضابطة : هي مجموعة افراد العينة التي تكون معزولة او تعزل عن التعرض للمتغير المستقل
 - ٥ - المتغير الزائف : وهو متغير مستقل لا يقصد الباحث اختبار تأثيره وانما يسلطه على المجموعة الضابطة بقصد ايهاهما بانها تعامل بطريقة مماثلة للمجموعة التجريبية . وذلك لكي توضع في بيئة مشابهة لنظيرتها فيما عدا اختلاف طبيعة المتغيرات التي يتصرف بها الباحث
- اهمية المتغير الزائف ؟
- مساعدة الباحث على التحكم في أي متغير معترض قد يكون سببا في التأثير وتتضح تلك الاهمية في التجارب الطبية الي تهدف إلى اختبار دواء جديد " بلاسيبو "
- ٦ - القياس : وسيلة يتعرف بها الباحث على التغير الذي قد يطرأ على المتغير التابع بفعل المتغير المستقل وله اشكال شتى يصممها الباحث وفقا لطريقة الاختبار
- ملاحظة " الاختبار الذي يجريه الباحث وفقا لتصميم اداة القياس قد يتم تطبيقه اكثر من مرة سواء قبل او بعد او اثناء تسليط العامل المستقل .
- المستقل ----- التعرض لافلام العنف
 - التابع ----- سلوك الاطفال العدوانية
 - التجريبية ----- المجموعة التي شاهدت افلام العنف
 - الضابطة ----- التي لم تشاهد افلام العنف وانما شاهدت افلام اخرى
 - الزائف ----- الافلام الغير عدوانية التي عرضت على المجموعة الثانية
 - القياس ----- عدد مرات ارتكاب الاطفال اعمال عدوانية او عدد محاولات تطبيقهم لاسلوب العنف
- انواع التجربة
- تختلف الأنواع بسبب
- اختلاف طريقة تعامل الباحث مع افراد العينة
 - بتفاوت عدد الاختبارات التي يجريها على المتغير التابع
- ١ - تجربة الاختبار اللاحق مع المجموعة التجريبية
 - ٢ - تجربة الاختبارين السابق واللاحق مع المجموعة التجريبية
 - ٣ - تجربة الاختبار اللاحق مع المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة
 - ٤ - تجربة الاختبارين السابق واللاحق مع التجريبية والضابطة

٥ - نموذج الاربع مجموعات

اولا : تجربة الاختبار اللاحق مع المجموعة التجريبية
يكتفي الباحث باختبار العينة ثم يسلط على افرادها ما يريد اختبار موقفهم منه او تاثرهم به ثم يقيس راي العينة فيما تم تعريضهم له ،
ويعد هذا النوع من الازعاف الانواع لضعف درجة التحكم في مصداقية النتيجة اذ يحتمل وجود سبب اخر غير المستقل يكون سبب حقيقي
لان يعطي المبحوث رايه .

ثانيا : تجربة الاختبارين السابق واللاحق مع المجموعة التجريبية
وهي ان يقوم الباحث باختبار طبيعة المتغير التابع او المتغيرات التابعة ثم يسلط العامل المستقل ثم يعود لاختبار طبيعة المتغير التابع ثم
يقارن بين نتيجة الاختبارين الاول والثاني للتحكم في مدى وجود عوامل خارجية تؤثر في نتيجة الاختبار النهائي ، ومن عيوب هذا النوع
هو "ان الباحث لا يستطيع ان يقرر في حالة اتفاق راي العينة في الاختبارين ان يقرر مدى وجود اسباب اخرى لرايهم الاخير اذا قد
تكون اجابتهم على الاستبانة الثانية تمثل رايهم فعلا فيما شاهدوه او قد تكون بمحض الصدفة فقط

ثالثا : تجربة الاختبار اللاحق مع المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة :
هذا النوع اقوى مصداقية من الثاني وهو بمعنى ان يقوم الباحث بتسليط العامل المستقل على المجموعة التجريبية فقط ثم يقيس العامل
التابع في كلتا المجموعتين . من اهم اعيوب هذا النوع هو ان الباحث لا يمكنه ان يقرر بان المجموعتين مساويتان لبعضهما في اراء افرادها
فقد تكونان مختلفتان اصلا في الراي لذلك من الافضل التوجه للنوع الرابع

رابعا : تجربة الاختبارين السابق واللاحق مع المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة
يقسم الباحث افراد عينته إلى مجموعتين تجريبية وضابطة بواقع عدد متشابه لكل مجموعة ويوزع استبانات متماثلة لكلاهما ومن عيوب
هذا النوع (الذي يوجد ايضا في الثاني) هو ان المبحوثين قد يتاثرون باسئلة الاختبار السابق ويصرون على الاجابة بنفس اجابتهم على
تساؤلات اللاحق . ولهذا الاسلوب هدف معين وهو عمل بعض المقارنات اللازمة مثل :

- أ - مقارنة نتيجة الاختبار السابق واللاحق للمجموعة التجريبية لمعرفة ما اذا هناك اختلاف بين الرايين
- ب - مقارنة نتيجة السابق واللاحق للضابطة للتأكد من ثبات النتيجة وعدم وجود مؤثرات تطبيقية كالزمن
- ت - مقارنة نتيجة الاختبارين في كلا المجموعتين للتأكد من تماثل النتيجة وتجانسهما ومطابقتهما في السمات
- ث - مقارنة نتيجة الاختبارين اللاحقين في كلتا المجموعتين للتأكد من عدم تدخل عامل معترض كتأثير الفترة الزمنية على مزاج افراد
العينة

خامسا : نموذج الاربع مجموعات

قادت النماذج الاربعة السابقة إلى تطوير هذا النموذج الذي يصمم على اساس توزيع الباحث افراد عينته على اربع مجموعات ويتعامل مع كل مجموعة بطريقة تشابه تعامله مع مجموعات التجريبتين الثالثة والرابعة و ويهدف هذا التصميم إلى "استفادة الباحث من نموذج التجربة الثالثة في عدم استخدام الاختبار السابق مع افراد مجموعتيها وبالتالي عدم تاثير ذلك على اجاباتهم عن اسئلة اللاحق

متى يلجأ الباحث لاستخدام كل نوع من الانواع السابقة ؟

الامر تقرره حاجة الباحث في دراسته لضبطها وهو امر يحكمه مدى وجود متغيرات معترضه او مؤثرات جانبية غريبة لانه كلما كان هناك احتمال إن تتغير الظاهرة بعوامل كثيرة تصبح الحاجة إلى نوع قوي من انواع التجارب وبذلك يكون الباحث ليس مقيدا باستخدام أي من التصميمات والنماذج بل يتجه للنموذج الذي يخدم هدف دراسته وفرضياته .

اختيار عينة التجربة الضابطة

- تؤكد كتب الاحصاء وخاصة الاحتمالية منها بان الاختيار العشوائي هو الاختيار الافضل في اعطاء نتيجة يعتمد عليها
- لكن الدراسات التي تستخدم التجربة المصمم لها مجموعة ضابطة لا تحتاج إلى عدد كبير في افراد عينتها فان الباحثين يمكنهم استخدام اساليب منوعة غير عشوائية لاختيار العينة عكس الدراسات المسحية او شبيهاتها من الدراسات التجريبية وذلك لعدة مبررات :

١ - قلة عدد افراد العينة

٢ - الدراسات التجريبية الضابطة تعد من الدراسات التفسيرية التي تبحث في العلاقات السببية وهذا النوع يعد اكثر الانواع مرونة في تعميم نتائجه من الدراسات الوصفية

٣ - الهدف من استخدام المجموعة الضابطة هو إن تمثل صورة مطابقة قدر الامكان لافراد المجموعة التجريبية التي يتم تعريضها للمتغير المستقل لان اسلوب العينة العشوائية قد يؤدي للتفاوت بين الافراد

- عبارة "نتائج مقيدة " ليس المقصود البحث عن افراد يزودون الباحث بنتائج مماثلة لما هو موجود في خصائص المجتمع وانما المقصود التطبيق على خصائص محددة في تلك المجموعة موجودة في البشر جميعا كالسلوك .

اهم الاساليب المتبعة لاختيار عينة الدراسة التجريبية ذات المجموعة الضابطة

١ - الاسلوب العشوائي :

هو كما سبق شرحه باختيار عينة عشوائية بسيطة بشرط إن تكون العينة متجانسة بشكل كبير في المتغيرات وهناك اسلوب شبيه بهذا الاسلوب وهو إن يختار الباحث عينة الدراسة بشكل عام باسلوب عشوائي ثم يفرزها بطريقة عشوائية إلى مجموعتين .

٢ - اسلوب المماثلة :

اختيار العينة باسلوب مشابه لاسلوب العينة التطبيقية أي إن يتصرف الباحث في عملية الموازنة بين افراد المجموعتين من خلال المقارنة بين خصائص الافراد بعد اختيارهم ، لان قاعدة الموازنة في الخصائص تبني على التماثل في طبيعة المتغيرات .

