



مدونة المناهج السعودية

<https://eduschool40.blog>

الموقع التعليمي لجميع المراحل الدراسية

في المملكة العربية السعودية

الفصل الأول

مدخل إلى البحوث الإعلامية

✳️ البحث العلمي:

هو مجموعة من الخطط والإجراءات التي يتفق عليها العلماء لجمع معلومات يعتمد عليها من خلال أساليب ملاحظة منضبطة بطريقة تؤدي إلى موضوعية يتوصل إليها بأقل الأخطاء.

أن البحث العلمي لا يدعي قدرته على إعطاء نتيجة صحيحة ١٠٠% وإنما يسهم في تقليل الخطأ.

✳️ أسلوب الاستنتاج:

هو استخدام العموميات للوصول إلى حكم على الجزئيات بمعنى أن ينتقل الباحث في خطوات دراسة من المقدمات إلى النتائج.

✳️ أسلوب الاستقراء:

هو ما يعرف بتتبع الباحث الجزئيات للوصول منها إلى حكم كلي ويشيع هذا النوع بصورة أساسية في الدراسات الكيفية أكثر من نظيراتها الكمية.

✳️ نشأة البحث الإعلامي:

كان أول من استخدم هذا المنهج الجديد لأساليب البحث هم علماء النفس والاجتماع في القرن التاسع عشر إذ يذكر بعض الدارسين أن أحد علماء النفس ويدعى أرنست وبر كان أول من حاول قياس نماذج محددة من السلوك البشري في الأربعينات من ذلك القرن.

✳️ أسباب الحاجة إلى البحث الإعلامي:

١. اهتمام الجمهور والحكومات بتأثير وسائل الإعلام.
٢. فهم أنواع الاتصال ووسائله.
٣. نمو تخصص الإعلام وتعدد مجالاته.
٤. حاجة المعلنين إلى التعرف على الجمهور المستهلك.

✳️ مناهج الدراسات الإعلامية:

تنقسم مناهج الدراسات الإعلامية من حيث أسلوب جمع المعلومات وتحليلها إلى قسمين رئيسيين هما:

■ المنهج الكيفي:

هي الدراسات التي يتوصل إلى نتائجها من جلال الإجراءات غير الإحصائية أي أن هذه الدراسات تصف أو تحلل الظاهرة المدروسة دون عمل قياسات محددة للمتغيرات.

ويتم جمع المعلومات في الدراسات الكيفية عبر ثلاث طرق متفاوتة:

١. المقابلة مع الأشخاص ذوي العلاقة.
٢. الملاحظة المباشرة.
٣. الوثائق.

■ المنهج الكمي:

هي الدراسات التي يقوم الباحث فيها بعمل القياسات الضرورية للمتغيرات ذات العلاقة بمشكلة دراسته ويستخدم الأرقام لتفسير نتائجها ولعل أهم مميزات الدراسة الكمية أنها تقيس متغيرات مجموعة كبيرة من مجتمع الدراسة (العينة) وفقاً لجزئيات محددة (تساؤلات).

✱ أنواع الدراسات الإعلامية:

ويقصد بذلك طبيعة الدراسات وفقاً للهدف منها وبناء على الأسلوب الذي يتبعه الباحث في تطبيق دراسته وعرضها وفيما يلي استعراض موجز لهذه الأنواع:

أ- البحوث التأصيلية:

يكثر استخدام هذا النوع من البحوث في دراسات الإعلام الإسلامي على وجه الخصوص وهو إعلام يهدف إلى غاية جلية وجوهرية يمكن إنجازها في صياغة إعلام الأمة الإسلامية وفق الرؤية الإسلامية للحياة.

ويتم إجراء البحوث الإعلامية التأصيلية التي يمكن تصنيفها تحت مظلة البحوث الكيفية من خلال طريقتين اثنتين:

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

ثانياً: تفسير الظواهر الإعلامية المعاصرة وفقاً لوجهة النظر الإسلامية.

ب- البحوث التاريخية:

على الرغم من قلة استخدام الدراسات التاريخية في البحوث الإعلام إلا أن هناك مشكلات بحثية تعتمد اعتماداً رئيساً عليها.

وهي مهمة تقود في أحيان كثيرة إلى تفسير ظاهرة أو ظواهر حالية بل ربما تؤدي الدراسات التاريخية إلى أبعد من ذلك في فتح آفاق أخرى لدراسات جديدة وتنقسم المصادر إلى قسمين هما:

✱ **المصادر الرئيسية:** وهي الوثائق والمطبوعات أو المخطوطات التي تحمل المعلومات

الأولية وكذلك الأشخاص الذين شهدوا الحدث عن قرب.

✱ **المصادر الثانوية:** وهي المنشورات التي تؤدي دوراً وسيطاً في نقل المعلومات عن

غيرها من الوثائق أو المطبوعات أو المخطوطات أو الأفراد كما تشمل الأفراد الوسيطاء الذين عاصروا الأشخاص الذين شهدوا الحدث عن قرب.

ت- البحوث الاستكشافية:

وهي الدراسات التي تهدف إلى التعرف على ظاهرة جديدة ويدخل في هذا النوع البحوث التي تتطرق لمواضيع أو أجزاء من مواضيع لم يسبق تناولها البتة.

ومن عيوب هذا النوع من الأبحاث أنه ضعيف في بنائه لأنه لا يؤسس على معلومات سابقة.

ث- البحوث الوصفية:

يهدف هذا النوع من الدراسات إلي جمع المعلومات اللازمة لإعطاء وصف لأبعاد أو متغيرات الظاهرة المدروسة وذلك من خلال تحديد ماهية الأشياء وتفاوت درجة الوصف المطلوبة من دراسة لأخرى وفقا لهدف الدراسة وتساؤلاتها.

ج- بحوث الارتباط:

تهدف بحوث هذا النوع بشكل عام إلي التعرف على مدى وجود علاقة بين متغيرين أو أكثر مع تحديد درجة تلك العلاقة ويمكن تحديد درجة العلاقة أو الارتباط من خلال نتيجة اختيار العلاقة التي يمكن أن تبدو على نوعين:

- أن تكون العلاقة إيجابية: بمعنى أن هناك زيادة مطرودة بين المتغيرين في القيم.
- أن تكون العلاقة سلبية أو عكسية: بمعنى أن يكتشف الباحث تخالفا في اتجاه المتغيرين اللذين يختبر علاقة أحدهما بالآخر.

ح- البحوث السببية أو التجريبية:

تكن قوة الدراسات التجريبية في قدرة الباحث على التحكم بصورة دقيقة في بيئة دراسته بما في ذلك عملية تسليط العامل المستقل (الذي يفترض بأنه السبب) على العامل التابع.

• تقسيم الدراسات الإعلامية وفقا لاعتبارات العامل الزمني:

١. الدراسات الأحادية:

ونعني بها الدراسات التي يتم تطبيقها لمرة واحدة فقط وهذا النوع يشبه إلي حد ما أخذ لقطة فتوغرافية واحدة ولعل من أهم المآخذ على هذا الأسلوب أنه قادر على وصف ذلك المجتمع في مدة قصيرة فقط.

٢. الدراسات الممتدة:

وهذا الأسلوب مصمم لمعالجة المآخذ الذي أشرنا إليه في الدراسات الأحادية أنه يشبه أخذ أكثر من لقطة فتوغرافية لمجتمع العينة في فترات متباعدة ومن خلال هذا الإجراء يمكن التعرف على التغيرات التي تحدث للجماهير أو وسائل الإعلام غير أنه يمكن تقسيم هذه الدراسات إلي قسمين:

١) دراسة دورية:

ويعني بها قيام الباحث بدراسة عينات مختلفة في أوقات متباينة في مجتمع بحث واحد.

٢) دراسة المجموعة:

ويقصد بهذا القسم ان يختار الباحث عينة واحدة من المجتمع الدراسة ويستمر في دراستها عبر الأوقات المختلفة.

الفصل الثاني الخطوات الأولية في البحوث الإعلامية

✱ اختيار الموضوع:

تعتبر مرحلة اختيار موضوع ملائم لعمل بحث علمي في أي من التخصصات بما في ذلك الإعلام من أصعب المراحل وإخراجها بل إنها تكاد تكون أشقها على الإطلاق.

يأتي في مقدمة الخطوات أن يحدد مجال الدراسة بمعنى أن يضع نصب عينيه إطارا معينا من تلك الأطر التي يري أنها تتلاءم مع رغباته الشخصية وميوله بعد ذلك يمكن الانطلاق إلى الخطوة التالية المتمثلة في حصر الموضوع بصورة دقيقة وعلى الرغم من أهمية تحديد مجال الاهتمام إلا أن ذلك يعد تمهيدا أوليا لخطوة تعد أكثر أهمية من تحديد المجال وهي ما تعرف بعملية التعرف على مشكلة البحث التي تدفع الباحث إلى الرغبة في التعرف على تفسير لها.

