

د. لعجال عفيفه



منهجية دراسة الاتصال الجماهيري

كتاب بيداغوجي موجه لطلبة علوم الإعلام و الاتصال

ISBN: 978-9931-251-63-7

جانفي 2025

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال

د. لعجال عفيفة

منهجية دراسة الاتصال الجماهيري

كتاب بيداغوجي موجه لطلبة علوم الاعلام و الاتصال

جانفي 2025

**عنوان الكتاب: منهجية دراسة الاتصال الجماهيري
كتاب بيداغوجي موجه لطلبة علوم الاعلام والاتصال**

إعداد: د لعجال عفيفة

تاريخ الطبع: جانفي 2025

ISBN: 978-9931-251-63-7

الإيداع القانوني: جانفي 2025

عدد الصفحات: 170 صفحة

الحجم: 17*24

جميع الحقوق محفوظة

منشورات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة المسيلة

جامعة المسيلة



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	قائمة المحتويات
/	فهرس الجداول
/	فهرس الأشكال
١	مقدمة
11	الفصل الأول: المعرفة والبحث العلمي
11	تمهيد
11	1- مفهوم العلم و المعرفة العلمية.
11	1-1 مفهوم العلم وخصائصه.
14	2-1 مفهوم المعرفة العلمية
16	2- أهمية وأهداف البحث العلمي.
16	2-1- أهمية البحث العلمي وفوائده.
18	2-2- أهداف البحث العلمي.
19	3- مفهوم منهجية البحث العلمي.
19	4- المنهج العلمي و خطواته.
19	4-1- تعريف المنهج.
20	2-4- تعريف المنهج العلمي.
21	3-4- خطوات المنهج العلمي.
22	5- من هو الباحث العلمي.
23	6- مميزات الباحث العلمي
25	7- مقومات البحث العلمي الجيد.
26	خلاصة الفصل
27	الفصل الثاني: مدخل إلى البحث العلمي الإعلامي
28	تمهيد
28	1- تاريخ تطور البحوث الإعلامية.
29	2- العوامل المساعدة على تطور البحوث الإعلامية

فهرس المحتويات

30	3- مفهوم البحث الإعلامي.
30	1-3 تعريف الإعلام.
31	2-3 تعريف البحث الإعلامي.
31	4- أهداف الدراسات الإعلامية
33	5- خصائص الظاهرة الإعلامية
34	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: البحث في الاتصال	
35	تمهيد
36	1- نشأة وتطور البحث في الاتصال.
36	2- ماهية البحث في الاتصال الجماهيري.
37	3- مفهوم الاتصال الجماهيري.
37	4- خصائص الاتصال الجماهيري.
39	5- أهمية الاتصال الجماهيري.
39	6- وظائف الاتصال الجماهيري.
40	7- أنواع بحوث الاتصال
42	1- البحوث الاستطلاعية أو الاستكشافية.
42	2- البحوث الوصفية أو التشخيصية.
43	3- البحوث السببية
44	4- الاتجاهات البحثية في الاتصال
45	1- الاتجاه السياسي لأبحاث الإعلام والاتصال
46	2- الاتجاه السيكولوجي الاجتماعي
46	خلاصة الفصل
الفصل الرابع: المشكلة البحثية	
47	تمهيد
48	1- نشأة المشكلة البحثية
48	2- مفهوم مشكلة البحث.
48	3- مصادر الحصول على المشكلة.
48	4- اختيار المشكلة البحثية.
49	5- اعتبارات اختيار المشكلة البحثية.
49	1-2 اعتبارات اختيار المشكلة البحثية.

فهرس المحتويات

50	2-2- أسباب اختيار المشكلة البحثية.
51	3- تحديد مشكلة البحث.
52	1-3- معايير تحديد المشكلة البحثية.
52	4- فرضيات البحث.
52	1-4- مفهوم الفرضية وخصائصها.
54	4-4- أهمية الفرضيات وشروط صياغتها
56	خلاصة الفصل
57	الفصل الخامس: مناهج البحث في الاتصال
58	تمهيد
58	1- المنهج الاستطلاعي:
58	1-1- تعريف المنهج الاستطلاعي.
58	1-2- أهداف المنهج الاستطلاعي.
59	2- المنهج الوصفي.
59	2-1- تعريف المنهج الوصفي.
59	2-2- مراحل المنهج الوصفي.
60	2-3- أهداف المنهج الوصفي.
61	2-4- أسس المنهج الوصفي.
61	3- خطوات المنهج الوصفي.
62	3-1- مميزات المنهج الوصفي.
63	3-2- عيوب المنهج الوصفي.
63	3- منهج دراسة الحالة:
63	3-1- تعريف منهج دراسة الحالة.
64	3-2- متطلبات نجاح منهج دراسة الحالة.
65	3-3- أهداف منهج دراسة الحالة.
66	3-4- خطوات منهج دراسة الحالة.
67	4- مصادر بيانات منهج دراسة الحالة.
69	4-1- مميزات منهج دراسة الحالة.
69	4-2- عيوب منهج دراسة الحالة.
69	4- المنهج التاريخي:
69	4-1- تعريف المنهج التاريخي.

فهرس المحتويات

69	2-4- أهمية المنهج التاريخي.
70	3-4- خطوات المنهج التاريخي.
71	4-4- مصادر المنهج التاريخي.
72	5-4- مميزات المنهج التاريخي.
73	6-4- عيوب المنهج التاريخي.
74	5- المنهج التجاري.
74	1-5- تعريف المنهج التجاري.
74	2-5- شروط نجاح المنهج التجاري.
75	3-5- خطوات المنهج التجاري.
76	4-5- أنواع التصميمات التجريبية.
77	5-5- مميزات المنهج التجاري.
78	6-5- عيوب المنهج التجاري.
79	6 منهج تحليل المضمون.-
79	1-6- تعريف منهج تحليل المضمون.
80	2-6- خطوات منهج تحليل المضمون.
80	3-6- استعمالات منهج تحليل المضمون.
81	4-6- وحدات منهج تحليل المضمون.
82	5-6- مميزات منهج تحليل المضمون.
83	6-6- عيوب منهج تحليل المضمون.
84	7- المنهج المقارن.
84	1-7- تعريف المنهج المقارن.
84	2-7- متطلبات المنهج المقارن.
85	3-7- خطوات المنهج المقارن.
85	4-7- أنواع المقارنات.
87	5-7- أساليب المنهج المقارن.
88	6-7- مميزات المنهج المقارن.
88	7-7- عيوب المنهج المقارن.
89	خلاصة الفصل

فهرس المحتويات

90	الفصل السادس: أدوات البحث
91	تمهيد
91	1- الاستبيان.
91	1-1- تعريف الاستبيان.
91	2-1- محتوى الاستبيان.
92	3-1- مراحل جمع البيانات بواسطة الاستبيان.
93	4-1- أشكال الاستبيان.
93	5-1- شروط صياغة عبارات الاستبيان.
94	6-1- مزايا الاستبيان.
94	7-1- عيوب الاستبيان.
95	2- المقابلة.
95	1-2- تعريف المقابلة.
95	2-2- أهمية المقابلة.
96	3-2- خطوات إجراء المقابلة.
96	4-2- متطلبات نجاح المقابلة.
97	5-2- مزايا المقابلة.
98	6-2- عيوب المقابلة.
99	3- الملاحظة.
99	1-3- تعريف الملاحظة.
99	2-3- متطلبات الملاحظة الجيدة.
100	3-3- أنواع الملاحظة.
101	4-3- خطوات الملاحظة.
102	5-3- الشروط الازمة للملاحظة.
103	6-3- مزايا الملاحظة.
103	7-3- عيوب الملاحظة.
104	4- القياس.
104	1-4- تعريف القياس.
104	2-4- خصائص أداة القياس الجيدة.
105	3-4- مستويات القياس.
106	4-4- أخطاء القياس.
107	خلاصة الفصل

فهرس المحتويات

108	الفصل السابع: العينات والمعاينة	
109	تمهيد	
109	1- مفهوم العينة ومجتمع البحث.	
109	1-1 تعريف العينة.	
109	2-1 تعريف مجتمع البحث.	
109	2- مبررات اختيار العينة.	
110	3- تحديد حجم العينة.	
111	4- خطوات اختيار العينة.	
111	5- أنواع العينات.	
111	1-5 العينات الاحتمالية.	
114	2-5 العينات غير الاحتمالية.	
117	خلاصة الفصل	
118	الفصل الثامن: بعض نماذج البحوث في الإعلام والاتصال	
119	تمهيد	
119	1- الإعلام الجماهيري أثناء الأزمات.	
122	2- الأخبار الزائفة.	
127	3- الصحافة الاستقصائية وأثرها على المجتمع.	
131	4- الاتصال الجماهيري في عصر الثورة الرقمية.	
134	5- بحوث الرأي العام.	
137	6- بحوث الدعاية.	
141	7- بحوث الإشاعة.	
145	8- بحوث الإعلان.	
148	9- بحوث الإشهار.	
152	10- بحوث التسويق الإعلامي.	
155	خلاصة الفصل	
156	خاتمة	
158	قائمة المصادر والمراجع	

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
45	يلخص أنواع بحوث الاتصال	01
67	يوضح مصادر البيانات في منهج دراسة الحالة	02
125	يبين ابرز نماذج كشف الأخبار الزائفة	03
146	يبرز أهم وظائف الإعلان	04

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
14	يبين خصائص العلم	01
24	يوضح مميزات الباحث العلمي	02
33	يبين أهداف الدراسات الإعلامية	03
41	يبين وظائف الاتصال الجماهيري	04
54	يبين أهمية الفرضية	05
86	يبين أنواع المقاربات	06

مقدمة

يعد البحث العلمي أحد الركائز الأساسية التي تسهم في تقدم المجتمعات وتطورها، حيث يعتبر وسيلة فعالة لفهم الظواهر المختلفة ومعالجة المشكلات التي تواجه الإنسان في شتى المجالات، ولتحقيق هذه الأهداف يتطلب البحث العلمي التزاماً منهجية واضحة ومنظمة تحدد الخطوات والإجراءات التي يجب إتباعها لضمان الوصول إلى نتائج دقيقة ومقنعة، فمنهجية البحث العلمي ليست مجرد أداة تقنية بل هي إطار فكري ونظري يعكس التفكير العلمي المنظم ويزيد قدرة الباحث على التعمق في الموضوع المدروس وتحليل معطياته بشكل دقيق.

كما تعد دراسة الاتصال الجماهيري من المواضيع الحيوية والأساسية في مجالات الاتصال والإعلام، حيث تهدف إلى فهم وتحليل كيفية تأثير الرسائل والمعلومات على الجماهير والمجتمعات بشكل عام. وتعد منهجية دراسة الاتصال الجماهيري أداة أساسية للباحثين والدارسين في هذا المجال، حيث تسعى إلى توضيح وتفسير العديد من العوامل والعناصر التي تؤثر في عملية الاتصال الجماهيري وتأثيرها على الجماهير المستهدفة، و تتضمن منهجية دراسة الاتصال الجماهيري عدة خطوات أساسية تشمل البحث والتحليل والتقييم، حيث يتبع على الباحث أولاً تحديد موضوع الدراسة بدقة وتحديد الأهداف التي يرغب في تحقيقها من خلال البحث. بعد ذلك، يتم جمع البيانات والمعلومات ذات الصلة من مصادر متعددة مثل الدراسات السابقة والمسوحات والمقابلات والمراجع الأكاديمية.

وتشمل منهجية البحث مجموعة من العناصر المتكاملة بدءاً من تحديد مشكلة البحث وصياغة أهداف واضحة لها مروراً باختيار المنهج الأنسب سواء كان وصفياً أو تحليلياً أو تجريبياً وتحديد أدوات جمع البيانات مثل الاستبيانات أو المقابلات أو الملاحظات وانتهاء بتحليل البيانات وتفسيرها بأسلوب علمي دقيق،

كما تعتبر منهجية البحث العلمي في دراسة الاتصال الجماهيري بمثابة خارطة طريق تقود الباحث نحو تحقيق الأهداف المحددة لدراسته حيث تمكّنه من الإجابة عن الأسئلة البحثية بطريقة علمية دقيقة، كما تسهم في بناء قاعدة معرفية تساعد على فهم العلاقات بين الظواهر المختلفة مما يعزز من القدرة على التنبؤ بالمستقبل أو اتخاذ قرارات مدقّقة، ومن هنا تبرز أهمية الالتزام بمنهجية دقيقة ليس فقط لضمان نجاح الباحث بل أيضاً لتقديم إسهامات علمية ذات قيمة تثري المجتمع العلمي وتسهم في تطوير حلول عملية للمشكلات القائمة.

ويأتي هذا المؤلف البيداغوجي من أجل تنوير الطلبة أحد الأهداف الرئيسية لمنهجية دراسة الاتصال الجماهيري هو تمكين الطلاب من فهم أسس ومفاهيم علم الاتصال، بما في ذلك أنواع الرسائل الإعلامية والتآثيرات النفسية والاجتماعية للرسائل الإعلامية على الجماهير. يتعلم الطالب كيفية تحليل وفهم الرسائل الإعلامية بشكل علمي نقدي، وتقييم أثرها على سلوكيات الفرد وأراءه.

أي تسعى منهجية دراسة الاتصال الجماهيري إلى تعزيز مهارات الطلاب في التواصل اللفظي والكتابي، من خلال تعليمهم كيفية صياغة رسائل فعالة تستهدف فئات مختلفة من الجمهور. بالإضافة إلى ذلك، تشمل أهداف منهجية دراسة الاتصال الجماهيري تنمية الوعي لدى الطلاب بأهمية الأخلاقيات الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية في عملية الاتصال. يتعلم الطالب حقوق الصحافة وأخلاقيات النشر والترويج الإعلامي..

الفصل الأول: المعرفة والبحث العلمي

تمهيد

1- مفهوم العلم و المعرفة العلمية.

1-1- مفهوم العلم وخصائصه.

2-1- مفهوم المعرفة العلمية

2- أهمية وأهداف البحث العلمي.

2-1- أهمية البحث العلمي وفوائده.

2-2- أهداف البحث العلمي.

3- مفهوم منهجية البحث العلمي.

4- المنهج العلمي و خطواته.

4-1- تعريف المنهج.

4-2- تعريف المنهج العلمي.

4-3- خطوات المنهج العلمي.

5- من هو الباحث العلمي.

6- مميزات الباحث العلمي

7- مقومات البحث العلمي الجيد.

خلاصة الفصل

تشكل المعرفة والبحث العلمي الركيزة الأساسية للتقدم والتطور في المجتمعات البشرية، فالمعرفة هي نتاج التجربة الإنسانية والتفكير النقدي الذي يمكن الأفراد والمجتمعات من فهم الواقع وتحليل الظواهر المختلفة سواء كانت طبيعية أو اجتماعية، أما البحث العلمي فيعتبر أداة منهجية تهدف إلى اكتشاف الحقائق والمعلومات الجديدة وتحليل الظواهر واختبار الفرضيات وتفسير نتائجها بطريقة موضوعية ودقيقة، حيث يعتمد البحث العلمي على مجموعة من المبادئ المنهجية التي تضمن دقة النتائج وتسمح بتكرار التجربة للتحقق من صحتها، كما تتنوع مجالات البحث العلمي من العلوم الطبيعية والتجريبية إلى العلوم الإنسانية والاجتماعية حيث يساهم البحث في تقديم حلول للمشاكل الاجتماعية، الاقتصادية، والسياسية من خلال تقديم رؤى معمقة تؤدي إلى تحسين السياسات وتطوير طرق العمل.