الفصل السابع : تحليل المضمون

اداة تحليل المضمون موجودة منذ وقت قديم وتم تطبيقها بطرق مختلفة وفقا لاساليب متنوعة ومعايير محددة ومع تقدم وسائل الاعلام اصبحت الحاجة إلى وجود اداة علمية مقننة امرا مطلوبا وملحا لتقديم نظرة فاحصة ودقيقة لمحتواها

تعريفات تحليل المضمون :

- كصورة عامة / هو محاولة تجسيد المعاني في شكل محدد من النماذج باسلوب منتظم وكمي
- كاسلوب دراسة علمي للتركيز على مصداقيته / اسلوب بحثي يهدف الوصول لنتائج صادقة يمكن الحصول عليها من خلال اعادة الدراسة وذلك من معلومات تتمثل في المحتوى .
- كربطه بالرسالة الاعلامية / اسلوب بحثي يقوم على اساس قياس او تعداد حجم الاشياء كالعنف من خلال عينة عشوائية لبعض نماذج الاتصال كالاخبار وغيرها .
- تعريف شامل وموجز / طريقة بحثية موضوعية منتظمة وكمية توضح محتوى المادة الاعلامية

اركان تحليل المحتوى

- ١ -الموضوعية :اي بعيدة عن الانطباعات الفردية والشخصية غير الحيادية عن طريق بناء تصنيف مسبق ودقيق للمادة يستطيع من خلاله اشخاص مختلفون ان يقيموا تلك المادة
- ٢ -منتظمة : أي تعتمد على مجموعة من الإجراءات التي تطبق بنمط واحد عن طريق وحدات التحليل المعيارية والتصنيفات الموحدة ولا شك إن التحليل ذاته مصمم لاحتواء معلومات مبنية على اسئلة بحثية او فرضيات
- ٣ -كمية : أي تسجيل ارقام حسابية ذات قيم محددة لكل نوع من انواع المضمون كلما تكرر ونشير هنا إلى إن انصار المنهج الكيفي يسقطون الكمي بحجة انه اتجاه ضحل وخال من المعنى
- ٤ -توضيح محتوى : أي المحتوى الظاهر بحيث يمكن وضعه في مصنفات كما هو في الظاهر بغض النظر عما يحس به المحلل نفسه ، واهمية ادخال مفهوم توضيح محتوى تكمن في تاكيد ضرورة إن يكون التحليل حياديا لا يوم على مجرد اعتقاد الباحث بان من يقوم بعملية الاتصال يقصد غير ما هو ظاهر في مضمون رسالته
- فكرة تحليل عقل المتصل قد تجد رواجها الا إن ذلك سيبنى على تفسيرات قد تكون خاطئة تخل بشرط الموضوعية لان الاعتماد على الاحساس سيخل بالقاعدة البحثية القائمة على الثبات ويعني حصول الباحثان على نتيجة واحدة عندما يستخدمان تقسيمات متماثلة لامتحان مضمون واحد .

خطوات تحليل المحتوى :

- ١ -وحدات التحليل
- ٢ -التصنيفات
- ٣ -العينة
- ٤ -اختبار الثبات

وحدات التحليل :

تحديد أي عناصر المحتوى سوف تشكل وحدة للتحليل وتتراوح هذه الوحدات في احجامها بين اصغر جزيئات المضمون كالكلمة فقط وبين اكبرها كالصحيفة او المحطة التلفزيونية او الموقع الالكتروني . والباحث يستطيع ان يستخدم كلمات او عبارات او جملا او فقرات او برنامج او مقالة او اشخاص لتكون وحدة التحليل . او وحدات مكانية او زمانية للحكم على المضمون من خلال استخدام وحدات القياس للتعرف على حجمه كالاعمدة والصفحات والاسطر والسنتيمتر والمواد المطبوعة والساعات والدقائق للمسوعة والمرئية ، وتنوع وحدات التحليل وفقا لهدف الدراسة وتبعاً لقدرة الوحدة على الايفاء بالغرض ، فمثلا دراسة باحث لمعرفة مقدرا تغطية صحف دولة لاجبار وموضوعات تلك الدولة فليس من المناسب ان يختار عدد الكلمات التي تحمل اسم المملكة كوحدة لدراسته ولكن من الافضل اعتماد المقالة او الخبر لتكون الوحدة اما اذا كان يريد مقارنة تغطية صحيفة ما للاخبار الاقتصادية لشركتين فعندئذ يكون من الانسب ان يختار الكلمة او العبارات كوحدة لدراسته . وعلى الباحث عند تحديده لوحدات التحليل ان يفتن إلى اهمية :

- ١ - الربط بين وحدة الترميز ووحدة المحتوى لان وحدة الترميز هي الجزئية التي اختاره الباحث ليؤسس عليها تقييمه وحساباته كالكلمة او الجملة ، بينما يقصد بوحدة المحتوى "سياق الكلام او التوجه العام
- ٢ - التمييز بين وحدات التصنيف ووحدات القياس (سياسة □□ اقتصاد / انش□□ سم)

التصنيفات

يفضل دائما الاستفادة من نظام التصنيفات الذي تم بناؤه (المبتكر) من قبل الباحثين السابقين . لتحقق عنصري الثبات والصدق ، ومن تلك التصنيفات التعليم والفنون والاقتصاد والسياسة والامن والكوارث وغيرها . لذلك فان للباحث الاستطاعة ان يجد لدراسته نظام تصنيف ملائم للدراسات السابقة يحقق له المميزات التالية

- توفير الوقت والجهد

- معرفة ما اذا كان المنهج يمكن استخدامه من عدمه

- يتكون لدى الباحث خلفية وفكرة تقريبية لما قد تؤدي له دراسته ويصبح مبدأ الصدق والثبات اقل كلفة على الباحث ان يتذكر عند بناء التصنيفات

- ١ - ان المفتاح الرئيس لبناء تصنيفات ملائمة هو "التركيز على هدف الدراسة " أي التاكيد من ان التصنيفات سوف تجيب على تساؤلات البحث وسوف تمكنه من اختبار الفرضية

٢ - اختيار تصنيفات محايدة ويوصى ايضا تقليل عدد التصنيفات في مرحلة تحليل المعلومات لانها ستكلف المرمز الكثير من الوقت وبذلك ستسهل على القارئ الفهم

العينة

يعد اختيار العينة في تحليل المضمون مشابهاً لاختيارها في عملية المسح الجماهيري ، اما فيما يخص بنوعية العينة ففي احيان كثيرة يكون المناسب استخدام العينة الطبقيّة المتعلقة بايام الاسبوع وطبيعة مضمون وسائل الاعلام ، بينما في اوقات اخرى يكون من المناسب استخدام العينة المستهدفة نظرا لطبيعة العملية التي يتم بها جمع وتنظيم مثلا الاخبار في الصحف احيانا ، ونشير هنا إلى ان ايام الاسبوع تمثل مشكلة للدراسة الصحفية ودراسة محتوى الاذاعة والتلفزيون ، وعدم الدقة في مراعاة هدف دراسة تحليل المضمون قد يؤدي إلى اختيار

عينة لا تعطي المعلومات المرجو الحصول عليها ، ومن العوامل المهمة التي تجب مراعاتها ايضا عند التخطيط لدراسة المضمون هي مدى توفر المضمون من عدمه

اختبار الثبات في تحليل المضمون

عملية التحليل شرط إن تتم بطريقة حسابية تعطي نتائج مماثلة لو تمت اعادة الدراسة مرات اخرى وان تكون عملية التحليل دقيقة بصورة تضمن شرط الثبات في النتيجة لذلك على الباحث اختبار ثبات التحليل كشرط اساسي للرهان على مصداقية نتائجه .

اختبار الثبات

المقصود به : الاتفاق في عملية التصنيف

لكي يتجنب الباحث اختلاف واضعي الترميز فلا يكفي اعطاء تعريفا دقيقا لمصطلحاته وانما عليه إن يشرحها وكافة اجراءات البحث لهم قبل الشروع في الدراسة عن طريق الامتحانات التجريبية لهم وعمل المقارنات بين اجاباتهم ، وبرغم إن هذا الاسلوب يستهلك مدة زمنية الا انه يسهم بطريقة فعالة للوصول إلى نتيجة يعتد بها في طريقة التحليل

تتنوع عملية اختبار الثبات بين

١ - مقارنة طرق التحليل لدى المرمزين ببعض البعض

٢ - او إن يقارن الباحث حال قيامه لوحدة بالتحليل

٣ - او إن يستعين بشخص واحد على الاقل يراجع معه عملية التصنيف

٤ - او إن يعيد التحليل مرة اخرى

اقسام اختبار الثبات

١ - الاستقرار: هو درجة عدم التغيير اوالتفاوت التي يمكن الحصول عليها مع تكرار التحليل

٢ -النسخ : هو اقوى من الاستقرار في عملية تحقيق الثبات ويقصد به اعادة التحليل في ظروف متغيرة وفي اماكن مختلفة ومن قبل اشخاص اخرين

٣ -الدقة : هو اقوى انواع اختبارات الثبات في تحليل المضمون وتعني درجة تناسق المادة المراد تحليلها مع معيار محدد سلفا

ويختلف هذا عن السابقين في كونه لا يخضع لاعادة الاختبار وانما يقيم بنموذج معد مسبقا

- لعل اكثر الحالات اتاحة لتطبيق معيار الدقة هي :

مرحلة تدريب المرمزين

مطالبة الباحثين بالتقيد بمعيار الدقة في تحليل المضمون في عداد "تصعيب الامور" في كثير من الاحيان نظرا لصعوبة الحصول على معيار اختباري متفق عليه لمعظم محتوى وسائل الاعلام التي يرغبون الدارسون في دراستها ولذا من الانصاف اللجوء إلى احد المعايير الثلاثة المتاحة

الفصل الثامن : بحوث الصحافة

بالرغم من خضوع وسائل الاعلام لنفس الادوات البحثية المستخدمة الا إن خصوصية كل وسيلة تجعلها تنفرد بطرق متميزة في انواع خاصة من البحوث ، لقد تعرضت الصحافة لاهتمام المفكرين وتنوعت الدراسات الصحفية بتنوع المجالات المختلفة واصبحت الوسيلة السائدة منذ اختراع المطبعة وحتى بداية القرن العشرين . لذلك نقول إن البحوث الصحفية هي التي وضعت البذور الاولى التي اسهمت في نشأة منهج البحث الاعلامي . كانت محاولة التعرف على الصحف وسبر اغوارها باسلوب بحثي يحاكي الاسلوب العلمي الحديث يعود إلى عام 1911 عندما وضع مؤلف امريكي يدعى روجر كتابا رائدا في عالم الصحافة يسمى "بناء الصحافة " الذي جنح فيه لاستخدام المنهج البحثي النوعي "الكيفي" المترکز على اخلاقيات الصحافة وقوانينها وتاريخها .

في عام 1934م ارتفعت الاصوات بضرورة دراسة جوانب صحفية جديدة و صدر احدى الدوريات العلمية المهمة بشؤون الصحافة تضمنت مقالة بعنوان المشاكل البحثية وتحليل الصحف للكاتب ويليم بلاير الذي اخترع قائمة من العناوين تشكل ساحة خصبة في ميدان البحوث الصحفية ومناهجها ومن اهم تلك العناوين :

١ - تأثير الشكل والتصميم على السهولة والسرعة في القراءة

٢ - تأثير مضمون الصحيفة على التوزيع

٣ - تحليل مضمون الصحف

وبهذه القوالب الثلاثة دخلت البحوث الصحفية مجالا جديدا وازادت منهجا عرف بالبحوث الكمية ولم يعد الامر مقتصر على النوعية او الكيفية .