✱ الخطة البحثية:

تتراوح عملية إعداد خطة بحثية بين جهد مختصر يحدد فيه الباحث الآلية التي سوف ينفذ في ضوءها دراسته إلا أن معظمها يكاد يتفق على أن تتضمن ما يلي:

- ١) العنوان.
- ٢) المقدمة.
- ٣) الدراسات السابقة.
- ٤) مشكلة الدراسة.
- ٥) التساؤلات والفرضيات.
- ٦) منهج الدراسة ويشمل:
 - تمهيد يحدد نوع المنهج المستخدم (كمي - كفي) ونوع الدراسة (تأصيلية - وصفية - تاريخية - استكشافية).
 - مجتمع الدراسة وعينتها (في الغالب خاص بالدراسة المستخدمة للمنهج الكمي).
 - أداة الدراسة (ويقصد بذلك الوسيلة التي يتم من خلالها جمع المعلومة).
 - طريقة أو طرق تحليل المعلومات.
- ٧) تقسيمات الدراسة.
- ٨) المرجع.
- ٩) الملاحق.

وقد يرى بعض الباحثين التعريف بعناصر أخرى تنفرد بنفسها في عناوين مستقلة من تلك العناصر على سبيل المثال:

- أ- أهمية الدراسة: وعلى الرغم من أنه لا بد أن تكون الإشارة إلى أهمية الدراسة في الأجزاء الأولى للخطة إلا أنه ليس هناك موقع محدد لإدراجها.
- ب- الإحساس بالمشكلة: ويفضل في حال الحاجة إلى إدراج هذا العنصر أن يسبق مشكلة الدراسة ويمهد لها.
- ج- التعريف بالمصطلحات: ويستحسن أن تذكر مباشرة بعد تساؤلات الدراسة وفرضيتها.
- د- حدود الدراسة: ويقصد بها توضيح الحالات المعنية بالدراسة وكذلك الحالات ذات العلاقة بالظاهرة المدروسة المستثناة من تعميم نتائج الدراسة عليها.
- هـ- مسلمات الدراسة: وهي مجموعة من العبارات يضعها الباحث أساسا لبحثه ويسلم بصحتها دون أن يحتاج إلى إثباتها وإقامة الدليل عليها.

(١) العنوان:

عندما يختار الباحث موضوع بحثه فإن الخطوة التي تلي ذلك تتمثل في أن يصوغ ذلك الموضوع في عنوان دقيق يعبر تماما عما يريد دراسته وعلى الرغم من أنه ليس هناك قاعدة محددة يتم من خلالها ضبط العنوان إلا أن الباحث لابد من أن يراعي الجوانب التالية لتحديد عنوانه على الوجه المطلوب:

- أن يتضمن العنوان الفكرة الرئيسية للموضوع.
- أن يكون هناك ما يشير إلى المنهج المستخدم في الدراسة.
- أن يكون العنوان مختصرا قدر الإمكان.

(٢) المقدمة

تمثل المقدمة البحثية مدخلا مهما لتعريف القارئ بطبيعة الدراسة التي هو بصدد الاطلاع عليها كما يجب أن تتم كتابتها بشكل انسيابي تجعل القارئ لا يشعر بالانتقال من جزئية إلى أخرى بشكل مخل ولعل مما يساهم في تحقيق ذلك مراعاة ما يلي:

- ❑ تحديد محاور الموضوع من خلال المتغيرات الواردة في عنوان الدراسة.
- ❑ الاستفادة من المحاور في الشروع في الكتابة المقدمة ويمكن القول بأن لدي الباحث على الأقل ثلاثة محاور مرتبة من العام إلى الخاص كالتالي:

- أ- شبكة المعلومات.
- ب- الصحافة المحلية.
- ج- قرآنية الجمهور.

❑ أن تتضمن الفقرة الأخيرة التي تتناول كل محور ما يوحي أو يأذن بالانتقال إلى المحور الذي يليه.

❑ تعزيز المادة التي يكتبها الباحث بما يدعم رأيه من إحصاءات ونتائج علمية تبرهن على أهمية موضوعه.

(٣) الدراسات السابقة

في البداية لابد من التمييز بين مصطلح أدبيات الدراسة ومصطلح الدراسات السابقة فالمصطلح الأول أشمل وأوسع من الثاني.

أدبيات الدراسة: هو كل ما تم رصده أو كتابته عن موضوع الدراسة أو أحد جوانبها وهي في الغالب إطار نظري يشمل معلومات عامة يتم استقاؤها من كافة أنواع البحوث بمناهجها المختلفة.

الدراسات السابقة: هي البحوث العلمية التي تتعلق بموضوع الدراسة أو مجالها.

فمراجعة الدراسات السابقة يمكن أن ترشد الباحث إلى العديد من الجوانب التي تعزز من قيمة بحثه وأهميته منها على سبيل المثال:

١. أنها تساعد الباحث على تجنب الموضوعات التي سبق دراستها.
٢. أنها تساعد على فهم موضوع الدراسة فهما جيدا والتعرف عليه من زوايا مختلفة.
٣. تسهم الدراسات السابقة في توجيه مسار الدراسات الجديدة في كثير من الخطوات المهمة.
٤. تساعد الدراسات السابقة الباحث على تفسير نتائج الدراسة وشرحها.

إن هناك عناصر أساسية يتوقع تضمونها في دراسة الباحث من دراسات الآخرين العلمية وتتمثل بصورة عامة فيما يلي:

١. عنوان الدراسة أو هدفها.
٢. التساؤلات أو الفرضيات ذات العلاقة بالدراسة الحالية.
٣. المنهج المستخدم في الدراسة السابقة.
٤. النتائج ذات العلاقة بالدراسة السابقة.

٤) مشكلة البحث:

أن مشكلة البحث في واقع الأمر لا تعدو عن كونها الهدف العلمي العام الذي يطمح الباحث في التوصل إليه وتفسيره بشكل علمي دقيق والتي يمكن من خلالها توليد تساؤلات الدراسة وفرضياتها.

كيف يمكن الإحساس بالمشكلة؟

١. الحاجة إلي تغطية النقص الواضح في معلومات الذي يرغب الباحث دراسته.
٢. الحاجة إلي شرح ظاهرة ما لا يوجد تفسير علمي دقيق لها.
٣. الحاجة إلي اختيار نظريات الإعلامية في بيئة لم يسبق اختبارها فيها.
٤. الحاجة إلي تقييم الوضع الراهن.

٥) تساؤلات البحث وفرضياته:

تمثل مرحلة كتابة تساؤلات البحث أو فرضياته إحدى أهم الخطوات التي يلجأ إليها الباحث بعد أن يفرغ من تحديد مشكلة دراسته وبناء على ذلك فإن أسئلة الدراسة وفرضياتها تتشابهان في كونها تمثلان الخطوة التالية لصياغة المشكلة وفي انهما تحددان أركان وعناصر مشكلة الدراسة غير أن التساؤلات تكون أكثر مباشرة في الإشارة إلي ذلك وبالتالي فالباحث حينئذ يريد التحقق من نتائج شبه متوقعة والتأكد من ذلك عبر اختيارات إحصائية معينة لذا يمكن تعريف الفرضية بأنها (توقع مؤقت لنتائج البحث).

أن الفرضية ليست مجرد تخيلات اجتهادية من الباحث وإنما هي تصور مبني على خلفية علمية تقرر فيها طبيعة حركة المتغيرات وتصنف الفرضيات بشكل عام إلي صنفين:

أولاً: فرضية إحصائية: وتعرف أيضا بالفرضية الصفرية وهي التي تبدأ بالنفي دائما.

ثانياً: فرضية بحثية: وهي التي تصاغ بأسلوب الإثبات والتقارير وهي ما تعيننا في البحوث الإعلامية.

وينقسم هذا الصنف إلي قسمين أيضا:

- أ- فرض غير متجه:** وهو الفرض الذي لا يحدد فيه الباحث طبيعة العلاقة ونوعها أو الاختلاف ومن أمثلته: هناك اختلاف ذو دلالة إحصائية بين أعمار جمهور الإذاعة وبين ساعات استماعهم لها.
- ب- فرض متجه:** وهو الفرض الذي يحدد فيه الباحث طبيعة العلاقة ونوعها أو الاختلاف ومن أمثلته: هناك علاقة إيجابية أو سلبية ذات دلالة إحصائية بين أعمار جمهور الإذاعة وبين ساعات استماعهم لها.

وتأتي صياغة تساؤلات البحث وكذلك فرضياته بعد أن يراجع الباحث الدراسات السابقة في موضوع الباحث وذلك لسببين مهمين:

أولاً: أنها تعينه على استنباط فرضيات على أساس علمي ومنطقي بعيدة عن العشوائية والتخمين.