وبالتالي، يُعد البحث العلمي ضرورة لا غنى عنها في أي مجال حيث يقدم أدوات لفهم أعمق وأكثر دقة للعالم من حولنا ويسهم في رفع مستوى المعرفة في المجتمع.

1- مفهوم العلم والمعرفة العلمية:

1-1- مفهوم العلم وخصائصه:

- لغة:

العلم بكسر العين يُعرف بأنه "ما يقابل الجهل، ويتمثل في إدراك الشيء إدراكًا جازمًا يتواافق مع حقيقته". (المحمودي، 2019، صفحة 07)

العلم باعتباره نقىضاً للجهل يحمل في اللغة معاني متعددة تشمل الإدراك، المعرفة، اليقين، الاطلاع، الاستعلام، الاستخبار، الاهتداء، الدلالة، الأثر، الشعور والدراءة، وهو يشير إلى الفهم الدقيق لحقيقة الشيء ومعرفته بيقين مع الاطلاع على تفاصيل معينة والبحث والاستدلال للوصول إلى تلك المعرفة وكشف جوانبها المختلفة وإرشاد الآخرين إلى مصادرها وموضعها. (تعيبي، دس، صفحة 12)

العلم يعد رحلة منهجية تهدف إلى الوصول إلى الحقيقة من خلال الاستدلال الوعي ليصبح بذلك أداة تسهم في التقدم الفكري وتعزيز الوعي الإنساني.

- اصطلاحاً:

يعرف العلم على أنه "مجموعة من الحقائق والوقائع والنظريات بالإضافة إلى مناهج البحث التي تتضمنها المؤلفات العلمية، في عصرنا الحالي يستخدم هذا المصطلح للإشارة إلى المعارف المدعومة بالأدلة الحسية والقوانين التي وُضعت لتفسير الظواهر الطبيعية بناءً على أساس ثابتة". (عوايدى، دس، صفحة 05)

العلم يُعرَّف أيضًا "كجهد إنساني منظم يستند إلى منهجية محددة تتضمن خطوات وطرق بحثية منهجية ويهدف إلى اكتساب المعرفة حول الكون والإنسان والمجتمع بما يتاح توظيف هذه المعرفة في تحسين أنماط الحياة ومعالجة المشكلات المختلفة". (المحمودى، 2019، صفحة 07)

يُنظر إلى العلم كعملية ديناميكية وحركة مستمرة وهو نشاط إنساني متجدد لا يعرف الجمود مما يحفز على الاكتشاف الذاتي وحل المشكلات، يمثل العلم سلسلة متتابعة من التطورات الذهنية الناتجة عن الملاحظة والتجريب وهدف أساساً إلى صياغة تعميمات في شكل قوانين أو نظريات، كما تشمل أهدافه الفرعية وصف الظواهر وتفسيرها والتحكم في المتغيرات للوصول إلى علاقات دقيقة بينها ما يتاح التنبؤ بالأحداث والظواهر بدرجة عالية من الدقة. (Kerlinger, 2001, p. 34)

العلم هو نظام منظم من المعرفة التي تتناول موضوعات عقلية، طبيعية وإنسانية أو دراسة لهذه الموضوعات من زوايا متعددة، كما يمكن تعريف العلم على أنه منهج ثابت لا يتأثر بتغير الظروف وقد قدّم أوغست كونت تعريفين للعلم: أحدهما "استاتيكي" والآخر "динاميكي"، يشير التعريف الاستاتيكي إلى العلم باعتباره مجموعة من المبادئ والنظريات والقوانين والمعارف المرتبة التي تم التوصل إليها مرتكزاً على الحالة الراهنة للعلم دون الأخذ في الاعتبار التقدم المستقبلي، ومع ذلك تُعد الحالة الحالية للعلم نقطة انطلاق لأبحاث وتجارب متواصلة إذ أن توقف البحث يفقد العلم ديناميكيته وحيويته مما يحول تلك المبادئ والقوانين إلى معتقدات جامدة. (إبراهيم، 2000، الصفحتان 44-45)

أما التعريف الديناميكي للعلم فيarah كسلسلة متراقبة من المفاهيم والنظريات والقوانين والحقائق التي تشهد تطويراً مستمراً أو كمجموعة من نتائج الدراسات والبحوث التي تتضمن حقائق ونظريات وقوانين توصلنا إلى بعضها بينما يبقى بعضها الآخر في طور الاكتشاف، ويكشف هذا التعريف عن استحالة اكتمال العلم لكونه نتاج جهد متواصل من العلماء في سعيهم المستمر لاكتشاف مزيد من الحقائق والنتائج. (إبراهيم، 2000، صفحة 45)

الفصل الأول: المعرفة والبحث العلمي

يرى البعض أن العلم يهتم بتحليل وتفسير العلاقات بين الظواهر بدلاً من التركيز على دراسة الظواهر نفسها، فعلى سبيل المثال يعتقد الفيلسوف الفرنسي هنري بوانكاريه أن العلم يتمثل في السعي لفهم الروابط والعلاقات التي تجمع بين الظواهر بدلاً من التركيز على الظواهر ذاتها كموضوع مستقل. (محمد، 1986، صفحة 99)

يتبيّن أن العلم ليس حالة ثابتة بل هو مشروع إنساني يتّطّور باستمرار بهدف إلى تفسير الظواهر من خلال فهم العلاقات والروابط التي تربط بينها، ويمثل هذا التطور المستمر تحدياً للعلماء حيث يظل العلم رحلة دائمة نحو الحقيقة دون أن يكون لها نهاية محددة.

- خصائص العلم:

يتميز العلم بخصائص من التكامل والترابط ما يجعله ميداناً معرفياً يسعى إلى بناء فهم شامل ومنهجي للعالم، تشمل هذه الخصائص: (الشافعي وآخرون، 2009، الصفحات 28 - 29)

- التراكمية: العلم بطبيعته تراكمي حيث يستند الباحثون إلى الأبحاث السابقة مما يعزز تطور المعرفة العلمية بشكل مستمر ويعمق الفهم مع ضمان انتلاق البحث من أحدث ما توصل إليه العلماء.

- التنظيم: يعتمد العلم على تنظيم دقيق في جمع وتحليل المعلومات مما يسهم في تصنيف الظواهر وتجهيزها للدراسة والتفسير بشكل منهجي.

- المنهجية: يستند العلم إلى منهجية دقيقة تضمن الوصول إلى نتائج موثوقة وموضوعية حيث يتبع العلماء خطوات واضحة ومنظمة في البحث لضمان الاتساق والمنطق في النتائج.

- الموضوعية: تعد الموضوعية من أبرز خصائص العلم حيث يتطلب البحث العلمي أن يتم بمعزل عن التحيزات الشخصية مما يضمن مصداقية النتائج وينعى التأثيرات الذاتية على سير البحث.

- الكمية: يسعى العلم إلى استخدام مقاييس كمية دقيقة مما يعزز من موضوعية البحث وحياديته حتى العلوم الإنسانية والاجتماعية تعتمد بشكل متزايد على الأدوات الكمية مثل الإحصاءات والنسب لتحليل وتفسير النتائج.

- قابلية القياس والتجريب: يجب أن تكون الظواهر العلمية قابلة للقياس والتجريب مما يضمن دقة النتائج ويسمح بتكرار التجارب للتحقق من صحة الاستنتاجات.

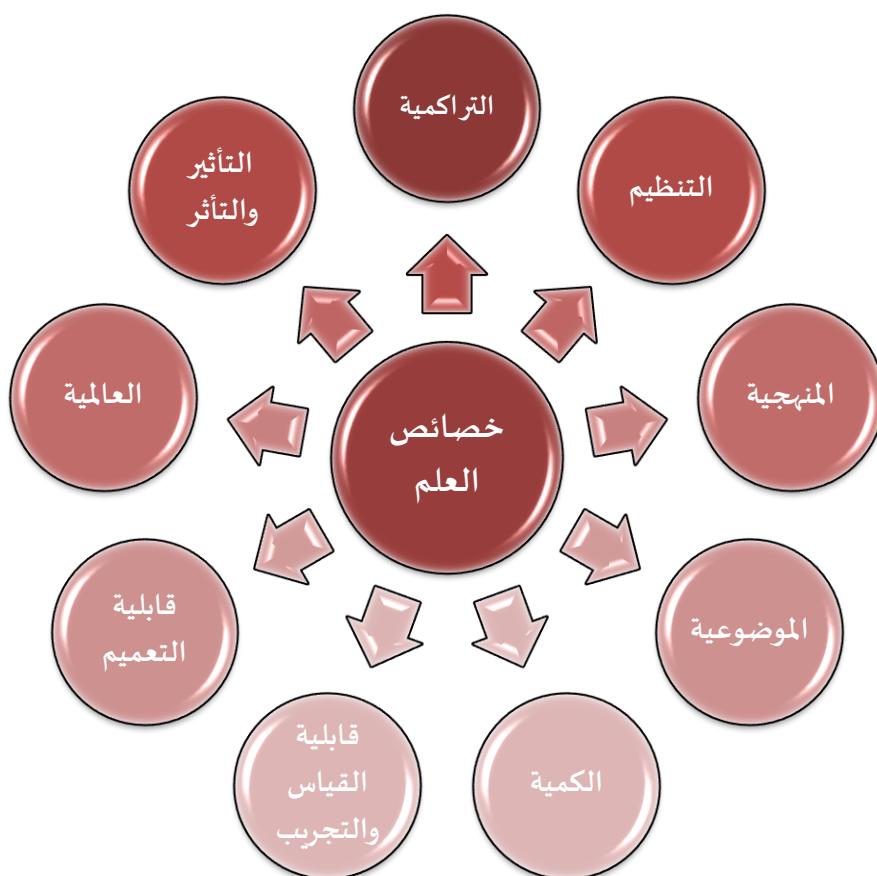
- قابلية التعميم: بعد دراسة عينة معينة والتوصول إلى نتائج يمكن تعميم هذه النتائج على المجتمع الأكبر مما يجعل العلم أداة فعالة لفهم الظواهر الاجتماعية والطبيعية بشكل عام.

الفصل الأول: المعرفة والبحث العلمي

- العالمية: العلم هو علم عالمي، حيث تكون المعرفة العلمية ممتاحة للباحثين في جميع أنحاء العالم بغض النظر عن العرق أو المكان مما يتيح تبادل المعارف والاستفادة منها على مستوى عالمي.

- التأثير والتآثر: يتأثر العلم بالثقافة والمستوى الاجتماعي وكلما توافرت الموارد والإمكانات البحثية، كان ذلك محفزاً على تطور العلم، من ناحية أخرى يؤثر العلم بشكل إيجابي على المجتمع من خلال ابتكار حلول وتطوير تقنيات تسهم في تحسين جودة الحياة.

شكل رقم 01: يبين خصائص العلم



تميز خصائص العلم بالترابط والتكامل حيث تجمع بين التراكمية والتنظيم والمنهجية والموضوعية مما يتيح الوصول إلى نتائج دقيقة قابلة للقياس والتجريب وبفضل عالميته وقدرته على التأثير المتبادل يظل العلم أداة أساسية في تطوير المجتمعات وتحقيق التقدم المستدام.

2-1- مفهوم المعرفة العلمية:

المعرفة العلمية هي عملية بحثية مستمرة تقوم على مبدأ التحقق من صحة ما نعرفه أو نعتقده استناداً إلى الأدلة والبراهين لا يمكن اعتبار المعرفة علمية إذا كانت مغلقة أو غير قابلة للتحقق أو التقييم، لذلك تظل المعرفة العلمية بحاجة دائمة إلى دعمها بالحجج والبراهين لتعزيز أساسها العلمي

الفصل الأول: المعرفة والبحث العلمي

والمساهمة في تطورها وتراكمها، هذا التراكم المستمر للمعرفة يشكل في النهاية ما نطلق عليه العلم الذي يتميز بдинاميكته ولا محدوديته. (بن جحدل، 2021، صفحة 102)

المعرفة العلمية هي عملية تهدف إلى تحقيق فهم موضوعي ودقيق للظواهر الطبيعية والإنسانية عبر إتباع أساليب علمية تستند إلى أدلة موضوعية، وتتميز هذه المعرفة بقدرتها على التكرار والتمكن من التنبؤ مما يعزز دقتها ومصداقيتها مقارنة بالمعرفة العادلة. (قاسم، 2024، صفحة 211)

مررت المعرفة العلمية بعدة مراحل أساسية ساهمت في تطويرها، وهي كما يلي: (بدر، 1996، صفحة 44)

- المرحلة الأولى: مرحلة المعرفة الحسية والخبرة الذاتية القائمة على المحاولة والخطأ، هذه المرحلة تمثل البداية في تطوير العلم حيث يلاحظ الإنسان الظواهر لكنه لا يسعى لتفسيرها أو فحصها باستخدام الحجج والبراهين، لم تكن قدراته العقلية قد تطورت بما يكفي لتجاوز الذاتية في تفسير الظواهر كما أن الأدوات والمناهج البحثية لم تكن قد اخترعت بعد.

- المرحلة الثانية: مرحلة الاعتماد على مصادر الثقة والتقاليد السائدة، في هذه المرحلة يعتبر الاعتماد على المراجع الموثوقة والتقاليد أكثر أهمية من البحث والتحقيق المستقل، فالتفكير الديني يشكل أحد أوجه هذه المعرفة وما يزال هذا الأسلوب مستمراً في بعض الثقافات حتى يومنا هذا.

- المرحلة الثالثة: مرحلة التأمل والحوار التي تعتمد على الاستنتاج أو الاستدلال (Deductive Reasoning)، في هذه المرحلة يستخدم التفكير التأملي للوصول إلى نتائج قد تكون غامضة أو غير واضحة حيث يبحث عن الحقيقة من خلال المناقشات الفكرية دون منهج علمي دقيق.

- المرحلة الرابعة: مرحلة المعرفة العلمية والتحقيق العلمي شهدت هذه المرحلة تطوراً كبيراً في العقل البشري، حيث بدأ العلماء في تفسير الظواهر العلمية من خلال وضع الفروض، إجراء التجارب واستخلاص النتائج، وتعتبر هذه الطريقة أكثر دقة إذا تم تحويل المعلومات إلى تعبير كمي (Quantitative Expression) مما يتيح وضع قوانين ونظريات عامة تساعده في التنبؤ بالظواهر في ظروف معينة.

تطور المعرفة العلمية من الملاحظة الحسية والتجربة الشخصية إلى الاعتماد على التقليد والمصادر الدقيقة ثم إلى التفكير الاستنتاجي وأخيراً إلى المنهج العلمي الذي يعتمد على الفرض والتجريب، كل مرحلة ساهمت في تحسين طريقة فهم الإنسان للظواهر وتفسيرها بشكل أكثر دقة وموضوعية.