في الثلاثينات من القرن الماضي رأت كثير من الصحف مدى فعالية طرح الاستبيانات المتعلقة بمقرؤئيتها على قرائها . وقد لاحظ عالم الاتصال ولبرشرام في إن مانشرته احدى الدوريات المتخصصة من البحوث في الفترة من عام 1934 إلى 1944 قد تضاعفت خمس مرات عما كانت عليه في العشرين سنة السابقة

انواع بحوث الصحافة

تنوعت بتنوع المتغيرات التي تتعلق بالوسيلة وتعتمد على مدى قدرة الباحث على تحسس المشاكل البحثية ، غير إن **سعة مجال الصحافة والتطورات** لايزال يوفر موضوعات جديدة بان تكون عناوين لباحث جديدة وكما إن **ندرة البحوث المتعلقة** بالصحافة في الوطن العربي تؤكد وجود قائمة طويلة من الموضوعات تستحق إن يتناولها المتخصصون بالبحث والدراسة

ومن امثلة تلك الموضوعات تتعلق بمصادر الاخبار في الصحف ، انواع الصفحات وتأثير المحررين على المادة الصحفية وطريقة

اختيار المادة التحريرية وتفاعل الجمهور مع الصحافة واساليب كتابة الصحافة والنظام الاداري والقوانين والضوابط ، **كما إن الصحافة الالكترونية** فتحت بعدا اضافيا لدراسة تلك الموضوعات في ضوء الشكل الجديد

بحوث الصحافة تصنف وفقا لعناصر الاتصال إلى :

١ - بحوث الرسالة الصحفية وموضوعاتها

أ - المقروئية

ب - بحوث الشكل والتصميم

٢ - بحوث المتلقي للمادة الصحفية

أ - فئات القراءة

ب - قياس القرائية

ت - دراسات التأثير

ث - دراسات التوزيع

٣ - بحوث القائم بالاتصال الصحفي

أ - دراسة العاملين بالصحيفة

ب - دراسة ادارة المؤسسات الصحفية وملكيته

بحوث الرسالة الصحفية

المقروئية: وتسمى ايضا بالانقرائية وتعنى مجموعة العناصر وتفاعلاتها التي تمكن القارئ وبسرعة عالية في القراءة ومن الفهم والاستماع

المادة المطبوعة او الرقمية " مهم " وبالرغم من عدم شيوع هذه الدراسات الا انها تسهم بمعلومات جمة في اثراء البحوث المهتمة بطبيعة تحرير مضامين وسائل الاعلام المطبوعة والرقمية . وللمقارنة في المقروئية بين الصحف والمجلات وجد إن المجالات بقيت على طبيعتها في الاسلوب بينما تفاوتت الصحف من فترة لآخرى ومن المقاييس المطبقة في هذا النوع :

١ - مقياس فليش / قياس عدد المقاطع ومتوسط طول الجملة

٢ - مقياس جاننج / احصاء عدد الجمل

٣ - مقياس تيلور / يعد الافضل والاكثر استخداما ويسمى ب "كلوز بروسيجر" cloze procedure وله خطواته كالتالي : اختيار مقطع

من □□□□ إلى □□□□ كلمة ثم حذف الكلمة الخامسة من كل جملة واختيار الكلمة الاولى من اول الجمل عشوائيا ويوضع فراغ مكان

المحذوفة ثم يطلب من المبحوثون ملء الفراغ بالكلمة المناسبة وبذلك تحسب عدد المرات او نسبتها كنتيجة فعلية للمقروئية

الشكل والتصميم

يقصد به تصميم الصفحة ونوع الخط المستخدم في العناوين الرئيسية على اقبال القراء وكذلك مساحة البياض في الصفحة واشكال

واتجاهات العناوين الرئيسية وحجم الخط وطول الفقرات وعرض الاعمدة وموقع الصور والرسوم ومساحتها . **ويعد الاسلوب التجريبي هو**

الاكثر استخداما في هذا النوع من البحوث . ومن الطرق الشائعة لاجراء اختبارات الشكل والتصميم استخدام العبارة المتضادة " مفيد / غير

مفيد " "صعب / سهل" وغيرها ومن الطرق ايضا لجوء الباحث إلى طلب المبحوثين اعطاء درجات من □□□□ لتقييم موضوع البحث . **ومن**

الدراسات السائدة ايضا "اخراج الصفحات التي يكون الهدف منها تزويد الفئيين في الصحيفة وتنبيههم إلى مراعاة الجوانب الاساسية في

الاخراج او للتعرف على اثر تصميم الصفحة على القارئ من خلال تأثير حجم الصورة ووضوحها وحجم الحرف ونوعه

بحوث المتلقي للمادة الصحفية

وتعني الجمهور بصفة عامة سواء مستقبل او المحجم عنها ولكن الباحثين في فئة جمهور الصحافة لا ينعصر هدفهم على فئة القراء وانما

يتجاوزه إلى فئة الجمهور غير القراء او المفقود . للتعرف على اسباب حجمهم بالتعرف على متغيرات مهمة

فئات القراء

يهتم الباحث في هذا النوع بالتركيز على المعلومات الشخصية لقراء الصحيفة او الصحف المعنية بالبحث ويشبه وضع ملف شامل

لخصائص الجمهور مثل متوسط دخلهم ومتوسط اعمارهم ومستوياتهم التعليمية وجنسهم ، **واكثر جهة استفادت من هذا النوع من البحوث**

هم المعلنون .

قياس الانقرائية

يعني قيام الباحث بالتحقق من حجم قراءة الجمهور للمطبوعة والتعرف على سلوكه معها من خلال دراسة الفقرات التي تمت قراءتها وتعود بداية هذا النوع الي الفترة التي سبقت الحرب العالمية الثانية بقليل والفترة التي تلتها مباشرة عندما بدأت مؤسسة غالوب الشهيرة بقياساتها للرأي العام باستخدام منهج توزيع نسخ من صحيفة معينة للجمهور للاطلاع عليها وسؤالهم عن المقالات التي اطلعوا عليها ، ويشمل هذا النوع "عملية التحقق من كون الفرد الواحد من العينة يعد قارئاً للصحيفة او غير قارئ ولكن المشكلة التي تواجه الباحثين في هذا النوع تكمن في اعطاء تعريف دقيق للشخص الذي يعد قارئاً او غير قارئ ، هناك محك اخر لمعرفة قارئ الصحيفة من عدمه يكمن في طرح سؤال لمعرفة اذا الشخص المسؤول قد قرأ في اليوم الذي تجري فيه الدراسة او اليوم الذي قبله

ومن الاساليب المستخدمة في جمع المعلومات حول مقدار تفاعل الجمهور مع الصحيفة استخدام منهج يسمى "وسيلة التذكر " حيث يعتمد الباحث لمقابلة عينة من القراء وتزويدهم بالصحف المراد دراستها لمعرفة أي المواضيع التي يتذكر القارئ قرائتها او الاطلاع عليها او انه يحدد مواضيع معينة ثم يسأل الجمهور عنها بدلا من تزويدهم بالصحف " مهم " بحوث الانقرائية لا تقتصر قط على مجرد معرفة ما اذا كان الشخص قد اطلع ام لا لان في ذلك تسطيحا خاطئا لكونه يتجاهل الفروق الفردية بين القراء في درجة الاستيعاب والادراك او ما يسمى بكثافة القراءة كما ان الامر لا يقتصر على سؤال الفرد بان يصنف نفسه كقارئ شامل او متوسط او مطلع لان تعريف الفئات لا يمكن ان يتفق عليه الجمهور وهناك تفاوت بين تلك الفئات لا يمكن الفصل فيه الا بمجموعة متغيرات يمكن قياسها متعبقة بدرجة القراءة ، ومنها تلك المتغيرات الشائع استخدامها في الاستبانات مثل

١ - الصفحات التي تمت قراءتها : وهذا عنصر اساسي للتعرف على نوعية القراءة وعنصر جوهري في تصنيفهم وفقا للموضوعات وليس وفقا لكثافة القراءة فحسب

٢ - مدة ووقت القراءة : مؤشر قوي في تحديد المصنفين والتعرف عليهم لانه يساعد الباحث مع المتغير السابق في تقسيم فئات القراء ، اما متغير الوقت فيؤدي إلى تقدير الحالة التي تلقى فيها القارئ الصحيفة .(ليلا يختلف عن صباحا)

٣ - مكان القراءة : يقرر الفرق بين درجة التركيز كمن يقرأ في المنزل يكون اكثر كثافة من الفرد الذي يقرأها في الصالونات او العيادات

٤ - مصدر الحصول على النسخة : كيف حصل عليها حيث ان الذي يدفع ثمنها يعد اكثر حرصا على قراءتها من الذي حصل عليها مجانا او المعترض علىيها بالصدفة

وحدة التصنيف اختلفت بسبب طبيعة الهدف فمثلا البعض :

- يصنف مواضيع القراءة وفقا على المحتويات كما في دراسات تحليل المحتوى
- يصنف القراء وفقا للفروق الشخصية "مستوى تعليمي /الدخل /منطقة السكن "
- تصنيف القراء وفقا لفروق نفسية او سيكولوجية معينة (قاري متحفظ / متحرر /مستقل)
- من الاسباب التي تدفع الشخص بان يكون غير قاري :

١ - عدم وجود الوقت الكافي

٢ - الاكتفاء بوسيلة اعلامية واحدة "تلفزيون في الغالب"

٣ - لتكلفة سعرها

دراسات التأثير

هي الدراسات التي تركز على احدى نظريات التأثير المعروفة في الاتصال او بعضها ، ومن الاساليب المتبعة في هذا النوع " معرفة اسباب استخدام الجمهور للصحيفة ومدى تحقق الاشباع الذي يبحث عنه " لهدف رئيسي وهو " معرفة الدوافع الحقيقية سواء شخصية او نفسية التي تقود المرء إلى قراءة لصحف بشكل عام او صحيفة بعينها "نظرية الاستخدام والاشباع " .

نوع اخر من البحوث يهدف إلى التعرف على العلاقات بين اولويات الاخبار لدى الصحف والجمهور مستندا بنظرية ترتيب الاولويات نوع اخر يركز على نظريات اخرى مثل نظرية قادة الراي او العرس الثقافي . ولا بد إن نشير الا ان اسلوب دراسات التأثير لا يعد حكرا على وسائل الاعلام المقروء فقط .