ثانياً: تجنب تكرار بعض فرضيات الباحثين السابقين التي لا تحتاج إلى إعادة دراسة بل ينصرف الباحث إلى تلمس جوانب القصور والنقص في الظاهر التي تتطلب البحث.

(٦) المراجع:

تعتبر عملية رصد وتوثيق المصادر التي اعتمدها الباحث في دراسته شرطاً رئيساً في كتابة البحث أو خطته إذ إن عليه أن يقوم بعرض جميع الكتب والمجلات والدوريات والوثائق ومواقع شبكة المعلومات والمقابلات ونحوها التي شكلت مرجعاً في رصد معلوماته.

أما أهم الأساليب الشائعة في رصد المراجع وأسهلها تنظيماً فهي على النحو التالي:

❑ الحاشية أو الهامش:

ويقصد بذلك الجزء السفلي من الصفحة الذي يدون فيه الباحث اسم المرجع الذي ورد في الصفحة نفسها أو أية معلومات تفصيلية يرغب في التعريف بها.

❑ توثيق الكتاب.

❑ توثيق دورية علمية.

(٧) قائمة المراجع:

لا تختلف المعلومات التي يرصدها الباحث في قائمة المرجع عن المعلومات التي يدونها للمرة الأولى في الجزء المتعلق بالحاشية أو الهامش إلا بحذف رقم الصفحة من معلومات الكتاب.

الفصل الثالث

عناصر أساسية في بحوث الإعلام

★ المتغيرات:

هي الأشياء (أحداث أو أشخاص أو ظاهرة) المتفاوتة في الشكل أو التصور ويمكن للباحث التصرف و قياسها عبر التمييز بين صفاتها ويتم أسلوب التقييم (القياس) بإحدى طريقتين:

١. من خلال عملية الكم المتمثلة في إعطاء أرقام محددة تمثل طبيعة ذلك المتغير (أسلوب كمي).
٢. أو عبر عملية الكيف المتمثلة في إعطاء وصف يمثل ذلك المتغير (أسلوب كفي أو نوعي).

★ أقسام المتغيرات:

تنقسم المتغيرات باعتبار أشكالها إلي قسمين رئيسين:

١. متغيرات شخصية:

وهي لدى البعض متغيرات الصفات أو الخصائص الفردية التي تقوم أساسا على تصنيف الناس وفقا للصفات التي يتمتعون بها وذلك كمتغيرات الجنس و الحالة الاجتماعية ونوع الوظيفة.

٢. متغيرات التفاعل:

وهي العوامل التي تتعلق بالتصرفات الإرادية وغير الإرادية ويمكن تقسيمها إلي:

- أ- **متغيرات الإدراك:** وتشمل العوامل المرتبطة بمدى معرفة الأشخاص بصورة فطرية أو مكتسبة.
- ب- **متغيرات التأثير:** ويقصد بها الحالات التي تعتري الأفراد دون قصد منهم مثل حالات الإثارة والمشاعر.
- ج- **متغيرات السلوك:** وهي كل تصرف يظهر على الفرد بشكل ملموس وذلك كالحركة التي تنشأ كرد فعل لمتغير من متغيرات الإدراك او التأثير.

★ أنواع المتغيرات:

تتنوع المتغيرات حسب درجة تأثيرها وفقا لثلاثة أنواع هي:

(١) المتغير المستقل:

ويسمي أيضا بالمتغير المؤثر أو الفاعل أو السبب أو السابق أو التجريبي وهذه جميعها نعوت لما يمكن أن يؤدي إليه هذا المتغير مقارنة بغيره فهي تشير إلي أن هذا النوع يؤثر في غيره من المتغيرات وبالتالي يسبقها فيعود إلي نتيجة تشكل بذاتها متغيرا آخر يعرف بالمتغير التابع.

(٢) المتغير التابع:

ويعرف أحيانا بالمتغير المتأثر أو الملاحظ أو المؤشر وهي صفات توحى بتبعيته وتأثره بغيره من المتغيرات وخصوصا المتغير المستقل.

(٣) المتغير المعترض:

ويتسم هذا النوع من المتغيرات بكونه يقتحم العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع ويؤثر فيها أو يلغيها ولذا أطلق عليه مسمى المتغير المعترض.

✳️ مستويات القياس:

هو وضع مفاهيم ذلك الموضوع ومتغيراته في مقاييس وتصنيفات يمكن ترقيمها ليسهل التحكم فيها وتحليلها دون تداخلها وتنقسم مستويات القياس إلي ما يلي:

١. قياس الاسم أو التصنيف:

وهو القياس الذي لا تعني فيه التقسيمات أو الأرقام أي تمييز أو تفضيل لبعضها البعض وإنما يقصد بها تحديد المسمى أو الوصف لكل متغير ووضع كل صنف فيما يلائمه ولهذا السبب يعد هذا القياس أضعف أنواع القياس في التحليل إذ أنه يستخدم للتصنيف فقط.

٢. قياس الترتيب:

وهو القياس الذي يقوم فيه الباحث بتصنيف الأشخاص أو الأشياء أو الأحداث وفقا لخصائص الترتيب التي تميزها عن بعضها البعض مما يشير إلي أن التقسيم في ميزان القياس في هذا النوع يحمل معني أكثر من مجرد التصنيف الذي ذكرناه في النوع الأول بمعنى أن هناك فئة أعلى أو أفضل أو أكثر أو أهم من الأخرى.

٣. قياس الفئة:

ويعرف لدى البعض بقياس الفترة وهو القياس الذي يكون فيه الفرق في القيمة فرقا في المسافة فقط وليس في الحجم بمعنى أن الصفر هنا هو صفر افتراضي ولا يعني بحال من الأحوال انعدام السمة عند وصول القياس إلي درجة الصفر.

٤. قياس النسبة:

هو القياس الذي يكون فيه الفرق في القيمة فرقا في المسافة وفي الحجم معا بمعنى أن الصفر هنا هو صفر حقيقي وليس افتراضيا أي أن القياس يؤسس بناء على مقاييس لها صفر ملموس.

✳️ بناء موازين القياس:

في غالب الأمر لا يجد الباحث أية معاناة تذكر في بناء موازين القياس الاسمي أو القياس الترتيبي إذا فإن بناء موازين قياسي الفئة والنسبة يحتاج إلي بحث وتمحيص وتدقيق أكبر من بناء موازين القياسين السابقين.

أهم الجوانب التي ينبغي على كل باحث مراعاتها عند بناء ميزان شامل بما يلي:

١. أن يحدد المتغيرات التي يريد قياسها.
٢. أن يجمع أكبر قدر ممكن من الآراء حول المتغيرات التي حددها.
٣. أن يعيد صياغة تلك المعلومات في جمل قصيرة وعبارات محددة.
٤. أن يقسم تلك الجمل وفقا لموازن يفترضها افتراضا تكون ممثلة لمتغيرات مبنية على رأي العينة.
٥. أن يعمد إلي إحصاء قيم ميزان كل عبارة.
٦. أن يلجأ بعد ذلك إلي التخلص من الجمل الغامضة وغير ذات العلاقة أو المتكررة.
٧. أن يعمل على وضع اختبار مبدئي للعبارات.
٨. أن يعيد تنقيح تلك العبارات وفقا لنتيجة الاختبار المبدئي أو التجريبي.
٩. أن يختار قائمة قصيرة تحتوي على عبارات أو أسئلة ذات تسلسل منطقي.
١٠. أن يعمل على إجراء اختبار الثبات والصدق للموازن الني وقع اختياره عليها.

✳️ التعريفات الإجرائية:

والمقصود بها شرح المتغيرات المفاهيم التي قد تأخذ معني مختلفا عن المعني المقصود في الدراسة. كما أن على الباحث أن يتنبه إلي أنه كلما زاد في عدد التصنيفات كلما أصبحت إمكانية التدخل أمرا محتملا.

إن أهمية عملية التعريف الإجرائي لا تكمن في عزل المفاهيم عن بعضها البعض فحسب وإنما تتجاوز ذلك إلي دخولها في توجيه مسار طريقة قياس المتغيرات.

وبناء على صعوبة القيام بوضع المفاهيم وتحديدتها فإن الباحثين كثيرا ما يلجؤون إلي استخدام التعريفات الإجرائية التي اتفق عليها علماء اللغة أو استخدمها من سبقهم.

✳️ الثبات والصدق:

يعد عنصرا الثبات والصدق من العناصر الحاسمة في تحديد صحة نتائج الدراسات لذا فإن إخفاق الباحث في الالتزام بتحقيقهما جميعا أو أحدهما يجعل من السهل الطعن في دراسته وتوجيه نقد جوهري إليها.

✳️ الثبات:

يقصد بالثبات أن تكون الأداة قادرة على إعطاء النتيجة ذاتها حين استخدامها لأكثر من مرة فالأداة في عنصر الثبات تشبه إلي حد كبير ميزان الأثقال الذي ينبغي أن يكون موثوقا منه في ثبات نتائجه لقبولها.