2- أهمية وأهداف البحث العلمي:

2-1- أهمية البحث العلمي وفوائده:

الفصل الأول: المعرفة والبحث العلمي

البحث العلمي هو عملية منهجية ومنهجية تهدف إلى استكشاف معلومات أو علاقات جديدة كما يسعى إلى تطوير أو تصحيح أو التحقق من المعلومات القائمة، يتطلب هذا الفحص الدقيق إتباع خطوات المنهج العلمي واختيار الأساليب والأدوات المناسبة لجمع البيانات وتحليلها. (2006، صفحة 451)

يعرف البحث العلمي أيضًا بأنه "أداة دراسية تتيح الوصول إلى حل مشكلة معينة من خلال فحص شامل ودقيق لجميع الأدلة والشواهد القابلة للتحقق والمتعلقة بتلك المشكلة". (عوض وخاجة، 2002، صفحة 25)

تعتبر أهمية البحث العلمي كبيرة ويمكن تلخيصها في النقاط التالية: (الجديلي، 2011، صفحة 10)

- يتيح البحث العلمي للباحثين فرصة لاكتشاف ظواهر جديدة في مجالات العلوم الطبيعية والاجتماعية والإنسانية معتمدًا على مصادر البيانات الأولية والثانوية.

- يعتبر البحث العلمي أداة تمكن المجتمعات من تخطي التحدىات والتخطيط للمستقبل بشكل أفضل حيث يساعد في اكتشاف القوانين وال العلاقات التي تفسر الظواهر مما يسهم في التنبؤ بسلوكها المستقبلي، على سبيل المثال تستخدم الدول نتائج البحث العلمي لوضع خطط اقتصادية مستقبلية بناءً على القوانين الاقتصادية المكتشفة.

- يسهم البحث العلمي في حل المشكلات التي تواجه المجتمع ويتمكن الأفراد من فهم الظواهر والمشكلات بشكل دقيق وموضوعي.

- يتيح البحث العلمي للإنسان تلبية حاجته للمعرفة من خلال تفسير الحقائق وفهم الأحداث المرتبطة بها بشكل صحيح وموضوعي.

- يعد البحث العلمي أداة حاسمة في إنتاج المعرفة العلمية مما يجعله أساساً لتحقيق التقدم والتطور في مجالات العلم والتكنولوجيا.

- ساهم البحث العلمي في تحديد المشكلات التي يواجهها الإنسان وإيجاد حلول لها مما يعزز قدرة الإنسان على التكيف مع بيئته والسيطرة عليها.

يعد البحث العلمي وسيلة حيوية لدفع المجتمعات نحو التقدم من خلال اكتشاف الظواهر وتفسيرها ووضع حلول للمشكلات المجتمعية، كما يسهم في تخطيط المستقبل وتوفير الأسس العلمية التي تؤدي إلى تطور مستدام في شتى المجالات.

2-2- أهداف البحث العلمي:

تتمثل أهداف البحث العلمي في الآتي:

- الفهم: يعد الفهم العنصر الأساسي الذي يستخدم للوصول إلى إدراك شامل للظاهرة وما يتصل بها من وقائع بدون فهم دقيق لهذه الظواهر يصبح من الصعب إصدار أحكام أو تعميمات حولها، فالفهم العلمي لا يقتصر على الوصف فقط بل يتطلب التفسير كخطوة أساسية لاستكمال الفهم الكامل للظواهر.(ربحي م., 2004، صفحة 16)

يعتبر الفهم الهدف الرئيسي في البحث العلمي حيث يهدف إلى استيعاب الظواهر المختلفة وتقديم تفسير دقيق لها، فلا يقتصر الفهم على وصف خصائص الظاهرة أو مميزاتها فقط بل يشمل أيضاً تحديد الأسباب والعوامل التي أدت إلى ظهورها، فالأهم من مجرد الوصف هو فهم كيفية حدوث الظاهرة والسبب وراء ذلك، وبالتالي يتضمن الفهم الكشف عن العلاقات بين الظاهرة المدروسة والظواهر الأخرى التي تؤثر فيها بالإضافة إلى التنبؤ بالظواهر التي قد تنشأ كنتيجة لها.(ذوقان وآخرون، 1984، صفحة 20)

- التفسير: يعتمد التفسير العلمي للظواهر بشكل أساسي على عملية الوصف، فعندما يتمكن الباحث من ملاحظة ظاهرة معينة وتصنيفها وتحديد تأثيراتها لا يتوقف عند هذا الحد بل يسعى لتقديم تفسير شامل لها يتضمن ذلك البحث في الأسباب والعوامل التي أدت إلى حدوث الظاهرة ويشمل دور الباحث ليس فقط في تحديد هذه الأسباب بل أيضاً في تقديم تحليلات تربطها بعلاقات سببية أو تعميمات توضح العوامل المؤثرة وطريقة تأثيرها، ومن الجدير بالذكر أن التفسيرات التي يقدمها العلماء تعتبر مؤقتة حيث تحتمل درجة من الصحة نظراً لإمكانية ظهور بيانات جديدة قد تكشف عن أخطاء في التفسيرات السابقة وعندما تتوافق هذه البيانات الجديدة، يقوم العلماء بمراجعة تفسيراتهم وتصحيحها بما يتماشى مع الأدلة الجديدة مما يجعل التفسير العلمي عملية قابلة للتطور والتحسين المستمر.(عباس وآخرون، 2007، صفحة 34)

- التنبؤ:

يأتي التنبؤ بعد أن يتمكن الباحث من فهم الظاهرة واكتشاف العلاقات أو القوانين التي تحكمها وتنظم ارتباطها بالظواهر الأخرى، فعند هذه المرحلة يصبح الباحث قادرًا على التنبؤ مما يعني القدرة على استنتاج نتائج محتملة استناداً إلى فهمه العميق للظاهرة وقوانينها، كما أن التنبؤ هو تصور لما قد يحدث إذا تم تطبيق القوانين المكتشفة على مواقف جديدة حيث تزداد دقة التنبؤ كلما زاد التشابه بين الظاهرة

الفصل الأول: المعرفة والبحث العلمي

المدروسة والظواهر التي يُطبق عليها الفهم المكتسب مما يجعل التنبؤ أكثر دقة كلما كانت الظروف مشابهة.(ذوقان وآخرون، 1984، صفحة 21)

- **الضبط والتحكم:** يهدف الضبط والتحكم في البحث العلمي إلى التأثير على الظواهر المختلفة والسيطرة عليها من خلال التدخل لإنتاج نتائج مرغوب فيها، فعندما يفهم الباحث الظاهرة فإنه يصبح قادرًا على تحديد العوامل المؤثرة فيها وإدارتها وبالتالي يستطيع التحكم في هذه العوامل وزيادة أو تقليل تأثيرها وفقًا لما يرغب، كما أن القدرة على التفسير والتنبؤ تمكن الباحث من التحكم في الظاهرة المدروسة مما يؤدي إلى ضبط حدوثها، وفي هذا السياق يشير الضبط إلى العملية التي يتم من خلالها التحكم في الظروف والعوامل التي تؤدي إلى حدوث الظاهرة بحيث يتمكن الباحث من التأثير عليها، وبالتالي جعل حدوث الظاهرة أو عدم حدوثها أمراً قابلاً للتحقيق.(عباس وآخرون، 2007، صفحة 35) وفقاً لما ذكره منذر الضامن فإن أهداف البحث العلمي تتضمن: (الضامن، 2007، صفحة 23)

- توسيع المعرفة الإنسانية في مختلف المجالات عبر الإجابة على أسئلة مثل (كيف، ولماذا، وأين، ومتى) المتعلقة بالظاهرة المدروسة.
- تمكين البحث العلمي من اكتساب معلومات جديدة لم تكن معروفة سابقاً.
- الكشف عن الحقائق والنظريات القائمة مما يساهم في تحسين فهمنا لكيفية التعامل مع الأحداث والمواقف.
- تحليل العلاقات بين المتغيرات وتوضيح الأسباب، مما يعزز من معرفة الإنسان بالعالم وما يحدث فيه.

يهدف البحث العلمي إلى تحقيق فهم أعمق للظواهر عبر طرح أسئلة هامة وامتلاك القدرة على اكتساب معلومات جديدة مما يساعد في تطوير الفهم الحالي للظواهر وتحليل أسبابها.

3- مفهوم منهجية البحث العلمي:

المنهجية هي مصطلح حديث شائع في الدراسات العليا، ويقصد به العلم الذي يوضح كيفية إجراء البحث العلمي، وهي "الطريقة التي يتبعها الباحث من بداية تحديد موضوع البحث وجمع البيانات وصولاً إلى إنجاز البحث، كما يمكن اعتبارها مجموعة من الإرشادات والوسائل والتقنيات التي تساعد الباحث في تنظيم وتنفيذ دراسته بشكل منظم ودقيق".(العسكري، 2004، صفحة 10)

تعرف المنهجية بأنها "مجموعة من الخطوات التي يتبعها الباحث لتحليل ظاهرة معينة، وهي أيضاً تتضمن المناهج والاقربات والمفاهيم والأدوات التي تتكامل معاً لتوفير دليل إرشادي للباحث أو الطالب أو المحلل يساعد في فهم الظواهر المرتبطة والتعامل معها". (بوحوش، 2019، صفحة 12)

تعرف المنهجية أيضاً بأنها "مجموعة من الإجراءات والآليات المعتمدة من قبل العلماء والتي تستخدم للملاحظة والكشف والتحقيق بهدف اكتساب المعرفة واكتشاف الحقائق، فالهدف الرئيسي من المنهجية هو فهم الأمور وال العلاقات في البيئة التي يعيش فيها الإنسان وذلك للوصول إلى النظريات والقوانين العلمية التي تحكم الكون وتوجه سيره". (جoward، 1970، الصفحات 21-22)

وعليه يمكن تعريف المنهجية على أنها مجموعة من الخطوات والإجراءات التي يتبعها الباحث لفهم الظواهر واكتساب المعرفة بهدف الوصول إلى نظريات علمية تفسر العلاقات والظواهر في البيئة المحيطة.

4- المنهج العلمي وخطواته:

4-1- تعريف المنهج:

- لغة:

المنهج بوزن المذهب، والمنهج هو الطريق الواضح، وفي اللغة الانجليزية فان كلمة Method تعني النظام و الترتيب وطريقة عمل شيء. (Durozoi & Nathan, 2003, p. 259)

يعرف المنهج بأنه "الطريق الواضح" ويُستخدم أيضاً مصطلح "المنهج" للإشارة إلى الطريق المستقيم، كما تتفق كافة المعاجم اللغوية على أن المنهج يمثل المسار الذي يسلكه الإنسان لتحقيق هدف معين.(خان، 2011، صفحة 15)

- اصطلاحاً: المنهج "هو مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بهدف الوصول إلى الحقيقة في العلم أو هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة، كما يُعتبر المنهج فناً في تنظيم سلسلة من الأفكار أو الإجراءات بشكل صحيح من أجل الكشف عن الحقيقة التي كانت مجهولة أو لتقديم برهان عليها للأخرين الذين لا يعرفونها". (عثماني، 2013، صفحة 148)

كما يعرف المنهج بأنه "خطوة يتبعها الباحث بدءاً من مرحلة التفكير في موضوع البحث وحتى إتمامه"، كما يُعتبر المنهج "طريقاً واضحاً يسلكه الباحث يتضمن مجموعة من القواعد الأكاديمية المعتمدة التي توجهه لضمان عدم انحرافه عن المسار الصحيح أو تفوته للهدف المنشود".(خان، 2011، صفحة 17)

الفصل الأول: المعرفة والبحث العلمي

وعليه، يمكن تعريف المنهج على أنه مجموعة من القواعد والخطوات التي يتبعها الباحث لتحقيق هدف معين سواء كان اكتشاف الحقيقة أو إثباتها لآخرين حيث يتضمن تنظيم الأفكار والإجراءات بشكل منهجي يساعد على الوصول إلى النتائج الصحيحة.

2-4-تعريف المنهج العلمي:

يعرف المنهج العلمي بأنه "المسار الذي يتبعه الباحث لدراسة الظاهرة أو المشكلة محل البحث وكشف الحقائق المتعلقة بها بهدف الحصول على إجابات للأسئلة التي تثيرها تلك الظاهرة أو المشكلة، حيث يعتمد هذا المسار على استخدام أدوات معينة لجمع البيانات وتحليلها مما يمكن الباحث من التوصل إلى نتائج تساعد في الإجابة على تلك التساؤلات". (العبيدي والعبيدي، 2010، صفحة 17)

كما يعرف المنهج العلمي على أنه "مجموعة من القواعد العلمية والمنطقية التي تمكّن الباحث من تفكير وتركيب وربط المعلومات بطريقة موضوعية من خلاله يتم صياغة الأفكار وعرض التصورات التي تتجسد في السلوك والفعل، يُستنبط المنهج من المصادر المقرؤة والمسموعة ولا يمكن فصله عنها، كما يعتبر المنهج مجموعة من الأفكار التي تعلم الباحث كيفية التعامل مع القضايا المختلفة سواء في البحث أو في مجالات العلم والمعرفة". (عقيل، 2010، صفحة 56)

يمكن تعريف المنهج العلمي أيضًا على أنه "تحليل منظم ومتسلق للمبادئ والعمليات العقلية والتجريبية التي توجه البحث العلمي بشكل ضروري أو ما يشكل بنية العلوم المتخصصة". (العسكري، 2004، صفحة 01)

من خلال مجمل التعريفات يمكن القول بأن المنهج العلمي هو مجموعة من القواعد والمبادئ التي توجه الباحث في تحليل وتنظيم المعلومات بطريقة موضوعية وعقلانية وذلك من خلال استخدام الأدوات المناسبة لجمع البيانات وتحليلها بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة ومؤسسة علميًّا.

3-4-خطوات المنهج العلمي:

يحدد بعض الباحثون خطوات المنهج العلمي فيما يلي:

4-1-3-4- اختيار مشكلة البحث وتحديدها:

ينشأ السؤال العلمي عادة من مشكلة أو قضية تحتاج إلى إجابة ويجب أن تكون هذه المشكلة قابلة للتحديد والصياغة بطريقة تمكن الباحث من الإجابة عليها من خلال الملاحظة أو التجربة. بينما لا يمكن

الفصل الأول: المعرفة والبحث العلمي

الإجابة على الأسئلة التي تتضمن جوانب اختيارية أو قيم أخلاقية وروحية استناداً إلى الواقع فقط. (أبو سليمان، 2005، صفحة 67)

بشكل عام، يجب على الباحث قبل اختيار وتحديد مشكلة بحثه أن يراعي عدة اعتبارات منهجية تتعلق بهذه المرحلة من البحث، حيث يمكن تلخيص هذه الاعتبارات في النقاط التالية: (عبد الكريم، دس، صفحة 32)

- ينبغي أن تكون مشكلة البحث ذات دلالة وأصالة.
- أن تكون ضمن نطاق اهتماماته العلمية وتخصصه الدقيق.
- يجب أن تكون الدراسة قابلة للتنفيذ عملياً.
- ضرورة دراسة الصعوبات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية والزمنية التي قد تعيق سير البحث.