دراسات التوزيع

الطرق المختلفة لدراسة عملية توزيع الصحف والمجلات وانتشارها :

- ١ - قياس اكثر المناطق استهلاكاً للصحيفة وخصائص تلك المناطق
- ٢ - معرفة مدى جودة توزيع الصحيفة في المناطق النائية عن موطن نشرها ومدى منافستها لصحف تلك المنطقة
- ٣ - عمل مقارنة بين توزيع الطباعات المختلفة اذا ما كانت الصحيفة تصدر في طباعات مختلفة
- ٤ - استخدام الباحث للجمهور وحدة التحليل ويطرح عليهم الاسئلة عن صعوبات الحصول على الصحيفة ومن الاسئلة البارزة : ما الذي يمكن عمله لكي يستمروا في اشتراكهم ؟

ثالثا : بحوث القائم بالاتصال الصحفي

تتنوع وفقا :

١ - دراسة العاملين بالصحيفة :

أ - تتركز معظم الدراسات هنا في : محاولة التعرف على خلفيتهم والعوامل المؤثرة في مهنتهم ولعل اهم المتغيرات التي يهتم فيها الباحثون في هذا الموضوع

- متغير التاهيل

- المستوى التعليمي

- نوع التخصص

- الخبرة الصحفية

ولا يقتصر البحث هنا على مجرد الوصف وانما يتجاوزه إلى محاولة التحقق من مدى تأثيره بمتغيرات اخرى مثل حجم الصحيفة وشهرتها والتحاقه بالعمل في الصحيفة

ب - مستوى الدخل الذي يحصل عليه العامل بالصحيفة والدورات التدريبية التي تتيحها الصحيفة لمنسوبيها وشروط الراغبين في العمل واللغات خاصة للمحررين وعلاقة هذا كله بالاداء الوظيفي

ت - استكشاف دور العلاقات الشخصية في التحاق الافراد بالعمل الصحفي وتأثير ذلك على مستوى الصحيفة وتطورها

ث -دراسة الرضا الوظيفي لدى منسوبي المؤسسة الصحفية وعلاقته مع الدوافع الموجودة لدى الافراد (اشارت الدراسات انها قوية) وتفوق علاقة الرضا الوظيفي مع المتغيرات الشخصية الديمغرافية ، الا انه يمكن البحث عن علاقة الرضا الوظيفي ايضا مع متغيرات مثل الحوافز المعنوية والمادية والامكانات التي تقدمها الصحيفة

٢ - دراسة ادارة المؤسسات الصحفية وملكيته

تعد هذه الدراسات من النوع التي تأخر تناولها في العالم العربي واجزاء اخرى من العالم بسبب قلة الباحثين المؤهلين القادرين على معالجته بطريقة شمولية تمزج بين المعرفة التامة لمهام الجهاز الصحفي في المؤسسات والاساليب المختلفة لادارتها .اذ إن التزاوج بين تخصصي الصحافة والادارة المطلوب لدراسة المؤسسات الاعلامية بشكل عام ظل مفقودا لفترة طويلة . ويرى بعض الباحثين إن حقبة الثمانينات الميلادية من القرن الماضي تعد الانطلاقة الحقيقية لنمو وتطور دراسات ادارة المؤسسات الصحفية من قبل المختصين في الاعلام مما اوجد التراكم المعرفي لباحثين اخرين . وفي العالم العربي كانت دراسة ادارة المؤسسات الصحفية من الموضوعات النادر تناولها باستثناء جهود عدد محدود من الكتاب الذين تناولوا الموضوع مباشرة او عرضا اثناء دراستهم لموضوعات تتعلق بها

١ - كالببحث في العوامل المؤثرة في اصدار الصحف

٢ - اهتم الدراسون الرواد في مجال الادارة الصحفية في مسالة التعرف على النمط الاداري السائد في الصحف على اختلاف انواعها

وتاثير هذا النمط الحاسم مع متغير حجم الصحيفة

٣ - كما مثل الهيكل الاداري محورا لتساؤلات هذه البحوث

٤ - محاولة التعرف على جوانب امتزاج الادارة بالصحافة من خلال تصنيف رؤساء التحرير الادارية والصحفية وابهما يستأثر باوقاتهم

٥ - الاهتمام بطبيعة عملية الاتصال بينهم وبين بقية الجهاز الصحفي من محررين او فنيين

٦ - قدرة المحررين على اتخاذ القرارات ومقدار الحرية المتاحة لهم في ذلك

٧ - موضوع ملكية وسائل الاعلام وخاصة في المجتمع العربي بعد تفشي احتكار وسائل الاعلام والاندماجات بطريقة خشي منها في

التاثير على صناعة الخبر واستقلاليتها

وفي ضوء ظاهرة الاحتكار والدمج حاول الباحثون دراسة تاثيرهما على مضمون الوسيلة مستخدمين اسلوب المقارنة بين تلك الوسيلة قبل وبعد حدوث الاحتكار والدمج وحاول اخرون دراسة التشريعات القانونية في موضوع الملكية ونظرا لعدم بروز مشاكل بحثية جوهرية حول موضوع ملكية وسائل الاعلام في العالم العربي كما هو عليه ي الغرب فقد كان موضوع دراستها باسلوب استكشافي وفي حدود ضيقة .

الفصل التاسع : بحوث وسائل الاعلام المرئية والمسموعة

بالرغم من حداثة الا انها شهدت تصاعدا كبيرا في الاهتمام بمضمونها وبخاصة في الدول الصناعية لسببين :

١ - لان المؤسسات التعليمية وفي تخصصات مختلفة كالاعلام وعلمي النفس والاجتماع وجدت نفسها امام ظاهرة عالمية جديدة ولها

انعكاسات متشعبة ومعقدة على حياة الناس

٢ - إن المحطات الاذاعية والتلفزيونية تحظى باستقلالية تامة وذات توجه تجاري بحث يهملها معرفة مدى اقبال الجماهير

كمستهلكين عليها ونوعية البرامج التي يفضلونها

ومع تطور وسائل الاعلام وانتشار البث في دول العالم بما في ذلك دول العالم الثالث حظيت وسائل الاعلام المرئية والمسموعة باهتمام كبير

من قبل الباحثين . كما ان تحديد المناهج المستخدمة في جمع المعلومات عن جمهور وسائل الاعلام المرئية والمسموعة يعتمد اعتمادا كبيرا

على " الهــــــــــــــــــــد ف " فحين يتعلق الامر بالجمهور وسلوكهم اتجاهاتهم تتجه الدراسة نحو المضمون وسلوك التعرض ، اما

اذا كان الهدف هو التعرف على عدد مستخدمي السلة الاعلامية والكيفية وبارقام مجردة فان المنهج الكمي هو المناسب .

تنقسم بحوث جمهور وسائل الاعلام المسموعة والمرئية حسب اهدافها إلى ثلاثة :

١ - بحوث التعرض الجماهيري واثاره

٢ - بحوث المضمون

٣ - بحوث قياس حجم الجمهور

بحوث التعرض وأثارة

تنقسم قسمين :

١ - بحوث التعرض الجماهيري

٢ - بحوث التأثير

بحوث التعرض الجماهيري للاذاعة والتلفزيون :

هناك اهتمام كبير بمدى تاثير تلك الوسائل وما شابهها من سينما وفيديو الا إن القصور مازال قائما في فهم هذا النوع ولم تتمكن الدراسات

من تقديم نتائج موحدة يمكن الاعتماد عليها بشكل مطلق لعدة اسباب :

١ - ليس هناك اتفاق موحد على تعريف مفهوم التعرض اذ عرف بعدة معاني ادى إلى تطوير قياسات متعددة

٢ - استخدام الباحثين لمنهاج مختلفة واساليب قياس متعددة مما صعب اجراء أي مقارنات بين الدراسات واحداث ارباكا في التوفيق

بيبين نتائجها

٣ - اختلاف احجام الدراسات وامكاناتها مما اثر على انسجام نتائجها

ولكن برغم هذا التشتت الا إن ذلك لا يلغي اهمية دراسات التعرض لوسائل الاعلام المرئية والمسموعة

اهم اساليب متغيرات واساليب قياس التعرض الجماهيري للاذاعة والتلفزيون

١ - **متغيرات الخصائص الفردية :** ويقصد به المتغيرات الشخصية حيث إن الجمهور تختلف مستويات تعرضهم وفقا لتلك

المتغيرات الفردية الفسيولوجية والمكتسبة ، حيث وجدت الدراسات تشابها في انماط التعرض بين افراد كل فئة بصورة تميزها

عن غيرها سواء بسبب الجنس او العمر او المستوى المعيشي والمستوى التعليمي ايضا **بالاضافة إلى متغير** كمية الوقت المستغرق

واطلقت على الذي يتعرض لمدة □ ساعات بمسمى كثيف التعرض واصحاب ساعتين خفيف التعرض

- ٢- متغير التركيز على الوسيلة والانتباه لمحتواها : البعض راي في هذا المتغير كمصطلح بديل لمفهوم التعرض الجماهيري **وصنف الجمهور وفقا لدرجة التفاعل مع محتوى الوسيلة إلى جمهور ايجابي/ جمهور سلبي ، بالاضاف إلى معيار الانتباه والتركيز**
- ٣- **متغير البرامج المفضلة والتعرض :** هناك علاقة قوية بينهما ولكن ومن المأخذ على هذا النوع عدم تحييدها لاسباب اخرى أي انها تغفل عوامل جوهرية أي متغيرات معترضة **مثل :**
- ٤- **متغير الحاجة للمادة المعروضة :** نظرية الاشباع والاستخدام والتي تقرر إن الناس تستخدم وسائل الاعلام لتسبغ حاجاتها بغض النظر عن قيم تلك الحاجات واهميتها ومن تلك الحاجات (التعلم /التثقف /الترفيه / الاخبار /ملء وقت الفراغ) **ومن الدراسات الرائدة في متغير الحاجة " دراسة كاتز وزملاؤه في التعرف على طبيعة الحاجات التي تدفع الناس للاستخدام ثم المقارنة بين حاجات التعرض لكل وسيلة وهذا النوع من الدراسات الخاصة بالاشباع كشفت عن متغيرات مشابهة لحاجات الجمهور فمثلا متغير حاجة ملء وقت الفراغ كشف عن متغير اشمل سمي ب "اوقات وجود الجمهور"**
- ٥- **متغير مجموعة التعرض :** وفلسفتها إن وسائل الاعلام وخاصة التلفزيون لا يقتصر قرار التعرض على راي الشخص الواحد **كما هو مع المطبوعة او الرقمية** حيث إن التلفزيون يتاثر بقرار جماعي او راي قيادي **كرب الاسرة مثلا . وتكمن خطورة هذا المتغير في** انه يحجم بعض المتغيرات مثل الخصائص الفردية والبرامج المفضلة
- ٦- **متغير التعرض الموروث ويقصد به :** كل برنامج يورث نسبة من جمهوره للبرنامج او الفقرة التي تليه مما جعل المحطات الاذاعية والتلفزيونية الاخذ في الاعتبار جدولة برامجها اليومية للاستحواذ على اكبر عدد ممكن من الجمهور ، وقد نجحت المحطات في تنمية اعداد مشاهديها بناء على متغير التعرض الموروث والذي اصبح متغيرا اشمل يجب دراسته تحت مسمى "ولاء الجمهور للمحطة .
- ٧- **متغير لغة البرامج ومصدرها**
- ٨- **متغير تعدد خيارات القنوات الاذاعية والتلفزيونية**