ولكي يتحقق عامل الثبات في أداة الباحث يوصي المختصون في البحث العلمي استخدام إحدى أو جميع الطرق المساعدة الموجزة التالية:

(١) أسلوب إعادة الاختبار:

ويقصد بذلك أن يعيد الباحث تطبيق الأداة مرة أخرى وفي حالة الحصول على النتائج ذاتها مرة تلو الأخرى فإن ذلك مؤشر قوي على ثبات الأداة.

(٢) أسلوب تقسيم مؤشرات المتغير إلي نصفين:

فلو وضع أحد الدارسين ستة مؤشرات لتحديد المقصود بمتغير الترفيه وكيفية التعرف على من يمكن إدراجه في فئة الباحثين عن الترفيه من خلال نتائج ذلك المؤشر فإن بإمكان الباحث أن يقسم تلك المؤشرات إلي قسمين بواقع ثلاثة مؤشرات لكل تساؤل ومن ثم المقارنة بين نتائج تلك المؤشرات لدى نفس العينة.

(٣) استخدام مقاييس معتمدة:

ذلك أن بعض المقاييس تكون قد خضعت لاختبار الثبات إما من قبل مصمميها في الأصل أو من خلال الاستخدام المتكرر الذي يؤدي في الغالب إلي تطويرها بما يضمن ثباتها.

❖ الصدق:

يقصد بالصدق هو أن تقيس الأداة ما صممت من أجله بمعنى أن الاستبانة أو السؤال الذي يضعه الباحث للتعرف على رأي الجمهور في برامج الإذاعة يجب أن يحتوي فعلا على خيارات تمثل رأي الجمهور وليس رأي الباحث فقط ويمكن التعرف على مصداقية مضمون الأداة عبر الأساليب التالية:

(١) الصدق الظاهري:

بمعنى أن تتفق الآراء على أن إدارة الدراسة قادرة على اختبار ما وضعت من أجله.

(٢) مصداقية المضمون:

بمعنى الشمولية في التساؤلات وعناصر الأداة بدرجة تفي بالتساؤل المقصود الإجابة عنه في تساؤلات الدراسة.

(٣) الصدق البنائي:

وهو الصدق القائم على الاستخدام المتكرر للمقياس من قبل العديد من الباحثين و الدراسات.

(٤) الصدق المعياري:

ويعرف من خلال الربط بين سلوك بعض أفراد العينة وبين التصميم الذي وضعه الباحث للتعرف على ذلك السلوك.

(٥) الصدق التنبوي:

وهو الصدق الذي يمكن التحقق منه عبر علامات التوقع الذي صممت الأداة من أجله.

الفصل الرابع

مجتمعات البحوث الإعلامية وعيناتها

✳ المجتمع والعينة:

يقصد بمجتمع الدراسة: جميع أفراد أو جزئيات الظاهرة المقصود دراستها.
يقصد بالعينة: الجزء الذي تم اختياره من المجتمع لتطبيق الدراسة عليه.

✳ حجم العينة:

أن هناك عاملان رئيسيان يعول عليهما دائما في مسألة تقرير حجم العينة هما:

- 1) درجة تجانس أفراد أو مفردات مجتمع الراسة وبناء على ذلك فإن مسألة اختيار العينة تتفاوت من دراسة لأخرى.
- 2) مدى حاجة الباحث إلي الحصول علي نتائج دقيقة .

✳ مفردات العينة في البحوث الإعلامية:

المفردات بشكل عام يمكن تقسيمها بناء على طبيعتها إلي نوعين اثنتين:

- 1) مفردات الأشخاص: وهذه الفئة يقصد بها جمهور الدراسة التي تشمل المتلقين للرسالة الإعلامية من قراء ومشاهدين ومستمعين.
- 2) مفردات الأشياء: ويقصد بها أي من المفردات الأخرى غير الأشخاص التي يرصدها الباحث على معلومات دراسته.

✳ الخطاء العيني:

لا يعني على الإطلاق بأن أولئك الأفراد أو تلك الجزئيات سوف تمثل ذلك المجتمع بدرجة متكاملة ١٠٠% ولكن المؤمل في اختيار هو تحري أن تعطي العينة شكلا مماثلا إلي أقرب درجات المماثلة بمعنى اخر تقليل الخطأ العيني تقليص التراوح إلي أقل مسافة ممكنة وهذا الطموح يمكن أن يتم من خلال مراعاة التعامل مع عاملين مهمين هما:

- 1) حجم العينة: المعروف في علم الإحصاء بأنه كلما زاد عدد العينة يقل الخطأ العيني في النتيجة ويقربنا نحو النتيجة الفعلية.
- 2) اختيار الطريقة المناسبة لاختيار العينة.

✳ أنواع العينات:

تنقسم العينة حسب أنواعها إلي نوعين اثنين هما:

1. **العينة العشوائية:** وهي العينة التي تتيح لكل مفردة من مفردات المجتمع فرصة اختيارها ضمن مفردات العينة ويسمى أحيانا بالعينة الاحتمالية.
2. **العينة غير العشوائية:** وهي العينة التي يكون اختيارها غير قائم على أساس إعطاء كل مفردة من مفردات المجتمع فرصة دخولها ضمن مفردات العينة فقد أطلق عليه مسمى العينة غير الاحتمالية.

أنواع العينة العشوائية:

تنقسم العينة العشوائية وفقا للخطوات التي يستخدمها الباحث لاختيارها إلى أربعة أنواع وهي:

١. العينة العشوائية البسيطة:

وسميت بذلك لكونها أسهل أنواع العينة العشوائية اختيارا ويمكن إيجاز تلك الخطوات فيما يلي:

- أ- تحديد مجتمع الدراسة.
- ب- تحديد حجم العينة المطلوبة.
- ت- وضع قائمة لجميع أفراد المجتمع إن أمكن مع ترقيمها.
- ث- اختيار رقم عشوائي من جدول الأرقام العشوائية ومطابقته مع صاحب الرقم في القائمة لانتقائه.
- ج- الانتقال إلى رقم آخر في أي اتجاه يريده الباحث من الأرقام المجاورة للاختيار الأول.

٢. العينة العشوائية الطبقية:

هذا النوع من العينات يتمثل في اختيار عينة تأخذ في الاعتبار المجموعات ذات الخصائص المتفاوتة في مجتمع الحث وتتأني ضرورة اللجوء إلى العينة العشوائية الطبقية حين تكون تلك الخصائص تمثل متغيرات تشمل عليها تساؤلات البحث أو فرضياته طريقة اختيار العينة الطبقية وذلك كما يلي:

- أ- تحديد مجتمع الدراسة.
- ب- تحديد حجم العينة المطلوبة.
- ت- تحديد المجموعات أو الطبقات التي تمثل متغيرات جوهرية في الدراسة ويريد الباحث أن يحصل على عينات ممثلة لها.
- ث- تطبيق عملية اختيار رقم عشوائي من جدول الأرقام العشوائية مع كل مجموعة ومطابقته مع صاحب الرقم لانتقائه.
- ج- الانتقال إلى رقم آخر في أي اتجاه يريده الباحث من الأرقام المجاورة للاختيار الأول.

٣. العينة العشوائية العنقودية:

وهذا النوع من العينات يشبه إلى حد ما العينة الطبقية غير أن هذه العينة تختلف عن سابقتها في أن الباحث يختار مع العينة العنقودية المجموعات بطريقة عشوائية ليصل في الأخير إلى مجموعة المفردات أو الفرد تكون بكافة مفرداتها أو أفرادها عينة من عيناته.

لاختيار عينته يتمثل في اتباع الخطوات الإجرائية التالية:

- أ- تحديد مجتمع الدراسة.
- ب- تحديد حجم العينة المطلوبة.
- ج- تحديد مجموعات العينة أو تكوينها.
- د- تقدير حجم مفردات العينة في المجموعة الأخيرة من العنقود.
- هـ- اختيار عينة المجموعات بأسلوب عشوائي.

٤. العينة العشوائية المنتظمة:

ويقصد بها اختيار العينة وفقا لتكرار معين يحدده الباحث شريطة أن يختار المفردة الأولى بطريقة عشوائية

عند اختيار العينة العشوائية المنتظمة عليا مراعاة الخطوات التالية:

- أ- تحديد مجتمع الدراسة.
- ب- تحديد حجم العينة المطلوبة.
- ج- تحديد مقدار رقم التكرار للعينة أو المفرد الأولي.
- د- اختيار العينة أو المفردة الأولى بطريقة عشوائية.
- هـ- اختيار رقم التكرار ومضاعفاته ابتداء من المفردة الأولي.