هذه العوامل تعد جوانب حيوية لضمان نجاح البحث وتحقيق نتائج دقيقة.

4-3-2- صياغة الفروض البحثية:

يجب على الباحث في إطار المنهج العلمي وضع الفرضيات التي يعتقد أنها ستساعد في تفسير مشكلة دراسته، حيث تُعتبر الفرضية تفسيراً مؤقتاً أو محتملاً يوضح العوامل أو الأحداث أو الظروف التي يسعى الباحث إلى فهمها، كما تتخذ الفرضيات بشكل عام شكلين أساسيين: صيغة الإثبات وصيغة النفي، تُستخدم صيغة الإثبات لتأكيد وجود علاقة معينة سواء كانت إيجابية أو سلبية، بينما تعبّر صيغة النفي عن عدم وجود علاقة بين المتغيرات مما يساعد في فحص صحة الافتراضات.(الدليبي وصالح، 2014، صفحة 47)

4-3-3- مرحلة جمع المعلومات وتنظيمها وتسجيلها:

تشير هذه المرحلة إلى جمع معلومات كافية وشاملة تغطي كافة جوانب موضوع البحث ومشكلته، إذ تُعد هذه العملية هامة وتحتطلب مهارة واهتمامًا كبيرين من الباحث حيث يتم جمع المعلومات من اتجاهين رئيسيين: الأول يتعلق بالجانب النظري والوثائق والثاني يتناول الجانب الميداني أو التجريبي، كما تُطلب هذه المرحلة تركيزاً عالياً ودقة في جمع المعلومات لضمان تغطية كافة الجوانب المهمة للموضوع محل البحث.. (المحمودي، 2019، الصفحتان 117-118)

4-3-4- تأييد الفرضيات أو رفضها:

الفصل الأول: المعرفة والبحث العلمي

بعد جمع البيانات والمعلومات يتم تحليل النتائج لتحديد ما إذا كان البحث قد قدم أدلة تدعم الفرضيات أو المقترنات المطروحة أو تنفيها، يجب على الباحث أن يتحلى بالموضوعية حيث ينبغي عليه عدم محاولة إثبات فرضية أو اقتراح معين بقدر ما يجب أن يسعى للكشف عن الحقيقة المدعومة بالشواهد والأدلة، كما تُعد هذه الخطوة أساسية لضمان نزاهة البحث ودقته في استنتاجاته. (أبو سليمان، 2005، صفحة 69)

5-3-4- تحليل المعلومات واستنباط النتائج:

تتجلى في هذه المرحلة مهارات الباحث وكفاءاته الفعلية في البحث والتحليل، حيث يتميز البحث العلمي عن الكتابة العادمة في اعتماده على التحليل الدقيق وتفسير البيانات والمعلومات التي جمعها الباحث، وعادةً ما يستخدم في التحليل إحدى الطريقيتين التاليتين: التحليل النقدي الإنساني أو التحليل الإحصائي الرقمي، كما تعتبر هذه العملية جوهر البحث حيث تساعد الباحث في استخراج النتائج واللاحظات التي تعزز من فهم الظاهرة المدروسة وتدعم الاستنتاجات المبنية على الأدلة. (المحمودي، 2019، صفحة 119)

تمثل خطوات المنهج العلمي في تحديد مشكلة البحث ووضع الفرضيات وجمع البيانات من مصادر مختلفة وتحليلها باستخدام أساليب نقدية أو إحصائية ثم استنتاج النتائج وتوثيقها، هذه الخطوات تساعد في تقديم إجابات علمية مدعومة بالأدلة.

5- من هو الباحث العلمي:

الباحث العلمي هو "الشخص الذي يقوم بإجراء الدراسات العلمية بهدف اختبار فرضيات معينة أو إيجاد حلول لمشكلات محددة ويتولى جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها باستخدام الأدوات الإحصائية والأساليب البحثية لتحقيق النتائج المطلوبة حيث يتميز الباحث بدقته واهتمامه بالتفاصيل ولهدف دائمًا إلى الحصول على نتائج دقيقة وموثوقة، كما يجب أن يمتلك القدرة على صياغة الأسئلة البحثية وتصميم الدراسات واختيار الأدوات المناسبة لجمع البيانات وتحليلها وتفسيرها بشكل منهجي". (شهباني، 2023، صفحة 38)

يمكن تعريف الباحث العلمي بأنه "شخص يمتلك تفكيرًا علميًّا دقيقًا يساعد في تحديد المشكلات ضمن مجاله العلمي وطرح الأسئلة المتعلقة بها، يكرس وقته وجهده لدراستها بشكل منظم وفق منهج علمي ساعيًّا للوصول إلى نتائج وحلول لهذه المشكلات فمن خلال أبحاثه يساهم في تقدم البشرية وازدهارها، كما

الفصل الأول: المعرفة والبحث العلمي

يلتزم بالقوانين التي وضعتها الهيئات الأكاديمية التي ينتمي إليها مما يضمن أداءه لواجباته العلمية ضمن إطار قانوني ومنظم. (بن أحمد وبغداد، 2023، صفحة 59)

الباحث العلمي هو شخص يستخدم تفكيرًا دقيقًا ومنهجيًّا لتحديد المشكلات العلمية وحلها ملتزماً بالقوانين الأكاديمية ويسمم في تقدم العلم والبشرية.

6- مميزات الباحث العلمي:

يجب أن يتحلى الباحث العلمي بصفات حميدة تتعلق بشخصيته وسلوكه ومؤهلاته العلمية وغيرها من السمات الضرورية لذا من المهم أن يتتوفر في الباحث مزايا وصفات معينة، وأهم هذه الصفات هي:

(الزياري، 2011، صفحة 42)

- **الصبر والمثابرة:** يعتبر الصبر من العناصر الأساسية في البحث العلمي حيث يتطلب العمل على اكتشاف الحقائق مواجهة العديد من التحديات والصعوبات بما في ذلك المشكلات والانتقادات ويستلزم استمرار الجهد والشجاعة لمواصلة البحث رغم هذه العقبات.

- **الموضوعية والأمانة العلمية:** يجب على الباحث أن يتحلى بالأمانة والصدق في جميع مراحل البحث سواء في الاقتباس الحرفي أو الاستيعابي دون تحريف أو زيادة أو نقصان لأي غرض كان، يُعد نسب الأفكار أو النظريات لغير أصحابها سرقة علمية كما ينبغي للباحث أن يتحلى بالموضوعية وينقل الآراء المختلفة حتى وإن كانت تتعارض مع أفكاره دون التحيز لفكر معين.

- **سعة العلم:** بما أن العلم ليس له حدود يجب على الباحث أن يسعى بشكل مستمر لتوسيع معرفته وتطوير مهاراته من خلال العمل الدائم على تنمية علمه، كما ينبغي عليه ألا يدفعه تحصيله العلمي إلى الغرور بل يجب أن يظل متواضعاً ويسعى دائمًا للتعلم المزيد.

- **التواضع:** قد يظن الباحث أو طالب العلم أنه قد وصل إلى أقصى درجات المعرفة مما يجعله يشعر بالغرور ويبتعد عن مجتمعه لكن الباحث المتواضع هو من يدرك أن هناك دائمًا المزيد ليكتشفه ويؤمن بأن معرفته ليست كاملة بل هو في حاجة مستمرة لتعلم المزيد.

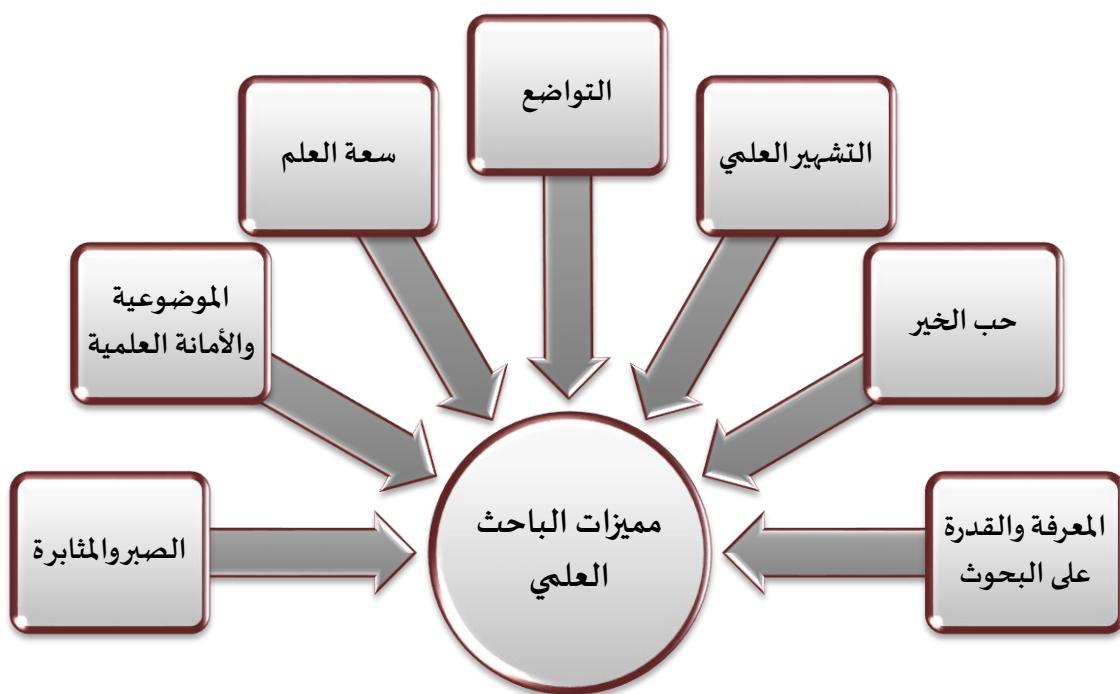
- **التشهير العلمي:** يجب على الباحث الجيد الامتناع عن التشهير بالآخرين أو السخرية من إنجازاتهم العلمية بل يجب أن يلتزم بالاحترام المتبادل والتقدير للأعمال العلمية حتى وإن كانت تتعارض مع آرائه.

- **حب الخير:** يجب على طالب العلم توجيه معرفته لحل المشكلات التي تواجه المجتمع حيث أن العلم بلا أخلاق قد يكون ضاراً ويسهم في نشر النزاعات والدمار، لذا يجب أن يستخدم العلم لخدمة الإنسانية وتعزيز رفاهيتها.

الفصل الأول: المعرفة والبحث العلمي

- المعرفة والقدرة على البحث: يجب على الباحث أن يكون متمكناً من أساليب البحث العلمي بما في ذلك كيفية صياغة مشكلة البحث والفرضيات و اختيار المنهجية المناسبة واستخدام أدوات جمع البيانات وتحليلها بالإضافة إلى تطبيق الأساليب الإحصائية، فهذه المهارات الأساسية هي التي تساعد الباحث على اتخاذ القرارات الصحيحة وضمان نجاح البحث.

شكل رقم 02: يوضح مميزات الباحث العلمي



7- مقومات البحث العلمي الجيد:

هناك مستلزمات ومقومات بحسب أن تتوافر في البحث الجيد، هي: (الدلبي وصالح، 2014،
الصفحتان 21-22)

- العنوان الواضح والشامل: يجب أن يتسم العنوان بالوضوح والشموليّة والدلالة على محتوى البحث.
- تحديد خطوات البحث وأهدافه وحدوده: يجب أن يبدأ البحث بتحديد دقيق لمشكلة البحث ثم صياغة الفرضيات ذات الصلة ومن ثم تحديد الأساليب المناسبة لجمع وتحليل البيانات.
- الإمام الكافي بموضوع البحث: يجب أن يكون الباحث ملماً كفاية بموضوع البحث بحيث يتناسب مع إمكاناته واهتماماته.

الفصل الأول: المعرفة والبحث العلمي

- **توفر الوقت الكافي:** يتطلب البحث وقتاً محدداً لإنجازه ويجب أن يتناسب الوقت المتاح مع حجم وطبيعة البحث.

- **الإسناد والاعتماد على مصادر دقيقة:** ينبغي للباحث أن يعتمد في بحثه على الدراسات والمصادر الأصلية والدقيقة مع التأكيد على الأمانة العلمية في اقتباس المعلومات.

- **أسلوب كتابة تقرير البحث:** يجب أن يكون البحث مكتوبًا بأسلوب واضح وجذاب يسهل على القارئ متابعة محتوياته.

- **الترابط بين أجزاء البحث:** يجب أن تكون الفصول والأجزاء المختلفة للبحث متراقبطة ومتنا格مة سواء على مستوى الفصول أو بين أجزاء البحث الأخرى.

- **الإسهام والإضافة إلى المعرفة:** ينبغي أن يقدم البحث إضافة جديدة وملمومة للمجال العلمي الذي ينتمي إليه مع التأكيد على الابتكار والتطوير في الموضوع المطروح.

كما يجب أن يتوافر في موضوع البحث مجموعة من المعايير الأساسية، وهي كما يلي: (عوض و خفاجة، 2002، الصفحات 26-27)

- **أن يكون الموضوع جديداً:** ينبغي أن يكون البحث في موضوع غير مكرر أو جديداً إلى حد ما حيث يمكن للباحث أن يستكشف جوانب لم يتم التطرق إليها من قبل، في بعض الحالات قد تكون هناك جوانب جديدة تظهر أثناء الدراسة مما يعزز من طابع البحث التجديدي.

- **أن يكون الموضوع ممكناً:** يجب على الباحث التأكد من إمكانية تنفيذ البحث في الموضوع المختار ويشمل ذلك التأكيد من توفر المواد العلمية اللازمة لدعمه، كما يتطلب ذلك أيضاً أن يكون البحث واقعياً وقابلًا للتحقيق وليس مجرد فرضية.

- **أن يكون البحث مثمرًا:** من الضروري أن يقدم البحثفائدة علمية واضحة سواء كان في اكتشاف حقائق جديدة أو تصحيح مفاهيم مغلوطة أو تقديم حلول عملية لمشكلات موجودة في المجتمع. البحث المثير يعزز من قيمة العلم ويساهم في حل القضايا المهمة.

- **أن يكون الموضوع محدداً:** يجب أن يكون موضوع البحث واضحاً ودقيقاً في تحديداته مع تحديد الإطار الزماني والمكاني للبحث، فكلما كان الموضوع محدداً بدقة كان البحث أكثر تركيزاً وقوه.

خلاصة الفصل:

إن الحديث عن المعرفة والبحث العلمي يتضح أن البحث العلمي ليس مجرد أداة للبحث عن إجابات بل هو عملية مستمرة من الاستكشاف والتحليل التي تساعد في بناء أسس قوية لفهم العالم وتحقيق التطور في مختلف مجالات الحياة، فالتقدم العلمي يعتمد على تطبيق المنهجية الدقيقة والموضوعية التي تضمن أن تكون المعرفة التي يتم إنتاجها دقيقة، ومع تطور التحديات والمتغيرات التي يواجهها المجتمع البشري أصبح البحث العلمي ضرورة ملحة لمواكبة هذا التطور وتقديم حلول مبتكرة للمشكلات المعقدة التي تعترض البشرية، لذلك يبقى البحث العلمي ليس فقط وسيلة لتعزيز الفهم بل أيضًا أداة لتوجيه السياسات واتخاذ القرارات الحكيمة التي تؤثر بشكل إيجابي على رفاهية الأفراد والمجتمعات.