بحوث تأثير وسائل الاعلام المرئية والمسموعة "بحوث التأثير"

- كانت السينما اولى وسائل الاعلام المرئية والمسموعة استثنائا باهتمام الجماهير ولم تقف مؤسسات الاصلاح الاجتماعي والصحف مكتوفة الايدي بل ابدت مخاوفها من حيال التعرض المتزايد لمضمون تلك الوسيلة ، وكان من اهم الابحاث :
- ١- الدراسات التي استخدمت العديد من التجارب الحلقية النفسية للتعرف على تأثير تعرض الاطفال للفلام السينمائية على بعض القضايا كالتفرقة العنصرية والجريمة ومن نتائجها إن تأثير فلم واحد يعد محدود في تشكيل اتجاهات الاطفال بعكس التعرض لاکثر من فيلم
- ٢- بعد انتشار التلفزيون واصبح الاوسع انتشارا اعطى الباحثين اهتماما اكبر لتأثيره وكان من الدراسات الرائدة مجموعات "ولبرشرام" وزملاؤه في الخمسينات للتعرف على ماذا يفعل التلفزيون في الاطفال وكانت النتائج إن الاطفال صغار السن يستخدمون التلفزيون للتسلية وللحصول على معلومات جديدة وكنشاط اجتماعي كما ابرزت النتائج مايسمى التعلم العرضي أي انهم يتعلمون بطريقة غير مباشرة تفاصيل كثيرة عن سلوك الكبار وايضا كشفت النتائج تأثير الخصائص الفردية كالسن والعمر على اختيار البرامج وان للعلاقات الاجتماعية تأثيرا مباشرا على الاختيار. ولكن دراسة شرام لم تفصح عن ما يتعلق بالسلوك الاجتماعي كالعنف مثلا .

٣ - دراسات كبير اطباء في امريكا حول التلفزيون والسلوك الاجتماعي واستمرت عشر سنوات وخلصت إلى إن هناك مؤشرات غير قطعية الثبوت عن وجود علاقة بين مشاهدة العنف في التلفزيون وبين السلوك العدواني لدى فئات محددة من الاطفال واشارت إن اكثر الاطفال تاثرا هم اللذين لديهم استعداد ذاتي للتصرف بعداونية

ورغم من بدائية هذه الدراسات الا انها تعد اولى المحاولات الجادة في دراسة تاثير وسائل الاعلام على الافراد والمجتمعات وتمثل ايضا البذرة الحقيقية لولادة تخصص الاتصال الجماهيري "الاعلام"

خلاصة القول :

- إن الدراسات التي تبحث في التأثير لوسائل الاعلام المرئية والمسموعة هي التي " تسببت في تشكيل كم هائل من المعلومات صنفت إلى نظريات عديده بعضها مات كنظرية الرصاصة السحرية وبعضها عاش كنظرية الاشباع والاستخدام وترتيب الاولويات والغرس الثقافي .
- البحث في موضوعات تاثير وسائل الاعلام المرئية والمسموعة تمثل حقلا واسعا لم يستوف حقه من الدراسة والبحث وماتزال دراسة هذا التأثير مثار جدل علماء التخصصات المهتمة به بسبب بوجود كم هائل من المتغيرات المستقلة الاعلامية والغير اعلامية كما انه لو سلمنا بتاثير وسائل الاعلام فمن الصعوبة تحديد طبيعة ذلك التأثير وحجمه .
- هذه الصعوبة انقلبت على دراسات التأثير بصورة ايجابية وابقت الباحث مفتوحا على مصراعيه للباحثين لتأكيد صحة افتراضات التأثير واسهمت في تطوير مناهج دراسته بصورة تقربنا إلى فهمه اكثر ، وما الاسلوب التجريبي الا احد الاساليب المطورة في التعرف على تأثير وسائل الاعلام بمعزل عن تاثير الاسباب الاخرى

ثانيا : بحوث مضمون الوسائل المسموعة والمرئية

هذا النوع يعتمد على تحليل المضمون ، ونؤكد هنا إلى إن الدراسات التحليلية ينبغي إن لا تحصر نفسها في مجرد تحليل مادة الحديث المسموع . بل تتجاوز ذلك إلى التعرف على الاشكال الفنية مثل اخراج بعض البرامج التلفزيونية عبر استخدام تصنيفات مثل الاخراج ومصطلحاته مزج وقطع وزوايا الكاميرا وحجم اللقطات والمؤثرات

ثالثا : بحوث قياس حجم جمهور الاذاعة والتلفزيون

مرت بالعديد من المراحل لتوخي الدقة في عملية القياس لان اساليب البحث في هذا الجانب ظلت ولمدة غير قصيرة متهممة بتحيزها ومجانبتها للحقيقة . غير إن الحاجة القصوى إلى معرفة حصة الاذاعات والقنوات التلفزيونية وحصة كل برنامج على حدة عجلت بتقدم هذا النوع من البحوث. وتعد عملية قياس جمهور الاذاعة والتلفزيون من المهام الحاسمة في تقرير العديد من الخطط وتنفيذها ، لذا عمدت شركات قياس الجمهور بتخصيص مبالغ طائلة للوصول إلى نتيجة في هذا الشأن . وكان السبب الرئيسي لنشأة هذا النوع من البحوث هو حاجة المعلنين بالدرجة الاولى لانها تسهم بطريقة غير مباشرة في اعطاء مؤشرات جيدة لدرجة تطور مستوى البرامج الاعابية والتلفزيونية .

على الرغم من استفادة الاذاعة التلفزيون من البحوث التجارية المعتمدة على قياس حجم الجمهور من معرفة مدى اقبال الجمهور على برامجهم والمعلومات الشخصية الديمغرافية لا إن تلك المعلومات ينقصها معرفة اسباب الاقبال او الانصراف عنها

إن المهمة الرئيسية التي تقوم بها عملية قياس الجمهور هي معرفة ماذا يحصل في مجتمع مستمعي او مشاهدي الوسائل المسموعة والمرئية وللوصول إلى اجابة هذا التساؤل يجب على الباحث إن يحدد اولاً وحدة التحليل التي تنحصر في افراد الناس او وحدة الدراسة ، وثانياً التعرف على عينتها بالاسلوب العنقودي .

ما هي سائل قياس حجم الجمهور؟

١ - **المذكرات اليومية**: عبارة عن مفكرة صغيرة الحجم يجلب فيها الفرد طريقة استخدامه للوسيلة الاعلامية المرئية او المسموعة لمدة اسبوع كامل ، وتعد المذكرات من اشهر الادوات للتعرف على سلوك الفرد تجاه اوسيلة . وتصمم المذكرة على شكل خانات تتضمن عناصر مثل اسم القناة واسم البرنامج وعدد الافراد ووقت المشاهدة الذي يعتبر العامل الذي تقسم على ضوئه المذكرة ومثال ذلك مفكرات شركة اربيترون . ، اما مفكرات الاذاعة ومستمعيها فهي تشابه مفكرات المشاهدين ولكن الاختلاف فقط في اشتمالها على تعليقات تتعلق بطبيعة التباين في خصائص الراديو عن التلفزيون ، ففي مذكرة الراديو لا يطلب من المشارك تدوين معلومات عن الاخرين لان الاستماع يتم بصورة فردية

مناقب او مميزات المفكرات :

أ - تزويد الباحثين بمعلومات دقيقة عن الافراد الذين يقومون بمشاهدة التلفزيون وعن الاماكن التي يستمع فيها المرء للمذيع

ب - افضل وسيلة للحصول على معلومات عن مستمعي الاذاعة

مثالب او عيوب المفكرات :

أ - عدم تجاوب المشاركين بشكل منضبط

ب - تتناسب مع الافراد المتعلمين فقط دون الاميين

ت - استغلالية بعض المشاركين لها للتصويت لبرنامج ما حتى وان لم تتم شهادته او الاستماع اليه

٢ - **الاتصال الهاتفي** : تعد من اوائل دوات المسح المستخدمة من قبل شركات القياس بطريقة فعالة لمعرفة طبيعة الجمهور متقلب

الاتجاهات في فترة وجيزة كجمهور الراديو والتلفزيون علم □□□□ م وفي علم □□□□ اجري اول قياس رسمي تحت مسمى خدمة جديدة اطلق عليها التحليل التعاوني للبيت الاذاعي ، وتتركز طريقة هذا الاسلوب على سؤال الباحث للمبحوث عما يستمع اليه او استمع اليه في فترة معينة لتدون الاجابة كمعلومة اساسية في التحليل . **ومن عيوب الاتصال الهاتفي " إن الجمهور قد لا يتجاوب مع شخص على الهاتف يجهل عنه الشيء الكثير وحتى إن تجاوب فان اعتماده على ذاكرته لا يسعفه في تزويد الباحث بالمعلومات الدقيقة . ومن اهم المزايا " تمكن الباحث من الحصول على معلومات فورية وتفصيل اشمل"**

٣ - **المقابلة الشخصية** : هي اول اداة استخداما لقياس حجم جمهور الاذاعة في المراحل المبكرة لنشأة الاذاعة ، ومازال يعتمد عليه