أنواع العينة غير العشوائية:

نظرا لأن العينة غير العشوائية لا تحتمل إعطاء التمثيل المنشود لبقية مفردات المجتمع فإن نتائج أية دراسة تعتمد هذا النوع من العينات لا تمثل سوي المفردات التي أجريت عليها.

وبشكل موجز نذكر أهم أنواعها المتخلصة فيما يلي:

- ١) العينة التطوعية: وهي التي يتطوع أفرادها في المشاركة للدراسة.
- ٢) العينة العمدية: وهي التي يختار الباحث أفرادها قصدا اعتقادا من بأنها تمثل مجتمع الدراسة.
- ٣) العينة المتاحة: وهي العينة المتوفرة للباحث ويلجأ إليها نظرا لتيسرها وسهولة الأخذ بها.
- ٤) عينة الصدفة: وهي العينة التي يتم الحصول عليها مصادفة.

الفصل الخامس

الدراسات الإعلامية المسحية

يعرف شوميكر وماكومب الدراسة المسحية بأنها:

الدراسة التي تجمع المعلومات من خلال طرح الاسئلة على الجمهور.

ويوضحان ضابطا مهما لها بقولهما ((إن المعلومات التي يتم جمعها مصممة بصورة عامة بشكل يسمح بتقييمها وتحليلها إحصائيا)).

يبد أن هناك تعريفا أكثر شمولية من هذا التعريف يصف الدراسات المسحية بأنها:

((محاولة لجمع المعلومات من مفردات مجتمع الدراسة من أجل التعرف على الوضع الراهن لذلك المجتمع في ضوء متغير بحثي أو أكثر)).

تصميم استمارة بحوث الجماهير المسحية:

إن التعليمات التي يوصي بها المختصون في إعداد البحوث أن يراعي الباحث النقاط التالية:

١. بناء نموذج تساؤلات قصير قدر الإمكان.
٢. الابتعاد عن طرح الأسئلة المفتوحة التي تتطلب إجابات طويلة.
٣. من الأفضل أن يبدأ الباحث بطرح الأسئلة السهلة التي يمكن أن تكون حافزا لتجواب المبحوثين.
٤. يجب أن تكون الأسئلة واضحة وجلية.
٥. يستحسن وضع الأسئلة الشخصية في آخر الاستمارة.
٦. لا بد أيضا من مراعاة أن تكون الأسئلة موضوعية بحيث لا تكون من ذلك النمط الذي يوحي بالإجابة.
٧. يجب مراعاة طرح الأسئلة في ترتيب منطقي.
٨. ينبغي تجنب وضع الأسئلة التي تحتمل سؤالين في وقت واحد.
٩. لا تنس الهدف الذي من أجله أعدت الدراسة.

أدوات بحوث الجماهير المسحية:

• الاستبانة:

وهي أشهر وسائل جمع المعلومات في سائر البحوث النظرية ويمكن تعريف الاستبانة بأنها: هي نموذج مقابلة تحريرية مع عينة البحث يتولى فيها أفرادها قراءتها والتفاعل معها لإعطاء الجواب الأنسب لهم.

ويتم طرح الاستبانة على عينة الدراسة من خلال طريقتين:

الطريقة الأولى: تتم عن طريق المناولة الشخصية أو الوسيط وتستخدم هذه الطريقة بكثير في حال إمكانية الوصول إلي أفراد العينة بيسر وسهولة.

الطريقة الثانية: مراسلتهم بريديا إما من خلال البريد الورقي أو من خلال البريد الالكتروني.

مميزات وعيوب الاستبانة:

المميزات:

١. اقتصادية هذه الأداة في الوصول إلي أكبر عدد ممكن من افراد العينة.
٢. أنها تسمح للمشاركين بالإدلاء بآرائهم بصراحة تامة.
٣. تسهم الاستبانة في تقليل درجة تحيز المبحوثين في الاجابة.
٤. أنها تمنح المبحوثين فرصة كافية للتفكير في الاجابة.

عيوبها:

١. أنها أقل أدوات بحوث الجماهير المسحية نسبة في درجة تجاوب المبحوثين.
٢. عدم معرفة من هو المجيب الفعلي على الاستبانة.
٣. عدم قدرة المبحوثين على الاستفسار من الباحث من أجل فهم التساؤلات التي قد لا يدركون المقصود بها.
٤. أنها تخص الفئة التي تعرف القراءة والكتابة.

المقابلة الشخصية:

ويعني بها طرح التساؤلات على المبحوثين وجها لوجه.

وتنقسم المقابلة الشخصية وفقا لشكل استمارة المقابلة إلي قسمين:

١. المقابلة المقتنة:

وهي التي تسيير وفقا لتساؤلات محددة مسبقا بحيث لا تتيح لمن يقوم بإجرائها الاستطراد بشكل واسع للتواصل إلي معلومات إضافية من المبحوثين.

٢. المقابلة غير المقتنة:

وهي بخلاف الأولى أي أنها تمكن الباحث أو المكلف بإجراء المقابلة بصورة أكثر توسعا عبر طرح المزيد من التساؤلات والاستفسارات التي قد تميلها إجابة المبحوث نفسه.

مميزات المقابلة الشخصية:

١. المرونة في التطبيق.
٢. إمكانية الحصول على معلومات أكثر.
٣. أكثر تأكيدا بأن أفراد العينة هم الذين أجابوا عن التساؤلات.

عيوب المقابلة الشخصية:

١. ضرورة توفر الشخص القادر على أداء المقابلة بصورة جيدة ومتناسقة.
٢. الزيادة في التكلفة و الإطالة في الوقت.

المقابلة الهاتفية:

تعد هذه الأداة جنبا إلى جنب مع العداد الإلكتروني أشهر أدوات البحث في دراسات جمهور الإذاعة والتلفزيون في الولايات المتحدة وأروبا.

مميزات المقابلة الهاتفية:

١. سرعة الوصول إلي العينة والحصول على المعلومات.
٢. سهولة اختيار العينة.
٣. سهولة إشراف الباحث على القائمين بإجراء المقابلة.
٤. قلة التكلفة مقارنة بالأدوات الأخرى.

عيوب المقابلة الهاتفية:

١. تردد أفراد العينة في المشاركة.
٢. ضرورة اختصار المقابلة.
٣. عدم تمثيل دليل الهاتف لمجتمع الدراسة.

الفصل السادس

الدراسات الحلقية والتجريبية

أولاً: الدراسات الحلقية:

- ❖ **طرق جمع معلومات الدراسات الحلقية**
- ❖ **الملاحظة:** تتم ملاحظة الظاهرة من قبل الباحثين عرضاً اما واما قصداً ويطلق على النوع الاول مسمى الملاحظة غير المقصودة
- ❖ **الملاحظة غير المقصودة:** تبرز اهمية هذا النوع من الملاحظة في كونه يعد مصدراً مهماً من مصادر اختيار موضوع الدراسة وكثيراً ما يسهم في امداد الباحث بمعلومات مهمة تشكل البنية الاساسية لأي نوع من انواع البحوث والملاحظة غير المقصودة في هذه الحالة تكون مدخلاً او وسيلة وقتية للانتقال الى طريقة او اسلوب اخر من اساليب جمع المعلومات . فالباحث الذي يحاول ان يدرس اسباب اقبال الجمهور على نوعية محددة من القنوات التلفزيونية دون غيرها يكون في الغالب منطلقاً في دراسته هذه من ملاحظة لاحظها في افراد مجتمعه وقد تستمر ملاحظته لا بعد هذه الظاهرة بعد ذلك بقصد او بغير قصد فترة من الزمن قبل ان يقرر تناول هذا الموضوع بالدراسة والبحث مع عدمه

❖ اقسام الملاحظة :-

- ✓ **ملاحظة ظاهرة:** يشترك فيها الباحث كعضو فاعل مع افراد العينة
- ✓ **ملاحظة يكون الباحث فيها مراقباً فقط:** عدم مشاركة الباحث في الظاهرة التي يدرسها في هذا النوع لقناعته بعدم الحاجة لذلك

❖ دراسة الحالة:

يقصد بها البحث المفصل في حالة افراد او جماعات او مؤسسات بعينها ، وتعتبر عملية تقييم الحالة موضع الدراسة اهم الدوافع الرئيسية للجوء الى تطبيقها ، وتطبق دراسة الحالة اما على موضوع واحد او على عدة موضوعات في دراسة واحدة على ان تطبق على اكثر من موضوع . يكثر استخدامه في الدراسات الكيفية على وجه الخصوص .

❖ الدراسات التجريبية :-

التجربة: تهدف بشكل عام الى البحث عن مدى حدوث الاشياء وتعليل اسباب وقوعها فأنها لا تناسب الدراسات الوصفية وانما يتركز مجال الابحاث التجريبية على الدراسات التي تحاول التعرف على تفسير للظاهرة المدروسة من خلال خطوات علمية في مدى حدوث التغيير واعطاء شرح له ، وبناء عليه فأنه لا بد ان يكون لدى الباحث فرضيات علمية يختبرها احصائياً للتحقق من مصداقيتها بعد تطبيق التجربة وتدوين المعلومات اللازمة.