الفصل الثاني: مدخل إلى البحث العلمي الإعلامي

تمهيد

1- تاريخ تطور البحوث الإعلامية.

2- العوامل المساعدة على تطور البحوث الإعلامية

3- مفهوم البحث الإعلامي.

4-1-3. تعريف الإعلام.

4-2-3. تعريف البحث الإعلامي.

4- أهداف الدراسات الإعلامية

5- خصائص الظاهرة الإعلامية

خلاصة الفصل

تمهيد:

يعتبر البحث العلمي الإعلامي أحد الفروع الحيوية في الدراسات الأكاديمية حيث يتناول دراسة الظواهر الإعلامية بأسلوب علمي ومنهجي بهدف فهم تأثير وسائل الإعلام في المجتمعات وتقييم دورها في تشكيل الرأي العام وصياغة القيم الثقافية والاجتماعية، يعني هذا النوع من البحث بتحليل الرسائل الإعلامية واستقصاء أساليب الاتصال الجماهيري واستكشاف العلاقة بين وسائل الإعلام والمتغيرات الاجتماعية بما في ذلك التكنولوجيا والسياسة والثقافة، فمن خلال تبني مناهج بحثية متعددة يسعى الباحثون في المجال الإعلامي إلى تقديم رؤى علمية تساعد في تطوير السياسات الإعلامية وتعزيز الأداء الإعلامي وفهم تحديات العصر الرقمي، كما يُعد البحث العلمي الإعلامي أداة أساسية لفهم تأثير الإعلام في صنع القرار المجتمعي السياسي ومواجهة التحديات التي تفرضها ظاهرة الانتشار السريع للمعلومات في عصر العولمة والاتصال الرقمي.

1- تاريخ تطور البحوث الإعلامية:

ظهرت بحوث الإعلام في الستينيات من القرن الماضي ضمن أنواع علم الاجتماع وعلم النفس في عدد من الجامعات، حيث واجه الباحثون صعوبة في غياب قاعدة معرفية إعلامية واضحة نظراً لحداثة هذا التخصص إلا أن الوضع تغير بشكل كبير في السبعينيات حيث شهدت أنواع الإعلام توسيعاً سريعاً وبرز باحثون متخصصون في هذا المجال، وفي تلك الفترة بدأ الاتجاه نحو تعزيز التعاون بين الباحثين في الإعلام مع نظرائهم من مجالات علم النفس وعلم الاجتماع والعلوم السياسية لإجراء بحوث مشتركة، وفي السنوات الأخيرةأخذت بحوث الإعلام منحى جديداً من خلال التركيز على الأبعاد النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام، إذ قام الباحثون في علم النفس بدراسة الاستجابات العاطفية التي تثيرها البرامج التلفزيونية، والإعلانات والموسيقى في محطات الراديو، كما أدى استخدام الحواسيب في بحوث الإعلام إلى تحليل البيانات والمعلومات بشكل أكثر دقة مما ساهم في تحسين أساليب البحث وتحقيق نتائج أكثر دقة وشموليّة. (نواري، 2022، صفحة 135)

وعليه، يمكن تقسيم مراحل تطور البحوث الإعلامية إلى ثلاث مراحل رئيسية وفقاً للتغيير الاهتمامات والتركيزات البحثية: (الغرام وبلجوهر، 2014، صفحة 150)

- المرحلة الأولى (البدايات):

انطلقت مع اهتمام علماء الاجتماع بالإعلام كظاهرة اجتماعية ضمن إطار نظريات المجتمع الجماهيري، حيث كانت هذه المرحلة تعتمد على دراسة التأثيرات المباشرة قصيرة المدى لوسائل الإعلام على

آراء الأفراد واتجاهاتهم، وقد ركزت الأبحاث في هذه الفترة على التأثيرات الفورية للإعلام على المتلقين مستندة إلى نظريات اجتماعية تسعى لفهم كيفية استجابة الجمهور لوسائل الإعلام.

- المرحلة الثانية (من 1940 إلى 1960):

تأثرت هذه المرحلة بشكل كبير بالباحثين الأمريكيين الذين استخدمو نظريات علم النفس الاجتماعي مثل النظرية الوظيفية لتحليل تأثير وسائل الإعلام، كما انصب التركيز على العلاقات الاجتماعية وتأثيرها في تشكيل فعالية وسائل الإعلام وتم خلال هذه المرحلة تقسيم الدراسات لفهم أهمية التفاعلات الاجتماعية وتأثيرها على جمهور وسائل الإعلام.

- المرحلة الثالثة (منذ 1960 حتى الوقت الحاضر):

شهدت هذه المرحلة تغيراً جذرياً في طبيعة البحوث الإعلامية بحيث لم تعد الأبحاث تركز على التأثيرات قصيرة المدى لوسائل الإعلام فقط بل توسيع لتشمل قضايا أكثر شمولية، كما أصبح التركيز على دراسة العلاقات بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في المجتمع، بالإضافة إلى ذلك تطورت البحوث لتناول تأثير وسائل الإعلام على المجتمع ككل ودورها في تشكيل القيم والتوجهات العامة.

إن تطور بحوث الإعلام كان نتيجة تغيرات كبيرة في تركيز الدراسات الإعلامية من الاهتمام بالتأثيرات المباشرة قصيرة المدى إلى تحليل التأثيرات الأوسع والأعمق لوسائل الإعلام على المجتمع، حيث توسيع الدراسات لتشمل تأثير الإعلام على العلاقات الاجتماعية والسياسة والاقتصاد والقيم الثقافية مما جعلها أكثر شمولية وتعددية في مناهج البحث.

2- العوامل المساعدة على تطور البحوث الإعلامية:

تعددت العوامل التي ساعدت في تطور بحوث الإعلام، ومن أبرزها: (نجم، 2015، الصفحات 19 - 20)

- الحرب العالمية الأولى: كانت الحرب العالمية الأولى دافعاً رئيسياً للاهتمام بدراسة تأثيرات الدعاية ووسائل الإعلام على الجمهور، فخلال هذه الفترة سعى الباحثون لفهم كيفية تحفيز استجابة الجمهور وتأثير الإعلام عليه، حيث ظهرت العديد من التساؤلات حول ما يمكن أن يقدمه الإعلام وما لا يمكنه تقديمه، كما نشأت نظرية "الحقنة تحت الجلد" التي افترضت أن الإعلام من خلال رسائل مصورة يستطيع التأثير بشكل موحد على الجمهور إلا أن هذه الفكرة تغيرت لاحقاً بسبب الاعتراف بوجود تباين بين الأفراد.

- دراسات الإعلان في الخمسينات والستينات: أسهمت الدراسات التي أجريت في هذه الفترة على المعلنين في فهم أهمية تطوير وسائل لإقناع الزبائن المحتملين بشراء المنتجات والخدمات، وبناءً على هذه الدراسات تشجع المعلنون على دراسة فعالية الرسائل الإعلانية وتحديد حجم وتوزيع الجمهور واختيار الوسائل الأكثر كفاءة للوصول إلى المستهلكين المستهدفين.
- دور القوى الاجتماعية: كان لزيادة تأثير القوى الاجتماعية دور كبير في جذب اهتمام المواطنين وخاصة الأطفال تجاه وسائل الإعلام العامة، حيث توصل الباحثون إلى أن محتوى البرامج التلفزيونية بما في ذلك الإعلانات التجارية قد تحتوي على مشاهد عنف وجنس تؤثر سلباً على الأطفال مما دفع الباحثين للتركيز بشكل أكبر على التأثيرات السلبية والجانبية لوسائل الإعلام.
- المنافسة بين الإعلام والإعلانات التجارية: شهدت المنافسة بين الإعلام والإعلانات التجارية تطوراً ملحوظاً حيث أصبحت هذه المنافسة أكثر تعقيداً، وبحلول هذه المرحلة أصبح بإمكان مالكي وسائل الإعلام التأثير بشكل كبير على بحوث الإعلام مما جعلهم يتتفوقون على مجالات أخرى مثل علم الاجتماع وعلم النفس والتسويق في قيادة مجال البحث الإعلامي.
إن تطور بحوث الإعلام كان نتيجة للتفاعل بين التحولات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وقد ساهمت هذه العوامل في تشكيل مجالات بحثية جديدة وتحقيق نتائج أكثر دقة في فهم تأثير الإعلام على المجتمعات.

3- مفهوم البحث الإعلامي:

3-1-تعريف الإعلام:

الإعلام هو "عملية الحصول على معلومات حول قضية معينة ونقلها بهدف توعية صانعي القرارات الإداريين والجمهور العام بأحدث التطورات المهمة، تُشتق كلمة "إعلام" من "أعلمه بالشيء" وتعني تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية والصحيحة الواضحة، وكلما كانت هذه المعلومات دقيقة وموضوعية كان الإعلام أكثر قوة وفعالية، كما أن الإعلام يهدف إلى نشر الحقائق الثابتة والصحيحة والأخبار الدقيقة والأفكار والآراء السليمة والمساهمة في توعية الرأي العام وتكوين وجهات نظر صحيحة بين أفراد المجتمع". (أبوالحسن، 2007، صفحة 23)

يعرف الإعلام بأنه "عملية نشر معلومات صحيحة وحقائق واضحة إلى جانب الأخبار الدقيقة والموضوعات المدروسة والواقع المحددة والأفكار المنطقية والآراء المدروسة التي توجه إلى الجماهير من خلال مصادر تهدف إلى خدمة المصلحة العامة". (شقرر، 2019، صفحة 17)

يشير التعريفان إلى أن الإعلام هو وسيلة لنقل معلومات صحيحة ودقيقة إلى الجمهور بهدف توعية الرأي العام وصانعي القرارات، كما يركز الإعلام على تقديم الأخبار والحقائق الدقيقة والأفكار المنطقية لخدمة المصلحة العامة مما يعزز الوعي العام ويسمم في تشكيل آراء مدروسة ومبنية على أساس سليمة.

3-2-تعريف البحث الإعلامي:

البحث الإعلامي هو "النشاط العلمي المنظم الذي يهدف إلى دراسة الظواهر الإعلامية والحقائق المتعلقة بالعملية الإعلامية بما في ذلك الأطراف المعنية والعلاقات بينها وأهدافها والسياقات الاجتماعية التي تؤثر فيها. يهدف البحث إلى وصف وتفسير هذه الحقائق، بالإضافة إلى التنبؤ باتجاهات تطور الظواهر الإعلامية". (ابراهيم، 2017، صفحة 29)

البحوث الإعلامية هي "الإطار المنهجي الذي يتناول كافة الأنشطة الإعلامية والاتصالية وتهدف إلى تقديم معلومات شاملة حول الجمهور المستهدف وقنوات الاتصال ووسائل الإعلام، كما تُستخدم هذه البحوث كأداة أساسية في اتخاذ القرارات وتحطيم الأنشطة الإعلامية والاتصالية، حيث تبدأ عملية البحث قبل تنفيذ الجهود الإعلامية وتستمر طوال مراحله، إذ يتم تقييم فعاليتها بشكل دوري وتشمل البحوث الإعلامية جميع عناصر العملية الاتصالية مثل الجمهور، الوسائل، الرسائل، المصادر والتأثيرات المستهدفة مع ضمان تحقيق توازن بين هذه العناصر". (حسين، 2006، صفحة 19)

تعرف البحوث الإعلامية أيضاً بأنها "نشاط علمي منهجه يهدف إلى استكشاف الظواهر الإعلامية والكشف عن الحقائق المتعلقة بالعملية الإعلامية وأطرافها، إضافةً إلى العلاقات التي تربط بينها وأهدافها والسياقات الاجتماعية التي تؤثر فيها، كما تهدف هذه البحوث إلى وصف هذه الحقائق وتفسيرها مع التنبؤ باتجاهات تطورها المستقبلية لتحقيق الأهداف المرجوة". (عبد الحميد، 2000، صفحة 09)

4- أهداف الدراسات الإعلامية:

تتعدد أهداف الدراسات والبحوث الإعلامية، ويمكن تلخيصها في النقاط التالية: (المشهداني، 2017، الصفحات 28 - 29)

- الوصف: تهدف الدراسات الإعلامية إلى وصف الظواهر الإعلامية وعلاقتها واتجاهاتها، كما تركز على فهم العوامل المحركة والدافعة لهذه الظواهر وعلاقات هذه العناصر ببعضها البعض وتأثيراتها المتبادلة في سياق اجتماعي عام.

- التنبؤ: يركز البحث العلمي في المجال الإعلامي على التنبؤ بما قد يحدث مستقبلاً لبعض الظواهر الإعلامية، ويشمل ذلك وضع تصورات واحتمالات حول التطورات المستقبلية بالإضافة إلى التوقع بحركة

الظاهرة الإعلامية وتحديد الحقائق المرتبطة بها، كما يتم التركيز على استكشاف الظواهر الإعلامية في ظروف مختلفة.

- التفسير: يهدف الباحث الإعلامي إلى تقديم شرح كامل لظاهرة معينة إذ يتجاوز الباحث الإجابة على سؤال "كيف تحدث هذه الظاهرة؟" ليطرح السؤال الأهم "لماذا تحدث هذه الظاهرة؟" حيث تتعدد التفسيرات المحتملة حسب الباحثين واتجاهاتهم مما يجعل من الصعب وضع تفسير واحد دقيق للظواهر الإعلامية، كما أن تأثيرات ذاتية الباحث قد تؤثر في التفسير.

- التقويم: تهدف بعض الدراسات الإعلامية إلى تقويم الظواهر الإعلامية ومعرفة ما إذا كانت أهداف المنظمة قد تحققت، كما تشمل هذه الدراسات تقييم نتائج البرامج الإعلامية وما إذا كانت قد حققت أهدافها المحددة، بالإضافة إلى ذلك يتم من خلال هذا الهدف تقييم النتائج غير المقصودة سواء كانت مرغوبة أو غير مرغوبة.

- الدحض (التفنيد): تهدف بعض البحوث العلمية إلى اختبار صحة الفرضيات. وفي حال عدم دعم البحث للفرضية يقوم الباحث بدحض أو رفض هذه الفرضية، وهذا النوع من الدراسات لا يكتفي بإثبات صحة الفرضيات بل يمكن أن يكون دحض الفرضيات الأخرى جزءاً مهماً من عملية البحث.

- التثبت: تركز بعض الدراسات الإعلامية على التحقق من صحة فرضيات أو مواضيع تم دراستها مسبقاً، هنا يقوم الباحث بدراسة نفس الموضوع باستخدام عينة أو بيئة مختلفة للتحقق من صحة النتائج في سياق جديد.

كما تتمثل أهداف الدراسات الإعلامية في الآتي: (ابراهيم، 2017، صفحة 29)

- صياغة المعرفة العلمية حول الحقائق الإعلامية وعلاقتها والعمل على تطوير هذه المعرفة باستمرار من خلال نتائج الدراسات المتخصصة أو المجالات ذات الصلة، بالإضافة إلى نتائج الممارسة المهنية والتطبيقية.

- التفسير وذلك من خلال محاولة التحكم في العوامل التي تؤدي إلى الظاهرة الإعلامية بهدف السيطرة عليها أو تقليل تأثيرها أو توجيهها في اتجاه معين.