حاليا خصوصا دول العالم الثالث ولعل السبب الرئيسي الذي مكن لهذا المنهج سيادته هو " إن نسبة عالية من سكان تلك الدول تصنف في فئة الاميين والتي تلائمهم المقابلة الشخصية عكس الاتصال الهاتفي الذي يسقط هذه الفئة لعدم تجاوبها او لعدم امتلاكها للهاتف وهذه الحجة التي جعلت محطة cbs اعتماد المقابلات الشخصية بدلا من الاتصال الهاتفي . كما إن المقابلات تمتلك ميزة مهمة وهي انها تعتبر الوسيلة الافضل على الاطلاق للتعرف على السلوكيات الاجتماعية والنفسية للمبحوثين . وفي علم □□□□ طور احد الباحثين طريقة جديدة لاستخدام منهج المقابلة الشخصية وهو تسخير المقابلة كأداة لتذكير الجمهور بقائمة البرامج لمساعدتهم في استرجاع أي من البرامج الموجودة في القائمة استمعوا اليها . وكان مما شجع هذا الاسلوب على النجاح هو المصادقية التي يقدمها وبهذا تتفوق على الاتصال الهاتفي الذي يقتصر على معرفة المحطة او البرنامج

- ٤ - **العداد الالكتروني** : هو حاسب آلي صغير موصل باجهزة التلفزيون في منازل عينة المبحوثين يسجل معلومات اساسية تتعلق بمتغيرات تصرف المشاهد مع التلفزيون كالساعة التي ادار بها مفتاح التشغيل والقناة التي يشاهدها ولحظات التحول من قناة إلى قناة والتعرف على افراد العائلة عن طريق رقم محدد لكل عضو بالعائلة ، وهذا العداد موصل بهاتف او عبر شارة جهاز استقبال بجهاز حاسب الي وبشكل مباشر والي ترصد كل المعلومات ، ولعل هذه الاداة تتفوق على غيرها من وسائل جمع المعلومات وخاصة فيما يتعلق بتوفير الوقت والجهد وقضاؤه على الاخطاء ، اما العيوب فتتمثل في عيبين اساسيين
- ١ - غلاء ثمنه مقارنة بالاساليب الاخرى وحاجته للصيانة المستمرة والمراقبة التامة
 - ٢ - لا يأخذ في الاعتبار ما اذا كان هناك فعلا من يشاهد في الواقع ام لا فقد يتركه يعمل ولكن قد ينام الشخص او ينصرف .

الفصل العاشر : بحوث الاعلام الرقمي

انواع بحوث لاعلام الرقمي

تنوعت بوث الاعلام الرقمي "الحاسب الالي" وفقا لطبيعة النظرة إلى وظيفة الحاسب نفسه ، فمنهم من حاول دراسة توظيف المتخصصين والمؤسسات الاعلامية لتقنية جهاز الحاسب في مجال خدمة الانتاج الاعلامي والامكانات التي يمكن إن يقدمها لخدمة اصحاب المهنة ، **ولكن الغالبية العظمى** توجهوا إلى دراسة الحاسب كوسيلة اتصالية ذات سمات وخصائص متنوعة تمثل حقلا بكرا من حقول المعرفة والبحث . ولكن هذه الدراسات مازالت محصورة في مجالات محدودة وعلى الاخص في مجال الصحافة الالكترونية .

بحوث الاعلام الرقمي لا تقتصر على ما يوفره الحاسب التقليدي من وسائل او وظائف اتصالية بل يشمل كذلك التقنية الماثلة كالهاتف المحمول

١ - بحوث الانتاج الاعلامي الرقمي

٢ - بحوث استخدامات الجمهور للاعلام الرقمي

٣ - بحوث مقارنة الوسائل الرقمية مع التقليدية

٤ - بحوث تأثير الاعلام الرقمي

اولا: بحوث الانتاج الرقمي :

الصحافة هو الاولى استفادة من الحاسب وخاصة في تجهيز المواد الصحفية ، ومع تطور صناعة برامج الحاسب توفرت البرامج المتخصصة في عملية الانتاج الاعلامي مما ادى إلى رفع المستويات الفنية للمواد الاعلامية سواء في مجال التحرير ، معالجة الصور والرسوم ، والجرافيكس، والتوليف او المونتاج ، والتسجيل . واهتمت الدراسات في اتجاهات استخدامات الحاسب الالي تمحورت في البحث عن الامكانات التي يوفرها الحاسب لخدمة تلك الفنون ، وكذلك اهتمت الدراسات في البحث في خصائص الحاسب ومدى استخدام المهنيين انفسهم لامكاناته وتطبيقاته وبعد تعريف الانترنت زانتشارها توسعت مجالات بحوث الانتاج ومنها اهتمام الباحثين بدراسة عملية اخراج الصحف الالكترونية القائم على متغيرات تؤسس على اطار نظري يعرف بمتغيرات الاخراج الاليكتروني فحرصت بعض الدراسات وباسلوب كيفي على التعريف بعناصر تصميم الصحيفة الالكترونية سواء في المظهر العام او اسلوب البناء او التعريف بعنصر خريطة الصحيفة وعنصر خريطة العناوين وعنصر المرات وغيرها

ولم تنحصر دراسة اخراج الصفحات الالكترونية على العناصر المرئية بل تجاوزت ذلك إلى البحث في تفاصيل تقنية بعضها المتعلقة بالنماذج التي تسهل للباحث الوصول للمادة المعروضة وخصوصا مع اللغات التي لا تستخدم الاحرف اللاتينية التي تعد كعقبات تقنية ومثال ذلك النصوص العربية

ثانيا : بحوث استخدامات الجمهور للاعلام الرقمي

وهي تخص موضوع التعرض للصحف الالكترونية وتركزت الدراسات على البحث في المتغيرات المتعلقة بخصائص الجمهور القارئ لهذا النوع ودرجة اقباله عليها واتجاهاته نحوها ومدى رضاه عليها مع ربط ذلك كله بالمتغيرات المتعلقة بخصائص الصحف نفسها ، ونظرا بفضل خاصية الشبكة الفريدة في الرصد تستطيع إن توفر اساليب فعالة ودقيقة في التعرف على حجم زيارة الجمهور للمواقع من خلال مواقع متخصصة مثل : اليكسا الشهير الذي يصنف المواقع حسب عدد الزوار . **لا ينحصر البحث في مجال استخدامات الجمهور للصحف الالكترونية على جمهور القراء فقط بل يتجاوزه إلى استخدامات الصحفيين** انفسهم او صحفهم بشكل عام كمصدر لجمع المادة الصحفية .

ثالثا : بحوث مقارنة الوسائل الرقمية مع التقليدية

من الظواهر المألوفة والمنتشرة مقارنة أي وسيلة جديدة في ضوء واقع الوسيلة المواتجة على الساحة للتعرف على مدى قدرة الوسائل الرائدة في المحافظة على كينونتها وقدرة الجديدة على منافستها او الغاء بعض خصائصها ، وفي هذه البحوث تناولت الدراسات هذا الموضوع باستخدام المنهج الكيفي في تحليل معلومات النوعين وتقديم الدلائل على درجة تبال الوظائف والمهام وفي ايضا التأثيرات المستقبلية للجديدة على الوسئل التقليدية وتحديد الصحف الالكترونية على الورقية والبعض تناول جانب اخر عبر استقراء التطورات التقنية في مجال الاتصال الرقمي . كما إن المقارنة بين الوسيلتين السابقتين لم يقتصر على الخصائص والسمات فقط بل توسعت إلى الجمهور ومعرفة درجة استيعاب القراء للصحف الورقية مقارنة بدرجة ادراكهم لما ينشر في الالكترونية .

الصحف الالكترونية اقل اطلاعا على الاخبار السياسية سواء المحلية او الاقليمية او العالمية وان القراء اقل تذكرا للاحداث التي شهدتها فترة متابعتهم لها عكس الورقية اعتمادا على الخصائص برغم إن العديد من الصحف التي تصدر النوعين تحرص إن تكونا متشابهتين إلى حد ما في الموضوعات الا إن الالكترونية تصنف مادتها وترتب عناوينها بصورة مختلفة مع الحرص على إن تكون شبه مماثلة للورقية في حجمها وتعتمد في الكثير من اجزاها على تهيئة الروابط لقراءها وبذلك ستجد تجنب منهم للاخبار العامة البارزة في الصفحات الاولى من الورقية أي بمعنى محدودية سيطرة المحررين على ترتيب الاولويات . ولاختبار هذا الافتراض استخدم اسلوب التجربة

رابعا : بحوث تأثير وسائل الاعلام الرقمية

اثار التنوع في الوسائط والاقراص المدمجة وخيارات الاتصال عبر الهاتف المحمول فضول بعض الباحثين لمعرفة اثره على درجة تلقي المستخدمين للمواد الاعلامية المقدمة من خلالها وانطلقت البحوث بفرضية إن المتخصصين في تقنية المعلومات حينما سعوا إلى تطويرها قصدوا إلى التأثير في مستوى ادراك ومعرفة المتلقين للرسائل المقدمة وهو افتراض يؤديه الكثير لان تقديم المعلومة في اشكال مختلفة يساعد على ايصالها بصورة افضل من عرضها بشكل واحد والبعض يرى عكس ذلك اذ يرى إن تعدد الاشكال يعقد عملية الادراك . ومن الدراسات الشمولية للكشف عن هذا الافتراضات السابقة هناك دراسة استخدم فيها الباحث اسلوب التجربة انطلقت من تساؤلين

- هل يؤثر تعزيز الوسائط في درجة تعلم الاشخاص
- هل اضافة عنصر تحميل الصوت والصورة يعطي انطباعا جيدا .