❖ عناصر تطبيق تجربة بحوث الاعلام :-

○ المتغير المستقل :

يسمى بالمتغير المؤثر او الفاعل – كما سبقت الاشارة اليه (اشخاص او احداث او ظاهرة) الذي يفترض تأثيره في غيره من المتغيرات ذات العلاقة واهميته في التجربة تكمن في ان الباحث يسلطه على المجموعة التجريبية ليرى مدى تأثيره على المتغيرات الاخرى التابعة في افراد العينة ولذا فإنه يسمى احيانا بالمتغير التجريبي

○ المتغير التابع :

هو المتغير الذي يفترض تأثره بالمتغير المستقل واهميته في التجربة تكمن في ان الباحث يقيسه ليرى مدى تغيره في افراد العينة بفعل تأثير المتغير الذي يسلطه الباحث (المستقل) دون سواه . وعليه فان سلوك الاطفال العدوانية هو المتغير التابع

○ المجموعة التجريبية :

هي مجموعة افراد العينة التي تتعرض او يتم تعريضها للمتغير المستقل وهي في المثال المجموعة التي شاهدت افلام العنف

○ المجموعة الضابطة :

هي مجموعة افراد العينة التي تكون معزولة او تعزل عن التعرض للمتغير المستقل وهي في المثال المجموعة التي لم تشاهد افلام العنف وانما شاهدت افلام اخرى

❖ اهم الاساليب المتبعة لاختيار عينة الدراسة التجريبية ذات المجموعة الضابطة هي :-

☒ الاسلوب العشوائى :

هو الاسلوب الذي يمكن تطبيقه من خلال اختيار افراد كل مجموعة بالطريقة العشوائية البسيطة وهذا الامر مفيد بشرط ان تكون العينة متجانسة بشكل كبير في المتغيرات التي يريد الباحث اختبارها

☒ اسلوب المماثلة :

يقصد به اختيار العينة بأسلوب مشابه لأسلوب العينة الطبقية بمعنى ان يتصرف الباحث في عملية المواءمة بين افراد المجموعتين من خلال المقارنة بين خصائص الافراد بعد اختيارهم وفي حالة وجود فرد ليس لديه نفس الخصائص لدى فرد اخر في المجموعة الاخرى فإنه يبعده من قائمة العينة وبشكل عام فان قاعدة المواءمة في الخصائص ينبغي ان تبنى على التماثل في طبيعة المتغيرات التي يرغب الباحث اختبار علاقتها ببعضها البعض

الفصل السابع تحليل المضمون

❖ تعريف تحليل المضمون :

هو محاولة لتجسيد المعاني في شكل محدد من النماذج بأسلوب منتظم وكمي.

❖ والتعريف الأكثر شمولية بأنه :

طريقة بحثية موضوعية منتظمة وكمية توضح محتوى المادة الإعلامية

❖ موضوعية :

بمعنى أن تكون بعيدة عن الانطباعات الفردية غير الحيادية.

❖ منتظمة :

يقصد بذلك أنها تعتمد على مجموعة من الإجراءات التي تطبق بنمط واحد.

❖ كمية :

أي أن التحليل يعتمد بشكل جوهري على تسجيل أرقام حسابية.

❖ توضح محتوى :

أي أن المحتوى الظاهر بحيث يمكن وضعه في مصنفات كما هو في الظاهر بغض النظر عما يحس به المحلل نفسه.

❖ خطوات تحليل المضمون :-

هناك أربع خطوات منهجية ينبغي على الباحث المستخدم لأداة تحليل المضمون مراعاتها هي

١. وحدات التحليل : الباحث يستطيع ان يستخدم كلمات او عبارات او جملا او فقرات او المقالة او البرنامج او حتى الاشخاص المذكورين في المحتوى قيد الدراسة لتكون وحدة التحليل ، بل انه قد يلجأ الى استخدام وحدات مكانية او زمانية للحكم على المضمون ، وذلك من خلال استخدام وحدات القياس للتعرف على حجمه ، وذلك كالأعمدة او الصفحات او الاسطر او حتى السنتيميتر وغيره بالنسبة للمواد المطبوعة ، او كالساعات والدقائق بالنسبة للمواد المسموعة والمرئية.

٢. التصنيفات:

كما أن الأمور التي ينبغي مراعاتها عند بناء التصنيفات ضرورة الحرص على اختيار تصنيفات محايدة كما أن مما يوصي به في مرحلة تحليل المعلومات أهمية التقليل قدر المستطاع من عدد التصنيفات.

٣. العينة:

أما فيما يتعلق بالعينة المستهدفة فإنه قد يتحتم اللجوء إليها نظرا لطبيعة العملية التي يتم بها جمع وتنظيم الأخبار في الصحف أحيانا.

٤. اختبار الثبات في تحليل المضمون : مما يفترض ان يتفق فيه الاشخاص الواضعون للترميز Coders هو عدد المرات التي ذكرت فيها الدول العربية واسرائيل وعدد العبارات السلبية والايجابية التي وردت في تلك التغطية ولسنا نقرر هنا ان الاتفاق سيكون متماثلا تماما ولكن يجب ان يتوصل اولئك الاشخاص الى مرحلة مقبولة من التفاهم حتى نستطيع ان نوكد ان دراستنا موضوعية منتظمة

وعلى أي حال فقد قسم بعض الباحثين اختبار الثبات إلى ثلاثة أقسام وذلك وفقا لمدلول كلمة الثبات نفسها فهي يمكن أن تشمل ما يلي:

أ- الاستقرار:

ويقصد به درجة عدم التغير أو التفاوت التي يمكن الحصول عليها مع تكرار التحليل.

ب- النسخ:

ويقصد بهذا المعيار الذي هو أقوى من سابقة في تحقيق الثبات عملية إعادة التحليل في ظروف متغيرة وفي أماكن مختلفة ومن قبل أشخاص آخرين.

ج- الدقة:

وهي أقوى أنواع اختبارات الثبات في التحليل المضمون .

الفصل الثامن : بحوث الصحافة

- ❖ **الكاتب " وليم بلاير "** في مقالة المشاكل البحثية وتحليل الصحف اقترح قائمة من العناوين يمكن ان تشكل ساحة خصبة في ميدان البحوث الصحفية ومناهجها
- ❖ **وكان من اهم تلك العناوين :- ما يلي**
 - تأثير الشكل والتصميم على السهولة والسرعة في قراءة الصحف
 - تأثير مضمون الصحيفة على التوزيع
 - تحليل مضمون الصحف

❖ **أنواع بحوث الصحافة :**

بحوث متعلقة بالرسالة الصحفية : يندرج تحت هذا النوع من بحوث الصحافة مجموعة من الموضوعات الجديرة بالتناول والطرح ومنها:-

✓ **المقروئية :**

وتعرف لدى البعض بالإنقرائية ونعني بها هنا : مجموعة العناصر وتفاعلاتها التي تمكن القارئ وبسرعة عالية في القراءة من الفهم والاستمتاع بالمادة المطبوعة أو المادة الرقمية. يلاحظ عدم شيوع مثل هذه الدراسات.

مقياس (تيلور) يعد من أفضل ما طور في هذا المجال وأكثرها استخداما ويتمثل هذا المنهج المسمى Cloze procedure في أن يتبع الباحث الخطوات التالية :

- يختار الباحث من المادة الصحفية مقطعاً مكون من (٢٠٠) إلى (٣٠٠) كلمة.
- تحذف الكلمة (الخامسة) من كل جملة على أن يتم اختيار الكلمة الأولى من أولى الجمل بطريقة عشوائية ويوضع فراغ مكان الجملة المحذوفة.
- يُزود المبحوثون بنسخة من تلك القطعة ويطلب منهم ملء الفراغ بما يعتقدون أنها الكلمات الصحيحة المحذوفة.
- بعد ذلك تحسب عدد المرات التي استطاع المبحوثون فيها إعطاء الكلمة الصحيحة ومن ثم تحسب تلك المرات أو نسبتها كنتيجة فعلية المقروئية.

❖ **بحوث الشكل والتصميم :**

نوع آخر من البحوث يرتبط بمدى تأثير عناصر الشكل وبخاصة ما يتعلق بتصميم الصفحة ونوع الخط المستخدم في العناوين الرئيسية على إقبال القراء ، كما أن من أهم العوامل المستقلة التي تؤخذ في اعتبارات الدراسة مساحة البياض الموجود في الصفحة والعناوين الرئيسية وأشكالها واتجاهاتها (أفقية ، رأسية ، مائلة) وحجم الخط ونوعه وطول الفقرات وعرض الأعمدة وموقع الصور والرسوم ومساحتها.