- التنبؤ بحركة الظاهرة الإعلامية والحقائق المتعلقة بها وصياغة تفسيرات أولية لاتجاهات هذه الظاهرة وعلاقتها مع تحليل العوامل المؤثرة والتأثيرات المترتبة عليها.

شكل رقم 03: يبين أهداف الدراسات الإعلامية



تركز أهداف الدراسات الإعلامية على تحقيق فهم شامل للحقائق الإعلامية من خلال تطوير المعرفة العلمية وتفسير الظواهر الإعلامية، كما تسعى هذه الدراسات إلى التنبؤ باتجاهات الظواهر الإعلامية والعوامل المحركة لها مما يساعد في توجيهه الإعلام بشكل مدروس ومؤثر.

5- خصائص الظاهرة الإعلامية:

تسمم الظاهرة الإعلامية بعدد من الشخصيات التي تميزها، هي كالتالي: (عبد الحميد، 2000،

الصفحات (9-10)

- هي ظاهرة ديناميكية تتسم بالتغيير المستمر والتدفق بسبب ارتباطها بالعملية الإعلامية التي تمتاز بهذه الصلة.

- هي ظاهرة اجتماعية لا تعمل بشكل منفصل عن السياقات والنظم الاجتماعية الأخرى بل تتأثر بها مقتنياًها.

- تتسنم العلاقة بين عناصر الظاهرة الإعلامية أو بينها وبين الظواهر الاجتماعية الأخرى بالتأثير المتبادل ما يتطلب حيداً بحيثَا كبيداً لفهم اتجاهات التأثير والتمييز بين الأسباب والنتائج، فعل، سبباً، المثلاً، بحثاً

تحليل تأثير الذوق العام للجمهور على خصائص المنتج الإعلامي إلى دراسة دقيقة لتحديد العلاقة بين السبب والنتيجة.

- من الصعب تحكم في عناصر الظاهرة الإعلامية بسبب تأثير خصائص العملية الإعلامية على الجمهور مثل حجم المتلقين وانتشارهم وتشتتهم وعدم تجانسهم إضافة إلى التغير المستمر في اتجاهات التعرض.

- من الصعب عزل تأثير الظاهرة الإعلامية عن مقدمات تفسيرها خاصة مع تنوع التفسيرات التي يقدمها الباحثون مما يجعل الضبط الكمي الدقيق في دراسة الظاهرة أمراً صعباً.

- يمكن وصف الظاهرة الإعلامية بأنها معقدة ومتعددة وتحتاج دراستها إلى جهد بحثي كبير وتكامل بين أساليب الدراسات المختلفة لفهمها وتفسيرها بشكل كامل.

تسم الظاهرة الإعلامية بالتحولات المستمرة والتفاعل مع مختلف السياقات الاجتماعية مما يجعل دراستها معقدة، فصعوبة تحديد أسباب وتأثيرات هذه الظاهرة بالإضافة إلى التباين في تفسيرات الباحثين وتنوع جمahirها يتطلب جهداً بحثياً مستمراً وتكاملاً بين الأساليب والمنهجيات المختلفة لفهم الظاهرة وتفسيرها بشكل دقيق.

خلاصة الفصل:

يمثل البحث العلمي الإعلامي أداة أساسية لفهم التحولات العميقة التي أحدها الإعلام في المجتمعات الحديثة سواء من خلال التأثير على الرأي العام أو تشكيل القيم والتوجهات، ومع التطور المستمر لوسائل الإعلام والتكنولوجيا تبقى الحاجة إلى دراسات إعلامية متعددة ضرورة لمواكبة هذه التغيرات وفهم تداعياتها، كما أن البحث الإعلامي لا يقتصر على تقديم رؤى نظرية فحسب بل يُسهم أيضاً في تطوير السياسات الإعلامية وتحسين أداء المؤسسات الإعلامية مما يعزز دور الإعلام كوسيلة لبناء مجتمعات أكثر وعياً وتماسكاً، لهذا يظل الاستثمار في هذا المجال ضرورة علمية ومجتمعية لتحقيق توازن بين التطور التقني والمسؤولية الاجتماعية.

الفصل الثالث: البحث في الاتصال

تمهيد

1- نشأة وتطور البحث في الاتصال.

2- ماهية البحث في الاتصال الجماهيري.

1-2 مفهوم الاتصال الجماهيري.

2-2 خصائص الاتصال الجماهيري.

3-2 أهمية الاتصال الجماهيري.

4-2 وظائف الاتصال الجماهيري.

3- أنواع بحوث الاتصال

1-3 البحوث الاستطلاعية أو الاستكشافية.

2-3 البحوث الوصفية أو التشخيصية.

3-2 البحوث السببية.

4- الاتجاهات البحثية في الاتصال

خلاصة الفصل

يعد البحث في الاتصال من أهم المجالات التي تعكس أهمية التفاعل الإنساني في تشكيل العلاقات وبناء المجتمعات، فالعملية الاتصالية تعتبر ركيزة أساسية في نقل المعلومات وتبادل الأفكار والتأثير المتبادل بين الأفراد والجماعات ومع تطور وسائل الاتصال من التقليدية إلى الرقمية أصبحت دراسة هذه الظاهرة أكثر تعقيداً حيث تتدخل فيها الأبعاد النفسية والاجتماعية والثقافية، يهدف البحث في الاتصال إلى فهم آليات التواصل الإنساني وتحليل تأثير الوسائل الاتصالية على الرأي العام وسلوك الأفراد واستكشاف أساليب تحسين عمليات الاتصال في مختلف المجالات، ومن خلال الاعتماد على مناهج علمية دقيقة يساهم هذا النوع من البحوث في تعزيز الفعالية الاتصالية مما يجعله ضرورة في عالم يتسم بالسرعة والتغير المستمر.

1- نشأة وتطور البحث في الاتصال:

بدأ الاتصال مع وجود الإنسان نفسه، لكن دراسته العلمية لم تبلور إلا في أوائل القرن العشرين مع تطور تكنولوجيا الاتصال خاصة بعد الحرب العالمية الأولى، وفي تلك الفترة لم يكن الاتصال يُعتبر علمًا مستقلاً بل كان يُدرس ضمن تخصصات أخرى مثل علم النفس الذي ركز على الجوانب السلوكية للاتصال وعلم الاجتماع الذي تناول العمليات الاتصالية في المجتمع، والأثربولوجيا التي درست دور الاتصال في تطور الثقافة والمحافظة عليها وفهم التغيرات الثقافية. (عبد العزيز، 2012، صفحة 463)

ساهم عدد من المفكرين أبرزهم "شارلز هورتون كولي" و"التر ليبمان" و"جون ديوي" في تطور علم الاتصال، فقد قدم ديوي تعريفاً للاتصال باعتباره الآلة التي تنشأ بها العلاقات الإنسانية عبر رموز تُنقل وتحفظ عبر الزمن، هذه الجذور التاريخية أثرت بعمق على النظريات الإعلامية التي استلهمت مفاهيمها من مجالات علمية مختلفة، كما قد ساهمت تخصصات مثل علم النفس وعلم الاجتماع واللغويات في فهم العمليات الاتصالية من خلال دراسة تأثير العوامل النفسية والاجتماعية على القائم بالاتصال والجمهور ودور اللغة في صياغة الرسائل، هذا التداخل العلمي أسس لعلم الاتصال كمنظومة متكاملة تعالج الظاهرة الاتصالية بمنظور شامل. (عبد العزيز، 2012، صفحة 463)

كما برزت الحاجة بعد الحرب العالمية الثانية إلى دراسة علم الاتصال كحقل مستقل مما أدى إلى ظهور مدرستين رئيسيتين في هذا المجال: (الغرام وبليجور، 2014، الصفحتان 150 - 151)

❖ المدرسة الإمبريقية:

قادها الباحث "لارس فيلد" حيث ركزت على استخدام المنهج الكمي لتحليل الظواهر الإعلامية، فقد اعتمدت هذه المدرسة على النظريات الوظيفية والموضوعية بهدف دعم المؤسسات الإعلامية والتجارية من خلال تحليل أنماط استهلاك الجمهور وجمع بيانات كمية دقيقة لتفسير السلوك الجماهيري.

❖ المدرسة النقدية:

تأثرت بأفكار مدرسة فرانكفورت وروادها مثل "هوركهايم" و"أدونو وماركوز" واستندت إلى الفكر الماركسي لفهم الصراع الطبقي وتأثيره في تطور المجتمع، كما ركزت هذه المدرسة على دراسة التأثيرات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية للإعلام مسلطة الضوء على دور الإعلام في تكريس الهيمنة الثقافية والاقتصادية وسعت إلى تغيير الواقع الاجتماعي بدلاً من الاكتفاء بالتحليل الحيادي.

شهد تطور علم الاتصال رحلة متشابكة بين تخصصات علمية مختلفة أثرت في بنائه النظري، فقد جاءت المدرسة الإمبريقية لتفسير الظواهر الإعلامية بالاعتماد على المنهج الكمي والموضوعية، بينما ركزت المدرسة النقدية على الأبعاد الاجتماعية والسياسية للإعلام بهدف إحداث تغيير اجتماعي، هذا التنوع في المناهج يعكس ثراء علم الاتصال وحيويته كحقل معرفي يدمج بين التحليل العلمي والتأثير العملي.

2- ماهية البحث في الاتصال الجماهيري:

2-1- مفهوم الاتصال الجماهيري:

2-1-1- تعريف الاتصال:

الاتصال هو "عملية تبادل للأفكار والمعلومات والأراء عبر وسائل متعددة مثل الكلام أو الكتابة أو الصور أو الرموز الأخرى، كما يُعرف بأنه نشاط مشترك يتم فيه تبادل المعرفة بين المرسل والمستقبل، بالإضافة إلى ذلك يُنظر إلى الاتصال كعملية منظمة تهدف إلى تحفيز الجمهور على تبني مواقف وسلوكيات جديدة مع تحقيق أهداف إعلامية تستهدف عقل وقلب الإنسان إلى جانب أبعاد اجتماعية وترفيهية". (أبو الحسن، 2007، صفحة 23)

يعرف الاتصال بأنه "عملية يتفاعل من خلالها متلقى الرسالة سواء كانوا كائنات حية أو بشرًا أو آلات ضمن سياقات اجتماعية محددة، وخلال هذا التفاعل تُنقل الأفكار والمعلومات بين الأفراد حول قضية أو واقع معين بهدف إشراك الآخرين ومشاركة المعلومات والأفكار والأراء معهم". (شكراكن، 2019، الصفحات 23-24)

الفصل الثالث: البحث في الاتصال

يظهر كلا التعريفين أن الاتصال ليس مجرد عملية نقل معلومات بل هو نشاط إنساني مشترك يعكس تفاعلات اجتماعية وثقافية ويسعى إلى التأثير المتبادل بين الأطراف.

2-1-2-تعريف الجمهور:

يُستخدم مصطلح "الجمهور" كترجمة للمصطلحين الإنجليزيين "Audience" و "Public" رغم ما بينهما من اختلاف، حيث يشير مصطلح "Public" إلى مجموعة الأفراد أو الشعب في مجتمع معين بينما يشير مصطلح "Audience" إلى الأفراد الذين يقرؤون أو يستمتعون أو يشاهدون وسائل الإعلام أو محتوياتها، ومن هنا يعتبر الفرد جزءاً من "Public" بمجرد كونه جزءاً من المجتمع بينما يكون جزءاً من "Audience" فقط عندما يقوم بنشاط معين مثل القراءة أو المشاهدة أو الاستمتاع بالمحتوى. (لونيس،

(31)، صفحة 2015)

يعتقد البعض أن الجمهور يتكون من مجموعة من الأفراد الذين يشاركون في إدراك وحدة المصالح مما يؤدي إلى تولّد شعور بالوحدة وتحقيق الذات بينهم، كما يختلف هذا الشعور من جمهور إلى آخر وغالباً ما تنفصل الجماهير وتتميز عن بعضها البعض مما يسهم في تكوين وسائل الاتصال العامة، وعلى الرغم من أن معظم أفراد الجماهير لا يتواصلون بشكل مباشر مع بعضهم البعض إلا أنهم يشاركون في ما يقرؤون وما يحصلون عليه من معلومات. (لونيس، 2015، صفحة 31)

تجنب الدراسات الحديثة في مجال الاتصال الجماهيري استخدام مصطلح "الحشد" (Mass) وبدلًا من ذلك تميل إلى استخدام مصطلح "جمهور المتلقين" (Mass Audience) الذي يشير إلى دور هذا الجمهور في العملية الاتصالية، حيث يستعيir مصطلح "جمهور المتلقين" من مفهوم الحشد الكثرة العددية والتباين بين سمات أفراده ويأخذ من مفهوم المتلقي التفاعل والمشاركة الإيجابية في العملية الاتصالية، كما يتفاعل الجمهور من خلال هذه العملية ضمن إطار السياق الاجتماعي والثقافي الذي ينتمي إليه، والذي يحدد ولاءاته وانتماءاته. (عبد الحميد، 1987، صفحة 25)

2-1-2-تعريف الاتصال الجماهيري:

الاتصال الجماهيري هو "ذلك النوع من الاتصال الذي ينطلق من المؤسسة الإعلامية أو من الأفراد العاملين فيها، وتشمل المؤسسات الإعلامية جميع وسائل النشر والبث الإعلامي مثل الصحف والمجلات ومحطات الإذاعة والتلفزيون ودور السينما ووكالات الأنباء، بالإضافة إلى قاعات المسرح والمعارض وغيرها من الوسائل الإعلامية المختلفة". (بن مرسل، دس، الصفحات 22-23)

كما يعرف الاتصال الجماهيري على أنه "عملية يتم فيها نقل الرسائل عبر وسائل الإعلام الجماهيري مثل الصحف والمجلات والكتب والسينما والراديو والتلفزيون، ويتميز هذا النوع من الاتصال بقدرته على

الفصل الثالث: البحث في الاتصال

الوصول إلى جمهور واسع ومتتنوع في توجهاته ومستوياته بما يشمل أفراداً غير معروفين للقائم بالاتصال".
(عيسياني، دس، صفحة 51)

يشير التعريفان إلى أن الاتصال الجماهيري هو عملية تهدف إلى نقل الرسائل الإعلامية من خلال وسائل الإعلام المختلفة سواء عبر المؤسسات الإعلامية أو الأفراد العاملين فيها، كما يتميز هذا النوع من الاتصال بقدرته على الوصول إلى جمهور واسع ومتباين من حيث التوجهات والمستويات حيث يتيح إيصال الرسائل إلى أفراد غير معروفين مباشرة للقائم بالاتصال.

2- خصائص الاتصال الجماهيري:

للاتصال الجماهيري بعض الخصائص التي تميزه عن غيره من أنواع الاتصال و من أهم هذه الخصائص والمميزات ما يلي: (علي، 2018، صفحة 83)

- يعتمد بشكل أساسي على التكنولوجيا ووسائل النقل سواء كانت ميكانيكية أو إلكترونية مثل الصحف والمجلات، الراديو والتلفزيون والسينما أو مزيج من هذه الوسائل مما يتيح نشر الرسائل بسرعة إلى جماهير واسعة ومتفرقة ويؤثر اختيار الوسيلة على طبيعة الاتصال.