النتائج :

- الصوت والصورة اقوى الوسائط تأثيرا في مستوى تلقي الافراد للمادة الاعلامية عبر الانترنت
- تعدد الوسائط يعد معوقا في درجة حفظها ويؤثر سلبا في تقييم مستوى الموقع الالكتروني

ولاهمية الاعلام الرقمي في مجال التعليم لم يقتصر البحث في جانب تأثيره على المختصين في الاعلام بل نشط ذلك في حقل التعليم وخاصة المهتمين بالوسائل التعليمية

مستقبل دراسات الاعلام الرقمي :

حقل البحوث في هذا الجانب مازال بكرا ويمثل مجالا خصبا لموضوعات متعددة ، ذلك إن البحوث ودرجة التفاعل معه ، بل إن الجمهور وجد نفسه في عالم الانترنت بان يتحول من مستقبل إلى مرسل عبر الشبكات الاجتماعية وغيرها من مزايا تواجد الانترنت ومواضيعه الكثيرة

الفصل الحادي عشر : بحوث العلاقات العامة والاعلان

بحوث العلاقات العامة :

العلاقات العامة تستخدم البحث العلمي بشكل مستمر في شتى مجالاتها ، والعلاقة بينهما متأصلة منذ نشأة التخصص الذي جاء نتيجة للدراسات والابحاث بالاشترك مع علوم اخرى كالتسويق والاعلان والادارة ، **ولا يقتصر البحث في العلاقات العامة وانشطتها على اقسامها العلمية ومعاهدتها المتخصصة بل تجاوزه إلى العاملين في العلاقات العامة** . كان مما ضاعف اهمية بحوث العلاقات العامة "حاجة موظفي شركات العلاقات العامة إلى التعامل مع قنوات متعددة تتطلب المعرفة الدقيقة ببيئتها واساليب التعامل معها . ونظرا لحدائثة فن العلاقات العامة في الوطن العربي اتت معظم الدراسات الاكاديمية الرائدة فيه متصفة بالطابع الشمولي العام كطبيعة العلاقات واصولها ووظائفها . مما يعني ذلك إن الدراسات العربية للعلاقات العامة تصنف في عداد الدراسات الكيفية الا ما ندر منها اقسام بحوث العلاقات العامة

تنقسم إلى قسمين يختلفان في اسلوب جمع المعلومات وتحليلها ويلتقيان في الرغبة في الوصول للمعلومة

١ - البحوث المنهجية

٢ - البحوث الغير منهجية

البحوث المهجية

هي عملية جمع المعلومات المنتظمة والموضوعية الخاضعة لتحكم الباحث من اجل وصفها وفهمها ، او هي البحوث التي تسير وفق خطوات **وضوابط البحث العلمي المعروفة** . وهذا النوع من البحوث يشبه بحوث الدراسات الاكاديمية التي تتطلب المنهجية .

البحوث الغير منهجية

هي التي لا يلتزم الباحث فيها بالمنهج العلمية المعتبرة او باساليب جمع معلوماتها ، ويعد الاكثر استخداما في العلاقات العامة في المؤسسات ويؤكد البعض إن هذه الطريقة تعد عملا لا بد من اللجوء اليها كجزء من عمل موظف العلاقات . كما يعد الاكثر شيوعا لعدة اسباب

١ - اسرع الطرق للوصول للمعلومات وقلة تكاليفها مقارنة بالبحوث المنهجية

٢ - الكثير من المؤسسات تتعامل مع فئات محدودة لا يحتاج إلى دراسة شاملة لتعميم نتائجها

٣ - قلة الباحثين المتخصصين العاملين في اقسام العلاقات العامة

مصادر جمع المعلومات للبحوث الغير منهجية :

١ - الاتصالات الشخصية

٢ - مجموعة الراي

٣ - اللجان الاستشارية

٤ - المحقق في الشكاوي

٥ - تخصيص رقم هاتف مباشر للجمهور بانواعه

٦ - تحليل الرسائل البريدية

٧ - تقارير المندوبين

٨ - تقارير وسائل اعلام

م	المصدر	الوصف
١ -	الاتصالات الشخصية	افضل وسيلة للتعرف على اراء الجمهور الداخلي والخارجي لانها تحقق ميزة التفاعل وازالة الحواجز لتصبح العلاقة غير رسمية تساعد في الحصول على معلومات مفصلة ومباشرة ، ومما يسهم للاستفادة من هذا المصدر هو الحرص على الحصول على رجع الصدى أي رأي المراجعين والزائرين او المساهمين
٢ -	مجموعة الرأي	مجموعة لهم علاقة بالمؤسسة يتناقشون مع افرادها لتحسين الصرة الذهنية وتتفاوت عملية اختيار الافراد والتنظيم وفقا حجم المؤسسة واهمية الموضوع
٣ -	اللجان الاستشارية	هي مجموعات من المتخصصين في مجال عمل المؤسسة يتم اختيارها لتقديم المشورة لتقييم وتطوير انشطة المؤسسة وعلاج أي نقد موجه لها من الجمهور وموضوعات اخرى كوضع الخطط التطويرية واتخاذ القرارات الحاسمة. ونظرا لاهمية اللجان الاستشارية فان عدم الاخذ برأيها في التوصيات قد يقود لنتائج عكسية تؤدي إلى تزايد السخط والنقد ومن ثم الفشل
٤ -	المحقق في الشكاوي	مهمته في التعرف على التذمر والشكاوي الموجه نحو المؤسسة وقد كشفت تحليلات إن هذه الشكاوي تنشأ نتيجة تفشي اساليب "بيروقراطية" قاتلة تكشف عنها مبادرة الجمهور بتشخيصها
٥ -	هاتف مباشر	للحصول على رد فعل الجمهور تجاة الانشطة انشئت هذه القناة ، والبعض خصص رقم مجاني للحديث مع صناع القرار بما يشعروهم باهمية ارائهم
٦ -	الرسالة البريدية	بعض الفئات تفضل السرية في مخاطبة الجهات التي تتعامل معها فتحرص العلاقات العامة تشجيع تلك الفئة بالتواصل مع المؤسسة اما من خلال عنوان صندوق المؤسسة البريدي او عبر العنوان الالكتروني وللحصول على اكبر قدر تقوم المؤسسة بتعريف تلك العناوين عبر وسائل الاعلام او وضعه بشكل بارز على مطبوعات ومنتجات المؤسسة او من خلال موقع المؤسسة الالكتروني على شبكة المعلومات الانترنت بتخصيص رابط مستقل ، وقد يقوم المسئول الاول عن المؤسسة بمكاتبتهم بما يشعروهم بذلك التقدير
٧ -	تقارير المندوبين	يوجدون خارج المؤسسة ويمكن تدريبهم ليكونوا اذنا صاغية لسماع اراء عملائهم لتزويد المؤسسة بتقارير مفصلة عنهم وهذا الاسلوب اذا احكم استخدامه يكون تراكما من المعلومات تسهم في تطوير الاداء
٨ -	تقارير وسائل الاعلام	من وظائف العلاقات العامة المسلم بها هو متابعتها لما ينشر في وسائل الاعلام المختلفة للتعقيب عن ما يستحق التعقيب عنه ، وبعض المؤسسات تكون ارشيف مفرسا لتلك المواد ليسهل الرجوع اليها للحاجة

بحوث الاعلان

حظيت دراسات الاعلان اهتماما كبيرا من قبل الاكاديميين الباحثين وجاء ذلك شموليا للهدف بدراسة مضامين الاعلان وانواعها . وقد تركزت اهتمام دراسات وكالات الاعلان على التعرف على الاساليب المناسبة لصناعة اعلانات قادرة على جذب اكبر قدر ممكن من الجمهور

– الاساليب التي يستخدمها الباحثون والاكاديميون في **دراساتهم لفن الاعلان** :

١ – تحليل المضمون

٢ – الاستبانة

٣ – الدراسة التجريبية

– اساليب الباحثين في **وكالات الاعلان** بشكل خاص :

١ – البحوث القبلية

٢ – البحوث البعدية

البحوث القبلية :

هي التي تسبق الحملة الاعلانية . وتلجا وكالات الاعلان لهذا النوع من اجل التهيئة التامة لنجاح الحملة الاعلانية المزمع تنفيذها

عناصر البحوث القبلية :

١ – اسباب تغيير الناس عاداتهم الشرائية ؟

٢ – اسباب تغير مواقف الناس او تحفظهم تجاه سلعة معينة ؟

٣ – لماذا يستجيب الناس لبعض الوسائل الاعلانية بينما لا يتفاعلون مع الاخرى

التساؤل الاول والثاني يمثلان مدخلان حاسما في تصميم الرسالة الاعلامية الذي يبني على اجابة السؤال الثالث .

انواع البحوث القبلية :

١ – **بحوث الخصائص الفردية** (من خلال تصنيفهم حسب الفئات والخصائص والبحث في العلاقة بين تلك الخصائص في تحديد درجة

انفاقهم وتحديد مدى اهمية مخاطبتهم عبر الاعلان وهذا **التقسيم** يفيد في التعرف على عادات تلك لفئات واوقات وجودهم

٢ – **بحوث العوامل النفسية** تركز على متغيرات نفسية تؤثر في سلوكيات الفرد الشرائية فيصنف الافراد بناءا على شخصياتهم ونظرتهم

للحياة واساليب شرائهم وتحليل درجة ثقة المرء بنفسه وقوة شخصيته وعلاقته مع الاخرين

وتكمن صعوبة هذا النوع من الابحاث في " انها تعتمد اعتمادا رئيسيا على إن يكون الباحث ملما بصورة جيدة بنظريات علم النفس

واساليبه لتحقيق مصداقية عالية في تصميم دراسته

٣ – **بحوث دوافع الشراء** : يصنف الجمهور وفقا لاسباب التي تجعله يقبل على الشراء . والاشياء التي تدفعه إلى الاحجام عنه ، علما

بان نتائج هذا النوع من البحوث ربما **هي التي قادت** إلى تكثيف العديد من الاعلانات التي جعلت الكثير من المستهلكين يعتقد إن

بعض الاشياء الاستهلاكية الثانوية سلعا اساسية ينبغي اقتناؤها

البحوث البعدية " البحوث التقويمية "

هي التي تاتي اثناء الحملة الاعلانية او بعدها ، وتهدف إلى تقييم مدى فاعلية ونجاح الحملة الاعلانية ، وهذا النوع يحتاج للدقة

والتحري والشديدين للحصول على نتائج صحيحة .

– هذه البحوث التقويمية للاعلان تدخل في عداد دراسات التأثير التي تتطلب تحكماً دقيقاً في العوامل المعترضة الاخرى .