❖ بحوث المتلقى للمادة الصحفية :

ويعنى بهذا النوع الجمهور بصفة عامة سواء المستقبل منهم للرسالة الصحفية أو المحجم عنها ، ذلك أن الباحثين في فئة جمهور الصحافة لا ينحصر هدفهم على فئة القراء وإنما يتجاوزه إلى محاولة التعرف على الجمهور المفقود (فئة غير القراء) للتعرف على أسباب إجماعهم. عن الاطلاع والقراءة أو الاقبال على الصحيفة ويتم ذلك من خلال التعرف على متغيرات مهمة يمكن التأثير فيها وذلك لسير اغوارها علميا او لتوظيفها في صالح تطوير الصحف وزيادة مبيعاتها

○ فئات القراء :

يعتمد الباحث في هذا النوع إلى التركيز على المعلومات الشخصية لقراء الصحيفة وهو أشبه ما يكون بوضع ملف شامل للقراء للتعرف على (متوسط) دخل قراء الصحيفة وأعمارهم ومستوياتهم التعليمية وجنسهم ، وهذا يسهم في تشجيع المعلنين على زيادة إعلاناتهم الموجهة لتلك الفئة من القراء ، ويعتبر الأكثر استفادة من هذا النوع من الأبحاث هم المعلنون الذي يرغبون في معرفة خصائص قراء المطبوعة والربط بينها وبين خصائص الفئة المستهلكة للسلعة.

○ قياس القرائية :

والمقصود بقياس القرائية قيام الباحث بالتحقق من حجم قراءة الجمهور للمطبوعة والتعرف على سلوكه معها خلال دراسة الفقرات التي تمت قراءتها ، وتعود بداية هذا النوع من البحوث إلى الفترة التي سبقت الحرب العالمية الثانية بقليل والفترة التي تليها مباشرة عندما بدأت مؤسسة (غالوب) الشهيرة بقياساتها للرأي العام باستخدام منهج مبتكر في البحوث الصحفية.

المشكلة التي تواجه باحثي هذا النوع في إعطاء تعرف دقيق للشخص الذي يعد قارئاً والشخص الذي يعد غير قارئ ، ففي بعض البحوث يصنف الشخص غير قارئ للصحف عندما تكون إجابته حول سؤال مباشر كـ (هل تقرأ صحيفة ... ؟) هو النفي بـ (لا) ، وفي بحوث أخرى يُعرف غير القارئ بأنه الشخص الذي نادراً ما يقرأ الصحيفة أو لا يقرأها على الإطلاق.

من الممكن على سبيل المثال : التوصل إلى نتيجة فحواها أن النتائج تشير إلى أن الشخص غير القارئ يميل إلى كونه من الطبقة غير المتعلمة ذات دخل أقل من المتوسط ومن سكان القرى وهكذا.

- ومن الأساليب المستخدمة في جمع المعلومات حول مقدار تفاعل الجمهور مع الصحيفة استخدام منهج يطلق عليه (وسيلة التذكر) والتي يعمد من خلالها الباحث بمقابلة عينة من القراء وتزويدهم بالصحف المراد دراستها لمعرفة أي المواضيع التي يتذكر قراءتها أو الإطلاع عليها.

- مما ينبغي التنبيه إليه هنا أن بحوث القرائية لا تقتصر فقط على مجرد معرفة ما إذا كان الشخص قد أطلع على موضوع ما في إحدى الصحف أم لا ، إذا أن في ذلك تسطيحاً خاطئاً لهدف البحث لكونه يتجاهل الفروق الفردية بين القراء في درجات الاستيعاب والإدراك أو ما يسمى بـ (كثافة القراءة) كما أن الأمر لا يقتصر على سؤال الفرد بأن يصنف نفسه كقارئ شامل أو قارئ متوسط أو قارئ مطلع مثلاً ، لأن تعريف الفئات أمر لا يمكن أن يتفق عليه الجمهور.

❖ من المتغيرات الشائع استخدامها في الاستبيانات التي تبحث في هذا الموضوع ما يلي :

✓ الصفحات التي تمت قراءتها :

وهذا عنصر أساسي في التعرف على نوعية القراء وتصنيفهم.

✓ مدة وقت القراءة :

متغير المدة يعد مؤشراً قوياً في تحديد المصنفين والتعرف عليهم ويساعد على تقسيم فئات القراء ، أما متغير الوقت فقد يؤدي إلى تقدير الحالة التي تلقى فيها القارئ الصحيفة فمثلاً من يقرأ الصحيفة آخر الليل يعني أنه يختلف في تحصيله للمعلومات عن تلك الفئة التي تقرأها في الصباح.

✓ مكان القراءة :

يقرر الفرق بين درجة تركيز القراء ، فمن يقرأ الصحيفة في منزله يتأملها بصور أكثر ممن يقرأها في الصالون أو أماكن الانتظار.

✓ مصدر الحصول على النسخة :

بمعنى أن الأشخاص الذي يدفعون ثمن الصحيفة يعدون أكثر حرصاً على قراءتها من أولئك الذي يحصلون عليها مجاناً.

❖ دراسات التأثير :

وهي الدراسات التي تركز على إحدى نظريات التأثير المعروفة في الاتصال أو بعضها ، ومن الأساليب المتبعة في هذا النوع من البحوث وعلى سبيل المثال : محاولة معرفة أسباب استخدام الجمهور للصحيفة ومدى تحقق الإشباع الذي يبحث عنه ويكون الهدف معرفة الدوافع الحقيقية التي تقود الشخص إلى قراءة الصحف بشكل عام أو صحيفة بعينها (**نظرية الاستخدام والإشباع**) ، ونوع آخر يهدف إلى التعرف على العلاقات بين أولويات الأخبار لدى الصحف والجمهور وهو ما يعرف بـ (**نظرية ترتيب الأولويات**) ، كما أن هناك عدد من البحوث الصحفية التي تركز على نظريات أخرى كـ (**نظرية قادة الرأي أو الغرس الثقافي**). ولا بد من الإشارة إلى أن هذا الأسلوب في الدراسات الإعلامية لا يعد حكرًا على وسائل الإعلام المقروءة فقط.

❖ دراسات التوزيع :

أتبع الباحثون طرقاً مختلفة لدراسة عملية توزيع الصحف والمجلات وانتشارها ، فهناك من يحاول قياس أكثر المناطق أو الأحياء استهلاكاً للصحيفة أو المجلة وخصائص تلك المناطق أو الأحياء كأن يدقق الباحث مثلاً في معرفة نسبة التوزيع في بعض أحياء مدينة الرياض. وما تركيبة الفئة التي تقطن تلك الأحياء وقد يذهب الباحث الى ما هو ابعد من ذلك فيحاول معرفة مدى جودة توزيع الصحيفة في المناطق النائية عن موطن نشرها ومدى منافستها لصحف تلك المنطقة كأن يتحقق الباحث من نسبة توزيع صحيفة الرياض في المنطقة الغربية في المملكة العربية السعودية

❖ بحوث القائم بالاتصال الصحفي :

□ دراسة العاملين بالصحيفة :

تتركز معظم الدراسات التي تهتم بالعاملين في الصحيفة باهتمام الباحثين في هذا الموضوع : متغير التأهيل والمستوى التعليمي ونوع التخصص والخبرة الصحفية وحجم الصحيفة وشهرتها. كما أن من تساؤلات الباحثين في هذا المجال ما يتعلق بمستوى الدخل الذي يحصل عليه العامل بالصحيفة وكذلك الدورات التدريبية واللغات التي يجيدها ودراسة الرضا الوظيفي لمنسوبي المؤسسة الصحفية والمتغيرات الشخصية (الديمغرافية) والحوافز المادية والمعنوية التي تقدمها الصحيفة.

□ دراسة إدارة المؤسسات الصحفية وملكيته :

يعد هذا النوع من الدراسات التي تأخر تناولها في العالم العربي وأجزاء مختلفة من العالم وقد يعود السبب إلى قلة الباحثين المؤهلين القادرين على معالجة هذا الجانب.

تعد حقبة الثمانينات الميلادية من القرن الماضي الانطلاقة الحقيقية لنمو وتطور دراسة إدارة المؤسسات الصحفية من قبل المختصين في الإعلام وهو ما أوجد نوعاً من التراكم المعرفي لباحثين آخرين تناولوا الموضوع ذاته.

أهتم الدارسون في مجال الإدارة الصحفية مسألة التعرف على النمط الإداري السائد في الصحف وطبيعة عملية الاتصال بين الجهاز الصحفي من محررين أو فنيين. يصنف تحت هذه الفئة من البحوث موضوع ملكية وسائل الإعلام الذي لقي اهتمام من الباحثين خاصة في العالم الغربي وذلك لتفشي أسلوب احتكار وسائل الإعلام والاندماج فيما بينها مما دعي حكومات تلك الدول إلى سن العديد من التشريعات التي تحاول الحد من الاحتكار.