- يهدف إلى إيصال معاني مشتركة لملايين الأشخاص الذين لا يعرفون بعضهم البعض شخصياً إذ تفصل بين المرسل والمستقبل مسافات شاسعة واختلافات اجتماعية مما يجعله مختلفاً عن الاتصال الشخصي.

- المصادر في الاتصال الجماهيري غالباً ما تكون مؤسسات رسمية تتميز بالطابع البيروقراطي مثل الشبكات الإعلامية الكبرى وتركز على تحقيق أهداف تجارية أو سياسية.

- رسائل الاتصال الجماهيري عامة بطبيعتها مما يجعلها ملائمة ومفهومة لأكبر عدد ممكن من الجمهور.

- يتسم الاتصال الجماهيري بتغذية راجعة مؤجلة حيث يتعدى تحقيق استجابة فورية على عكس الاتصال الشخصي.

تظهر خصائص الاتصال الجماهيري أنه وسيلة فعالة لنشر الرسائل على نطاق واسع بسرعة كبيرة لكنه يفتقر إلى التفاعل الشخصي المباشر مما يجعل تأثيره يعتمد على عمومية الرسالة وسهولة فهمها، كما أن الطبيعة المؤسسية للاتصال الجماهيري تبرز دوره كأداة لتحقيق أهداف محددة في مجالات الإعلام والثقافة والسياسة.

2-3- أهمية الاتصال الجماهيري:

تبرز أهمية الاتصال الجماهيري في عدة نقاط: (عيسياني، دس، الصفحتان 55 - 56)

- يتميز بقدرته على نقل الأفكار والمعلومات بسرعة وسهولة إلى أعداد كبيرة من الأفراد في وقت واحد مما يتيح إيصال المستجدات بشكل فوري.

الفصل الثالث: البحث في الاتصال

- يسهم في الوصول إلى قطاعات جماهيرية واسعة بغض النظر عن موقعهم الجغرافية ما يجعله أداة فعالة لمخاطبة المجتمعات المتباينة.
- يمكن من توفيركم هائل من المعلومات والمعارف للجماهير مما يعزز من وعهم وإدراكهم للقضايا المختلفة.
- تنوع وسائل الاتصال الجماهيري لتلبى احتياجات الأفراد بمختلف اهتماماتهم وخصائصهم مما يزيد من قدرتها على التأثير.
- يتميز الاتصال الجماهيري بالاقتصاد في الوقت والجهد والمال مقارنة بالاتصال الشخصي المباشر مما يجعله خياراً مثالياً لنقل المعلومات على نطاق واسع.
يشكل الاتصال الجماهيري محوراً أساسياً في المجتمعات الحديثة حيث يلعب دوراً رئيسياً في نشر المعرفة والمعلومات مما يعزز التفاعل الاجتماعي والثقافي فقدرته على الوصول السريع والواسع النطاق جنباً إلى جنب مع تنوع وسائله تجعله وسيلة لا غنى عنها في الإعلام والتعليم والتثقيف فضلاً عن كونه أداة اقتصادية فعالة في التأثير على الجمهور.

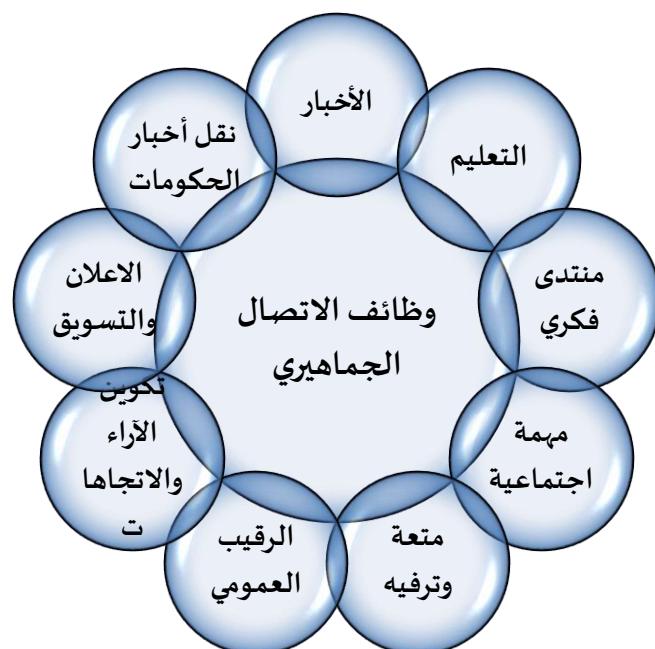
2-4- وظائف الاتصال الجماهيري:

- تتمثل وظائف الاتصال الجماهيري في عدة جوانب رئيسية: (الانصاري، 2020، الصفحات 315-316)
 - الأخبار: تعتبر الأخبار جوهر المحتوى الذي يتم نشره عبر الصحف ووسائل الإعلام حيث تهدف إلى ربط الناس بالعالم الخارجي بتزويدهم بمعلومات عن أحدث الأحداث العالمية، هذه الوظيفة تتدخل مع العديد من الوظائف الأخرى.
 - التعليم: تسهم وسائل الإعلام في تقديم المعلومات أو تطوير المهارات الحياتية الجديدة من خلال ما يتم عرضه في الصحافة.
 - مكان للحوار أو منتدى فكري: توفر وسائل الإعلام منصة لتبادل الآراء والأفكار مما يسمح بنشر وجهات النظر المتنوعة.
 - مهمة اجتماعية: تعمل وسائل الإعلام على نقل التراث الثقافي والاجتماعي من الأسرة الصغيرة إلى المجتمع بشكل عام مما يسهم في ربط أجزاء المجتمع بعضها.
 - متعة وترفيه: لا تقل هذه الوظيفة أهمية عن الوظائف الأخرى حيث تقدم وسائل الإعلام محتوى ترفيهياً يشغل وقت المتابعين.

الفصل الثالث: البحث في الاتصال

- الرقيب العمومي: تساهم وسائل الإعلام في حماية المجتمع من الفساد والمخالفات حيث تراقب أداء الحكومة وتعمل كأداة للرقابة على السلطة.
- تكوين الآراء والاتجاهات: تساعد وسائل الإعلام الجمهور في تشكيل آرائهم واتجاهاتهم حول القضايا العامة من خلال ما يقرأونه ويشاهدونه في الصحفة.
- الإعلان والتسويق: تعتبر وسائل الإعلام قناة أساسية للإعلان والتسويق مما يفيد كل من المستهلكين والمعلنين ووسائل الإعلام نفسها.
- نقل أخبار الحكومات: تساعد وسائل الإعلام الحكومات في نشر آرائها وبرامجها على الشعوب.

شكل رقم 04: بين وظائف الاتصال الجماهيري



يمكن القول إن الاتصال الجماهيري يؤثر بشكل عميق في المجتمع من خلال تزويده بالمعلومات وتعليم المهارات وتسهيل الحوار ونقل التراث الثقافي وتوفير الترفيه والقيام بدور الرقابة وتشكيل الآراء ودعم الإعلان ونقل رسائل الحكومات.

3- أنواع بحوث الاتصال:

3-1- البحوث الاستطلاعية أو الاستكشافية أو التمهيدية أو الصياغية:

تسعى البحوث الاستطلاعية إلى اكتشاف ظاهرة أو مجموعة من الظواهر المرتبطة بمشكلة معينة حيث يتم وضع مجموعة من الافتراضات بهدف التحقق من صحتها عبر إخضاعها للاختبار، كما يشكل خطوة متقدمة في معالجة القضايا الإعلامية، بالإضافة إلى ذلك يتيح هذا النوع من الأبحاث المنهجية

الفصل الثالث: البحث في الاتصال

معالجة المشكلات العلمية وتقديم الحلول والمعالجات الملائمة لها. (الطائي وخير ميلاد، 2007، صفحة 85)

تركز الأبحاث الاستطلاعية أو الاستكشافية على اكتشاف الظواهر أو الوصول إلى استنتاجات حولها وبالتالي تحقق الهدف الأساسي الوارد ضمن المعيار الأول، كما أنها تُستخدم في المراحل الأولى من البحث في مختلف التخصصات. (ابراهيم، 2017، صفحة 74)

تمثل وظائف الأبحاث الاستطلاعية أو الاستكشافية فيما يلي: (الطائي وخير ميلاد، 2007، صفحة 87)

- تساعد الباحثين في التعرف على الظواهر التي يرغبون في دراستها مما يعمق فهتمهم للموضوع ويسمهم في تعريفهم بال المجال الذي تركز عليه الدراسة.

- تسهم في زيادة درجة إدراك الباحث للمشكلة التي يود دراستها وللمتغيرات المؤثرة والمتأثرة فيها، كما تساهمن في اكتشاف العلاقات المختلفة بين هذه المتغيرات.

- تساعد هذه المنهجية في تحديد مشكلة البحث بشكل علمي دقيق وصياغتها بطريقة تتيح للباحث تخطيط دراسة علمية متكاملة.

- تسهم في التعرف على الافتراضات واختبار إمكانية تتحققها كما توفر فرصة لاختبارها علمياً والتحقق من صحتها أو عدم صحتها.

- تسهل على الباحث كتابة الإطار النظري مما يساعده في توضيح أهم المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بالمشكلة المبحوثة.

- تعد من أهم وظائف الأبحاث الاستطلاعية توفير المعلومات الضرورية التي تحدد بدقة إمكانية إجراء البحث وتنفيذها، بالإضافة إلى تقييم الوضع الحالي والظروف التي ستجرى فيها الدراسة.

- تساعد هذه الأبحاث الباحثين في التعرف على أهم الصعوبات والعوائق التي قد تواجه البحث العلمي خاصةً المعوقات الإعلامية التي قد تعرقل تنفيذ الأبحاث العلمية في هذه المجالات.

تساهم الأبحاث الاستطلاعية في اكتشاف الظواهر وتحليل المشكلات بشكل دقيق وتساعد الباحثين في تحديد المتغيرات والعلاقات بينها، كما تسهم في صياغة الأسئلة البحثية واختبار الافتراضات وكتابة الإطار النظري بالإضافة إلى تحديد الصعوبات التي قد تواجه البحث.

2-3- البحوث الوصفية أو التشخيصية:

تركز البحوث الوصفية أو التشخيصية على وصف خصائص وسمات مجتمع أو موقف جماعة أو فرد معين بالإضافة إلى تكرار حدوث الظواهر المختلفة، وبالتالي تحقق الهدفين الثاني والثالث

الفصل الثالث: البحث في الاتصال

ضمن المعيار الأول وُستخدم في المرحلة المتوسطة من تطور المعرفة العلمية في مختلف التخصصات.
(ابراهيم، 2017، صفحة 74)

تستخدم البحوث الوصفية في الدراسات الإعلامية لأغراض متعددة أبرزها الوصف المجرد والمقارن للأفراد والجماعات وكذلك دراسة الاتجاهات والدّوافع والاحتياجات المتعلقة باستخدام وسائل الإعلام وفضيلات الجمهور، حيث تشمل هذه البحوث وصف النظم والمؤسسات الإعلامية بالإضافة إلى تحليل الواقع والأحداث كما تسعى البحوث الوصفية إلى وصف وتفسير العلاقات المتبادلة بين هذه العناصر المختلفة ضمن إطار من العلاقات الفرضية التي يمكن اختبار صحتها. (المشهداني، 2017، صفحة 28)
تؤدي البحوث الوصفية وظائف متعددة يمكن أن تحقق أهدافاً هامة في مجالات الأبحاث الإعلامية، ومنها: (الطائي وخير ميلاد، 2007، الصفحات 103 - 104)

- إجراء دراسات تهدف إلى التعرف على نوع معين من الجمهور وتوجهاته وأرائه وسلوكياته عند تعرضه لمؤشر إعلامي أو سياسي.

- وصف الخصائص الدقيقة لظاهرة أو مجموعة من الظواهر بهدف التعرف على طبيعتها العامة وانعكاساتها في المجال المعنى.

- دراسة الخصائص العامة لبعض الجماعات الاجتماعية بما في ذلك الجوانب الحياتية والدينغرافية وطبيعة العلاقات المتبادلة بينها وتأثير هذه العلاقات على قيمها وتصرفاتها.

- استشراف المستقبل من خلال التنبؤ بالأحداث وتأثيراتها المحتملة على سلوك الجماعات الاجتماعية في مجالات السياسة والاقتصاد والمجتمع.

- دراسة العلاقة بين المتغيرات المختلفة للظاهرة الإعلامية.

تسهم البحوث الوصفية في تحليل سلوكيات الجمهور وخصائص الظواهر الاجتماعية والإعلامية، وتستخدم لاستشراف المستقبل ودراسة العلاقات بين المتغيرات المؤثرة في مجالات متعددة.

3-3- البحوث السببية .

تركز هذه البحوث على اختبار الفروض المتعلقة بالعلاقات السببية بين متغير أو مجموعة من المتغيرات التي تؤثر في حدوث الظاهرة المدرستة وبالتالي تحقق الهدف الرابع والأخير ضمن المعيار الوظيفي للبحث، وُستخدم في المرحلة المتقدمة ومرحلة النضوج العلمي من مراحل تطور المعرفة العلمية في مختلف التخصصات. (ابراهيم، 2017، صفحة 74)

تتمحور أبحاث العلاقات السببية بين المتغيرات حول اختبار علاقات التأثير والتآثر بين متغيرات ظاهرة واحدة أو مجموعة من الظواهر المختلفة، إذ تمثل هذه الأبحاث مرحلة متقدمة في البحث العلمي

الفصل الثالث: البحث في الاتصال

أي مرحلة النضوج في تطور المعرفة العلمية حيث لا يقتصر الباحث على استكشاف الظاهرة في سياقها الواقعي أو وصفها في حالتها الطبيعية بل يتعدى ذلك لدراسة العوامل المختلفة التي تؤثر فيها وتتساهم في وجودها بهذا الشكل أو ذاك، كما تختلف أبحاث العلاقات السببية عن الدراسات الوصفية أو المقارنة في أنها لا تقتصر على دراسة المواقف كما هي في الحياة اليومية دون تدخل الباحث بل تسعى لفهم العلاقات السببية بين العوامل المختلفة وراء الظواهر المدروسة.