الدراسات التي تصنف تحت البحوث البعدية :

- ١ - من أقوى المؤشرات استخداما للتعرف على فعالية الحملة الاعلانية هو البحث عن العلاقة بين درجة الكثافة الاعلانية وزيادة مبيعات المعلن . حيث يعتمد فيه المعلن بالسلوب غير منهجي على مقارنته الشخصية لنسبة مبيعاته قبل الاعلان وبعده . ومن اهم مميزات هذا السلوب الغير منهجي انه لا يتطلب مشاركة الجمهور بطريقة مباشرة في الحصول على المعلومات اللازمة
- ٢ - الدراسات التي تقوم على اساس قياس درجة تعرض الجمهور للحملة الاعلانية باختيار عينة يقسمها إلى فئات
- أ - جمهور غير قارئ : الشخص الذي لا يتذكر رؤية الاعلان
- ب - جمهور قارئ وملاحظ : يتذكرون رؤية الاعلان
- ت - جمهور قارئ مشارك : رأوا الاعلان وقرأوا جزءا منه مثل اسم السلعة
- ث - جمهور قارئ : قرأوا اكثر من نصف مادة الاعلان
- ٣ - نوع اخر من الدراسات حاول الربط بين التعرض للاعلان ونوعية الاستهلاك الذي يقوم به جمهور العينة
- يحذر المختصون في الدراسات الاعلامية ودراسات علمي النفس والاجتماع من عدم الافراط في الاعتقاد بأن كل ما يعلن عنه يطلع عليه الجمهور ،

قياس جمهور اللوحات الاعلانية

يقصد به تلك الاعلانات التي تنتشر في اماكن وجود الجمهور او مرورهم كلوحات الشوارع والملصقات المختلفة ، ويعود تاريخها إلى منتصف الاربعينيات من القرن العشرين عندما اجرت احدى مكاتب السفريات اول دراسة على جمهور اللوحات الاعلانية . ولا بد من الاعتراف بأن دراسات قياس جمهور اللوحات الاعلانية تمثل اصعب انواع دراسات قياس الجمهور لعدة اسباب :

١ - التعرض لهذه اللوحات يكون بصفة عامة ذا طبيعة لا ارادية اكثر من غيرها ولذا فان المرور لا يعطي تعريفا لحدوث التعرض من عدمه

٢ - الجمهور يجد صعوبة كبيرة في تحديد عدد مرات التعرض لها

٣ - ضخامة اعدادها وتشتتها (بعضها يكون في عربات متحركة) مما يصعب تذكر مواقع التعرض

الحاجة إلى قياس جمهور اللوحات الاعلانية جاء نتيجة لرغبة شركات ووكالات الاعلان في تحديد مواقع نقاط الاعلان وفقا لاسس علمية صحيحة ، كما انه سيسهم في زيادة طلب المعلنين لهذه الوسيلة لتوظيفها في خدمتهم لتسويق سلعهم ، كما يساعد ايضا بصورة فعالة في تحديد اجور نقاط الاعلان وفقا لحجم الجمهور المتوقع

من الاساليب البحثية الجديدة لقياس جمهور الاعلانات "نموذج بحثي طوره كوبلاند في انجلترا ولم يقتصر على التعرف على درجات التعرض وانما تجاوزه إلى محاولة اختبار مدى فعالية لائحة الاعلان وانتهت دراسة كوبلاند بنتائج

- حجم المدينة يؤثر في عدد جمهور هذا النوع من الاعلانات وكلما قل عدد السكان زادت نسبة رؤيتهم لها

- اهمية مراعاة متغير مدى وضوح الاعلانات ومواقعها

- امكانية استخدام كثافة مرور السيارات بمواقعها كوسيلة بحثية عوضا عن المسح في قياس حجم جمهورها

- من المآخذ على الدراسة : انه قدم كنموذج لدراسة حملات اعلانية في عدة مدن مختلفة ولم يركز على نقطة الاعلان الواحدة كوحدة للدراسة ، كما انه لم يعط اعتبارا لنقاط الاعلانا لمجاوره لعينة دراسته من اللوحات

الفصل الثاني عشر : تحليل المعلومات واتخراج النتائج

- اهم مراحل البحث وثمرته
- برغن انها تاتي في مؤخرة في ترتيبها الا إن التخطيط لها لا بد إن يوضع في الاعتبار منذ الخطوة التي يصمم فيها الباحث بحثه
- من اهم التوصيات التي يؤكد عليها المتخصصون في البحوث الاعلامية في مرحلة النتائج هو التركيز على عرض ما هو موجود في الواقع دون تجاوزه إلى الحديث عن الانطباعات الفردية حول موضوع الدراسة وخاصة مستخدمي المنهج الكيفي لانهم يميلون إلى تجاوز تقرير ماذا يوجد إلى ما ينبغي إن يكون ؟ ولا يمنع من توظيف الآراء الشخصية في الدراسات الكيفية ولكن يجب عدم ادخال الآراء السطحية او المليئة بالاستطرادات التي تقلل من عمق الدراسة . وهذا الامر ينطبق ايضا على الدراسات الكمية غير إن طبيعته تسمح بالتحكم في الآراء الشخصية بشكل ادق ، وبناء على ذلك فان عملية عرض النتائج لا تمثل اشكالا كبيرا على مستخدمي المنهج الكمي ولكن الصعوبة تبرز في مرحلة تحليل المعلومات .
- لحسن الحظ اسهمت تكنولوجيا المعلومات من خلال الحاسب الالي في تسهيل مهمة الباحثين وتذليل الكثير من الصعوبات بدلا من الاستخدام اليدوي في تحليل نتائج الدراسات احصائيا فقد وفرت شركات صناعة برامج الحاسب العديد من البرامج الاحصائية
- يجب على الباحث المستخدم للمنهج الكمي إن يعرف منذ البداية طرق تحليل معلومات دراسته احصائيا وان يكون ملما سلفا بطريقة ترميز تلك المعلومات وادخالها في الحاسب الالي متجنباً الاجتهادات العشوائية التي تقود إلى خسران الوقت والجهد
- SPSS هو احد البرامج الاحصائية المستخدمة في تحليل المعلومات وهو يعني الحقيقية الاحصائية للعلوم الاجتماعية

خطوات تحليل المعلومات عبر SPSS

١ - خطوات تسبق استخدام الحاسب الالي مثل :

- صياغة التساؤلات والفرضيات او احداها
- التعرف على طريقة الحصول على المعلومة وهذه نواة لتحديد وتصميم اداة جمع المعلومات
- تحديد نوع الاساليب الاحصائية المناسبة للاجابة على كل تساؤل او اختبار كل فرض "موازين القياس
- جمع المعلومات وفقا للاداة التي يتم تصميمها
- ترميز المعلومات وتشبة طريقة تصحيح الاستاذ لاجابات الطلاب

٢ - خطوات استخدام الحاسب

- توظيف الحاسب لعملية التحليل واستخراج النتائج
- تبدأ بتجهيز الحاسب بالبرنامج الاحصائي SPSS وتتم فيه عدة خطوات

١ - خطوة اعداد البرنامج

٢ - خطوة ادخلا البيانات

٣ - خطوة تنفيذ الاسلوب الاحصائي المناسب

٤ - خطوة فحص النتائج وتفسيرها

خطوة اعداد البرنامج :

تتضمن ادخال المعلومات الخاصة بالمتغيرات ولفهم هذه الخطوة يستحسن تطبيقها مباشرة على الحاسب بالنقر على صفحة عرض

المتغيرات المحتوية على □□ اعمدة او تصنيفات هي

١ - الاسم : كتابة اسم المتغير على إن لا يزيد عن □ احرف

٢ - النوع : تحديد طريقة التعبير عن نوع المتغير (لفظ STING / ارقام NUMERIC / تاريخ DATE)

٣ - الاتساع WIDTH سعة العمود وان لا يزيد عن □□ حرف

٤ - الارقام العشرية DECIMALS عدد الارقام اللاحقة بالعلامة العشرية في حالة الكسور اما في حالة الاعداد الصحيحة يتم اختيار

الرقم صفر

٥ - كنية المتغير او وصفه LABEL مخصصة لشرح المتغير والتعبير عنه باكثر من كلمة

٦ - القيم : تحديد قيمة مستوى او ميزان المتغير

٧ - المفقود : القيم المفقودة من البيانات المراد ادخالها

٨ - الاعمدة : تحديد مدى سعة العمود الذي يحتاجه المدخل في صفحة عرض البيانات

٩ - المحاذاة : ALIGN اختيار موقع البيانات في داخل الخلية سواء يسار او يمين او وسط

١٠ مستوى القياس : تحديد مستوى القياس

خطوة ادخال البيانات :

ادخال المعلومات المرزمة سابقا على هيئة ارقام في صفحة البيانات

خطوة تنفيذ الاسلوب الاحصائي المناسب :

من خلال استخدام امر التحليل ، اذ يقوم الباحث باختيار نوع التحليل كطلب الحصول على الاحصاءات الوصفية للبيانات ومن بينها التكرار والمتوسط والانحراف المعياري او طلب الحصول على الاحصاءات الاستنتاجية والتي من بينها مقارنة المتوسطات واختبارات الارتباط وتحليل التباين

خطوة فحص النتائج وتفسيرها :

توجيه الحاسب إلى تنفيذ الأوامر تقود إلى ثمره الجهد كله من خلال جداول وأرقام متنوعة يكشف عنها البرنامج بشكل تلقائي وسريع ثم يقوم الباحث بقراءتها وإعطاء تفسيرات أولية لتعيينه على شرحها وتفسيرها بشكل علمي الأمر في عملية إدخال المعلومات في الحاسب لا ينتهي عند تحليل تساؤلات وفرضيات الدراسة فحسب بل إن الباحث يمكنه إن يوظف تلك المعلومات في استخراج نتائج لم يخطط لها أصلا . كان نطلب من الحاسب إن يقيس لنا درجة الارتباط بين أعمار أفراد العينة وساعات مشاهدتهم للقناة الأولى بل إن سجل المعلومات هذا لا يفقد قيمته بمجرد انتهاء الباحث من تحليل نتائج دراسته وإنما يمكن الاستفادة منه في دراسات أخرى .

انتهى _____ ،، والله ولي التوفيق

إعداد / أخوكم ابوطلال

جامعة الملك عبدالعزيز – علاقات عامة

o0o_sa_o0o_2012@hotmail.com

لقد تم تعديل الملخص وتصحيح بعض الاخطاء علما بان الملخص شامل للكتاب كاملا دعواتكم لنا بالتوفيق ...

الملخص للجميع مجانا

انتظروا أعمالى القادمة بإذن الله تعالى