نظراً لعدم بروز مشاكل بحثية جوهرية حول موضوع ملكية وسائل الإعلام في العالم العربي كما هو عليه في الغرب فقد كان موضوع دراستها بـ (أسلوب استكشافي) وفي حدود ضيقة.

الفصل العاشر

بحوث الاعلام الرقمي

❖ الاعلام الرقمي :-

يقصد بالاعلام الرقمي : الوسائل الاعلامية التي يتم تقديمها عبر الحاسب بما في ذلك شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) والاقراص المدمجة ونحوها . ويعرف لدى البعض بالاعلام الالكتروني او بالاعلام الجديد

❖ انواع بحوث الاعلام الرقمي :-

- بحوث الانتاج الاعلامي الرقمي
- بحوث استخدامات الجمهور للاعلام الرقمي
- بحوث مقارنة الوسائل الاعلامية الرقمية مع الوسائل التقليدية
- بحوث تأثير الاعلام الرقمي

❖ مستقبل دراسات الاعلام الرقمي :-

على الرغم من ازدهار دراسات الاعلام الرقمي بشكل كبير . الا ان حقل البحوث في هذا الجانب لايزال بكرة وينتظر ان يمثل مجالا خصبا لموضوعات متعددة تحتاج الى المزيد من الدراسات والبحوث . وذلك نظرا للتطورات التي يشهدها هذا النوع من الاعلام والازدياد المتنامي في مستوى اقبال الجمهور على استخدام هذا الفضاء الجديد . ولا تزال البحوث الاعلامية المتخصصة في الاعلام الرقمي لا تزال في الوقت الحالي محصورة في معظمها على المضمون ودرجة التفاعل معه وتأثيره على نظيره في الوسائل المطبوعة دون التوسع الى المجالات الاخرى التي ينتظر ان تقدم فيها هذه التقنية خدمات نوعية ربما لم تسمح التقنية بعد توفيرها على اكمل وجه وخصوصا فيما يتعلق بتقديم المواد المسموعة والصور المتحركة بالإضافة لخاصية توظيفها في التواصل المباشر بالصوت والصورة على نطاق اوسع .

الفصل الحادي عشر : بحوث العلاقات العامة والإعلان

○ بحوث العلاقات العامة :

تستخدم العلاقات العامة البحث العلمي بشكل مستمر في شتى مجالاتها ، ولا يقتصر البحث في مجال العلاقات العامة وأنشطتها وإنما يتجاوزه إلى العاملين في أقسام العلاقات العامة. كان مما ضاعف أهمية بحوث العلاقات العامة حاجة موظفي شركات العلاقات العامة وأقسامها إلى التعامل مع قنوات متعددة تتطلب المعرفة الدقيقة ببيئتها وأساليب التعامل معها.

نظراً لحدائثة فن العلاقات العامة في عالمنا العربي فقد اتصفت الدراسات الأكاديمية فيه بطابع شمولي عام ، حيث تناول فيها الدارسون طبيعة العلاقات العامة وأصولها ووظائفها ونشاطاتها ، ولذا يمكن تصنيف الدراسات العربية في العلاقات العامة بشكل عام في عداد الدراسات الكيفية.

○ أقسام بحوث العلاقات العامة :

تنقسم بحوث العلاقات العامة إلى قسمين عريضين تختلفان في أسلوب جمع المعلومات وتحليلها ويلتقيان في الرغبة إلى الوصول إلى المعلومة :

البحوث المنهجية :

ويقصد بهذا القسم (عملية جمع المعلومات المنتظمة والموضوعية التي تخضع لتحكم الباحث من أجل وصفها وفهمها) ، ويشيع هذا النوع من البحوث في الدراسات الأكاديمية.

البحوث غير المنهجية :

هي البحوث التي لا يلتزم الباحث فيها بالمنهج العلمية المعتبرة أو أساليب جمع معلوماتها.

❖ يمكن تفسير أسباب استخدام البحوث غير المنهجية في مجال العلاقات العامة بما يلي :

✓ أنها أسرع الطرق للوصول إلى المعلومات بالإضافة إلى قلة تكاليفها مقارنة بالبحوث المنهجية.

✓ أن الكثير من المؤسسات تتعامل مع مجتمع محدود أو فئات معينة من الجمهور ، مما يعني عدم حاجة المؤسسة إلى دراسة شاملة لتعميم نتائجها وإنما يتم الاستفادة من الحالات الفردية.

✓ قلة الباحثين المتخصصين العاملين في أقسام العلاقات العامة.

❖ مصادر جمع المعلومات للبحوث غير المنهجية :

○ الاتصالات الشخصية :

تكاد تكون هذه الأداة أفضل وسيلة يتعرف من خلالها المسئول عن العلاقات العامة على آراء جمهوره الداخلي والخارجي ذلك أنها تحقق ميزة التفاعل بين عنصري الاتصال : المرسل والمستقبل ، ومما يسهم في الاستفادة من هذا المصدر على أكمل وجه هو الحصول على رجع الصدى.

○ مجموعة الرأي :

تقوم على اختيار مجموعة ممن لهم علاقة بالمؤسسة للنقاش مع أفرادها في كل ما من شأنه تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة

○ اللجان الاستشارية :

هي مجموعات من المختصين في مجال عمل المؤسسة يتم اختيارها لتقديم المشورة اللازمة لتقييم وتطوير أنشطة المؤسسة.

○ المحقق في الشكاوي :

تكمن مهمة هذا المصدر في التعرف على التذمر والشكاوي التي يمكن أن توجه للمؤسسة ، وقد كشفت تحليلات هذه الشكاوي أنها تنشأ في الغالب نتيجة تفشي أساليب (بيروقراطية).

○ تخصيص رقم هاتف مباشر للجمهور بأنواعه :

تلجأ المؤسسة إلى استخدام عدة قنوات للتعرف على رأي جمهورها تجاهها ومن تلك القنوات تخصيص رقم هاتف (بعضها مجاني) يتيح للأفراد فرصة الحديث مع صناع القرار بما يشعرونهم بأهمية آرائهم.

○ تحليل الرسائل البريدية :

نظراً لأن هناك فئة من الجماهير تفضل السرية في مخاطبة الجهات التي تتعامل معها لذا تحرص أقسام العلاقات العامة على تشجيع هذه الفئة بالتواصل مع المؤسسة إما من خلال عنوان صندوق المؤسسة البريدي أو عنوانها الإلكتروني.

○ تقارير المندوبين :

تحظى الكثير من المؤسسات - الخاصة منها غالباً - بوجود عدد من المندوبين خارجها في معظم الأوقات ليكونوا أذاناً صاغية لسماع آراء عملائهم وتتبعها.

○ تقارير وسائل الإعلام :

أصبح من الوظائف المسلم بها التي تؤديها أقسام العلاقات العامة : متابعتها المستمرة لما تنشره وسائل الإعلام.

❖ بحوث الإعلان :

تركزت اهتمام دراسات وكالات الإعلان على التعرف على الأساليب المناسبة لصناعة إعلانات قادرة على جذب أكبر قدر ممكن من الجمهور

الفصل الثاني عشر

تحليل المعلومات واستخراج النتائج

❖ تمهيد :-

بعد ان ينتهي الباحث من وضع تساؤلات بحثه وفرضياته او أي منها وبعد ان يجمع معلوماته من مصادرها المحددة يصل الى اهم مراحل البحث وثمرته ، وهي مرحلة تحليل تلك المعلومات وعرض نتائجها ، وعلى الرغم من ان هذه المرحلة تأتي متأخرة في ترتيبها الا ان التخطيط لها لا بد ان يوضع في الاعتبار منذ الخطوة التي يصمم فيها الباحث بحثه فهو مطالب بأن يعرف عند صياغة التساؤلات او الفرضيات الاسلوب الذي سوف يستخدمه للإجابة على تساؤلاته وفرضياته وتحليلها . واهم من ذلك لن يتمكن من تصميمها وفقا للطريقة التي تسمح بالحصول على النتائج التي تطمح اليها اهداف الدراسة .

❖ اهم التوصيات التي يؤكد عليها المتخصصون في البحوث الاعلامية في مرحلة النتائج هو :-

التركيز على عرض ما هو موجود في الواقع دون تجاوزه الى الحديث عن الانطباعات الفردية حول موضوع الدراسة ، وهذه التوصية تعني بالدرجة الاولى مستخدمي المنهج الكيفي ، ذلك ان الباحثين في الدراسات الكيفية يبدون اكثر عرضة من غيرهم في الميل والاندفاع الى تجاوز تقرير (ماذا يوجد ؟) مستخدمين دراساتهم كمنابر لصنع قرارات حول (ما ينبغي ان يكون ؟)