(بن مرسلي، دس، صفحة 54)

يهدف هذا النوع من الدراسات الإعلامية بشكل أساسي إلى تحديد العلاقة السببية بين المتغيرات من خلال اختبار صحة الفروض السببية المعينة وتشمل المتغيرات التالية: المتغير التابع والمتغير المستقل، والمتغيرات المتدخلة (المعرضة) والتي تظهر بشكل خاص في دراسات التأثير والإعلان في مجال الإعلام، فعلى الرغم من أهمية هذا النوع من البحوث والدراسات لما يمكن أن يقدمه من إسهامات نظرية لتقليل التبعية الأكademية للمدارس الغربية في بحوث الإعلام إلا أن الباحثين والمؤسسات البحثية العربية لم تمنحها العناية الكافية، وقد يعود هذا التقصير إلى عدة عوامل مثل ضعف الإطار الأكاديمي لبحوث الإعلام ونقص الخبرات المتخصصة من حيث الكم والكيف، بالإضافة إلى ندرة الاهتمام بالبحث التطبيقي في الإعلام بسبب النظرة الوظيفية والإدارية الضيقية التي تهيمن على الإعلام والسياسات الإعلامية في العالم العربي. (بن بوزة، 1995، صفحة 48)

جدول رقم 01: يلخص أنواع بحوث الاتصال

النوع	الوصف	الوظائف والأهداف	المرحلة العلمية
البحوث الاستطلاعية أو الاستكشافية	- تركز على اكتشاف الظواهر وتحليلها. - تُستخدم لوضع افتراضات واختبارها علمياً. - تتيح معالجة المشكلات العلمية وتقديم الحلول.	- التعرف على الظواهر وتعزيز فهم الباحث. - تحديد مشكلة البحث وصياغتها بدقة. - اختبار الافتراضات وتوفير الإطار النظري.	المراحل الأولى من البحث العلمي.

الفصل الثالث: البحث في الاتصال

	- تحديد صعوبات البحث وتقدير إمكانية تنفيذه.		
المرحلة المتوسطة من تطور المعرفة.	- وصف خصائص الجمهور وسلوكياته. - دراسة العلاقات بين الظواهر الإعلامية. - استشراف المستقبل والتنبؤ بالتغييرات المحتملة. - تحليل أثر الإعلام على الجماعات الاجتماعية.	- تركز على وصف خصائص وسلوكيات الأفراد والجماعات. - تشمل وصف الواقع، تحليل الأحداث، ودراسة الاتجاهات والدعاوى. - تُستخدم في وصف العلاقات بين المتغيرات.	البحث الوصفية أو التشخيصية
مرحلة النضوج العلمي.	- تحديد العلاقات السببية بين المتغيرات. - اختبار الفروض السببية. - دراسة تأثير الإعلان والعوامل المؤثرة في الإعلام. - المساهمة في تطوير المعرفة وتقليل الاعتماد على النماذج الغربية.	- تركز على اختبار العلاقات السببية بين المتغيرات. - تسعى لفهم تأثير المتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة. - تتعدى الوصف إلى تفسير العوامل التي تؤدي إلى الظاهرة.	البحث السببية

4- الاتجاهات البحثية في الاتصال:

تتمثل الاتجاهات البحثية في الاتصال فيما يلي: (مي، 2010، صفحة 81)

توزع أبحاث الإعلام والاتصال على أكثر من علم أدى إلى ظهور العديد من الاتجاهات لأنه داخل كل علم من هذه العلوم ظهر اتجاه معين أو تيار محدد هذه الاتجاهات والتيارات كانت كالتالي:

1- الاتجاه السياسي لأبحاث الإعلام والاتصال هو هذا الاتجاه على يد الباحث الأمريكي هارولد لازويل منذ سنة 1930 حيث قام هذا الاتجاه على دراسة وسائل الإعلام في المجتمع من خلال تحليل ما تنشره وسائل الإعلام من مواضيع ومضامين لاستخدام تحليل المضمون بأسلوبه الكمي إلى جانب اهتمامه بدراسة القائمين بالاتصال من رجال السياسة وبكل ماله علاقة بالمواضيع السياسية.

2- الاتجاه السيكولوجي الاجتماعي: ظهر هذا الاتجاه في أحضان علم النفس الاجتماعي ورواده هم: بول لازارسفيلد و كرت لوين و كارل هوفلاند قام هذا الاتجاه على الدراسات القياسية الميدانية لآراء جماهير

الفصل الثالث: البحث في الاتصال

وسائل الإعلام خاصة آراء جمهور الراديو أو دراسة الاتصال داخل الجماعة التي تناولت تغير الاتجاهات.

أولا - التيار الإصلاحي: يهتم هذا التيار بالتنظيم والتكتوكيين والسلطة على وسائل الإعلام وبكل ما له علاقة بالسياسة العامة لهذه الوسائل وهي الجوانب المأخوذة مباشرة من تقرير لجنة حرية الصحافة الأمريكية المشكلة سنة 1949 وكان مضمون تقرير هذه اللجنة وما تضمنه من نتائج محل اهتمام معاهد الإعلام.

ثانيا .التيار التاريخي: يشمل هذا التيار كل الدراسات التي قامت بالتاريخ لحياة رجال الصحافة والإعلام *DAVID RAISMAN HAROLD INNIS* وديفيد رايسمان *RAISMAN* وقام به الباحث هارولد إينيس *HAROLD INNIS*.

ثالثا .التيار الصحفي: ظهر التيار الصحفي على مستوى معاهد الصحافة ومراكز أبحاث الاتصال التي ساعدت في نشاطها البحثي على وسائل الإعلام وعلى خصائص القائم بالاتصال مثل ما قام به الباحث ولبرشام.

رابعا.التيار الذي يدرس فلسفة اللغة والمعاني: اهتم هذا التيار بموضوعات نظرية المعلومات على الاتصال الإنساني وكانت هذه الدراسات محل اهتمام العديد من الباحثين المنتسبين إلى تخصصات متعددة .

خلاصة الفصل:

يبين البحث في الاتصال أهميته كأداة محورية لفهم طبيعة التفاعل الإنساني وتأثيراته في مختلف مجالات الحياة فمع التغيرات المتسارعة في وسائل ووسائل الاتصال يظل هذا المجال بحاجة إلى دراسات مستمرة تسلط الضوء على التحديات التي يفرضها العصر الرقمي وتعالج القضايا المرتبطة بالتواصل الإنساني والاجتماعي، فاستثمار الجهود في هذا النوع من البحوث يساهم في تعزيز قدرة الأفراد والمؤسسات على تحقيق تواصل أكثر فعالية مما يفتح آفاقاً جديدة لتحسين العلاقات الإنسانية وإرساء أسس مجتمعات أكثر تماساً و انسجاماً.

الفصل الرابع: المشكلة البحثية

تمهيد

1- نشأة المشكلة البحثية

1-1- مفهوم مشكلة البحث.

1-2- مصادر الحصول على المشكلة.

2- اختيار المشكلة البحثية.

2-1- اعتبارات اختيار المشكلة البحثية.

2-2- أسباب اختيار المشكلة البحثية.

3- تحديد مشكلة البحث.

3-1- معايير تحديد المشكلة البحثية.

4- فرضيات البحث.

4-1- مفهوم الفرضية وخصائصها.

4-2- أهمية الفرضيات وشروط صياغتها

خلاصة الفصل

تمثل المشكلة البحثية نقطة الانطلاق الأساسية في أي دراسة علمية حيث تعتبر بمثابة التحدي الذي يسعى الباحث إلى فهمه وتحليله بشكل دقيق، فهي مسألة تحتاج إلى إجابة أو تفسير وتستند إلى فجوة معرفية أو قصور في الفهم أو التطبيق في مجال معين، عادةً ما تظهر المشكلة البحثية من خلال ملاحظة ظاهرة أو مشكلة قائمة في المجتمع أو المجال الأكاديمي حيث تتطلب بحثاً وتحليلاً مستفيضاً لتقديم حلول أو توصيات، كما يشمل تحديد هذه المشكلة تحديد الأسباب والآثار المحتملة لها والبحث في العوامل التي قد تؤثر عليها بالإضافة إلى تحديد الأسئلة التي يمكن أن توجه البحث نحو فهم أعمق لها، إن تحديد المشكلة البحثية يعد خطوة أساسية في تصميم البحث العلمي حيث يقود الباحث إلى وضع فرضيات واضحة وأسئلة بحثية مركزة مما يسهم في تحقيق أهداف البحث وتوجيهه بشكل سليم.

1- نشأة المشكلة البحثية:

1-1- مفهوم مشكلة البحث:

تعرف المشكلة بأنها "تساؤل يتطلب توضيحاً أو إجابة أو موقف غامض يستلزم تفسيراً، فبدون وجود مشكلة لا يكون هناك مبرر للباحث للقيام بالدراسة، إذ تمثل المشكلة نقطة الانطلاق التي تحفز الباحث على إجراء البحث وتظل محور اهتمامه طوال العملية البحثية، لذا ينبغي صياغة مشكلة البحث بوضوح وبأسلوب مباشر يعكس العوامل المؤثرة مع الحرص على أن تكون مختصرة نسبياً ومدونة في موضع مناسب ضمن خطة البحث أو تقريره". (ربحي م., 2004، صفحة 69)

تشير مشكلة البحث إلى الموضوع أو القضية التي يسعى الباحث إلى دراستها وهي تمثل في أي حالة يجدها الفرد غير مرضية أو غير مستقرة أو تمثل تحدياً معيناً أو تتطلب تغييرات أو أي وضع لا يسير كما هو متوقع، عادةً ما تُعرض مشكلة البحث على شكل سؤال يركز جهود الباحث ويحدد اتجاه دراسته. (مراد وهادي، 2002، صفحة 42)

2-1- مصادر الحصول على المشكلة:

هناك مجموعة متنوعة من المصادر التي يمكن للباحث الاعتماد عليها لتحديد مشكلة بحثية مناسبة، من أبرزها: (الدليمي وصالح، 2014، الصفحتان 43-44)

الفصل الرابع: المشكلة البحثية

- **الخبرات الشخصية:** تعتبر الخبرات الشخصية مصدراً مهماً لتحديد مشكلات البحث حيث يمكن أن تقود الباحث إلى إجراء دراسة تطبيقية ذات فائدة عملية، سواء في البيئة المدرسية أو الأكاديمية.
- **الخبرة العلمية:** تظهر بعض المشكلات البحثية من خلال الخبرة العلمية والتجارب اليومية التي يمر بها الباحث إذ تثير هذه الخبرات تساؤلات حول أمور معينة تحتاج إلى تفسير أو تعكس قضايا تستحق البحث والدراسة.
- **القراءات الواسعة والنقدية:** يمكن للقراءات المتعمقة في الكتب والدوريات والصحف أن تثير لدى الباحث تساؤلات جديدة وذلك من خلال الأفكار والأراء التي يطلع عليها مما يمنحه فرصة للتعقب فيها عند توفر الظروف المناسبة.
- **البحوث السابقة:** غالباً ما يقدم الباحثون توصيات في نهاية أبحاثهم تتعلق بمشكلات ظهرت أثناء الدراسة مما يشجع باحثين آخرين على تبني هذه التوصيات كقضايا جديدة للدراسة والتحليل.
- **التكليف من جهة معينة:** قد تأتي مشكلة البحث من تكليف رسمي من جهة حكومية أو خاصة تهدف إلى معالجة مشكلة محددة عبر دراسة علمية دقيقة، كما يمكن أن تُكلف الجامعات والمؤسسات الأكاديمية بإجراء بحوث أو رسائل جامعية لمعالجة موضوعات محددة.

2- اختيار المشكلة البحثية:

اختيار المشكلة البحثية لا يمثل نهاية العملية البحثية بل هو البداية التي تتطلب خطوات لاحقة تشمل تحديد المشكلة بدقة وصياغتها بوضوح ثم وضع الفروض أو التساؤلات التي يهدف البحث إلى الإجابة عنها أو اختبار صحتها، لتحقيق ذلك يحتاج الباحث إلى إجراء عملية استكشاف وجمع معلومات حول المشكلة وذلك من خلال مراجعة الأدبيات ذات الصلة والرجوع إلى أهل الاختصاص والخبرة، هذا الجهد يهدف إلى توفير قاعدة معرفية متينة تسهم في فهم أبعاد المشكلة بصورة شاملة. (عطية، 2009، صفحة 70)

2-1- اعتبارات اختيار المشكلة البحثية:

عند اختيار مشكلة البحث، يجب مراعاة مجموعة من الاعتبارات المهمة، أبرزها: (ربحي ع.، 2004، صفحة 71)

الفصل الرابع: المشكلة البحثية

- حداثة المشكلة: ضرورة أن تكون المشكلة جديدة ولم يتم تناولها بشكل مكثف لتجنب تكرار الجهد.
- الأهمية والقيمة العلمية: أن تكون للمشكلة أهمية واضحة وتساهم في إثراء المعرفة العلمية.
- اهتمام الباحث: أن يشعر الباحث بشغف تجاه المشكلة ويكون قادرًا على دراستها وحلها.
- توفر الخبرة والمهارات: امتلاك الباحث الخبرة والقدرات الالزمة للتعامل مع المشكلة بفعالية.
- توفر المعلومات: سهولة الوصول إلى البيانات والمصادر الكافية لدراسة المشكلة.
- الوقت الكافي: ضرورة توفير وقت مناسب ل القيام بالدراسة بشكل شامل.
- الإمكانيات المادية والإدارية: وجود الموارد المطلوبة لإتمام البحث.
- الاعتبارات الأخلاقية: تجنب المشكلات التي قد تواجه عقبات أخلاقية.
- القابلية للبحث: أن تكون المشكلة قابلة للدراسة ضمن الإمكانيات المتاحة للباحث.

2-2- أسباب اختيار المشكلة البحثية:

تتعدد أسباب اختيار مشكلة البحث حيث يعتمد قرار الباحث على مجموعة من العوامل التي تؤثر في اختيار موضوع البحث ومدى ملاءمته، ويمكن تلخيص هذه الأسباب كما يلي: (سعدي، 2016، صفحة 60)

- يعد الاهتمام الشخصي للباحث دافعًا قويًا لاختيار موضوع البحث إذ يعزز الشغف والرغبة في متابعة العمل البحثي بجدية وإصرار، لذلك يُنصح بأن يختار الباحث موضوعًا يثير اهتمامه لتحقيق أفضل النتائج.
- تلعب المعرف المكتسبة خلال فترة الدراسة بالإضافة إلى توجيهات الأساتذة دورًا كبيرًا في تحديد موضوع البحث، إذ تساعد هذه العوامل الباحث على التركيز على المجالات التي تمثل امتدادًا طبيعياً للمعارف التي اكتسبها.
- يجب أن يكون موضوع البحث ذو قيمة علمية تسهم في كشف حقائق جديدة يمكن الاستفادة منها سواء في البحوث النظرية أو التطبيقية، كما ينبغي أن يتناول قضايا ذات أهمية عامة وليس مجرد موافق أو مشكلات فردية.

الفصل الرابع: المشكلة البحثية

- يعتبر التخصص عالماً مهماً في تضييق نطاق البحث حيث يمكن الباحث من التعمق في مجال محدد وتحديد القضايا التي لم تدرس سابقاً أو التي تحتاج إلى مزيد من البحث.
- تؤدي الدراسات السابقة المنشورة في الصحافة أو المجالات الأكاديمية إلى إعادة إنتاج بعض المواضيع مثل العنف بأشكاله المختلفة، لذا تعتبر هذه الأعمال مرجعاً يساعد الباحث في تحديد مشكلة بحثية ذات صلة ووضوح.
- يؤثر التوجه السياسي للدولة أو الهيئات المملوكة للباحث على اختيار موضوعات تتماشى مع أولوياتها وأهدافها غالباً ما يكون لهذه العوامل دور في تحديد القضايا التي يعني بها الباحث.
- يعتمد اختيار موضوع البحث على وجود مواد علمية كافية لدعمه حيث تشمل هذه المواد المخطوطات والرسائل الجامعية والوثائق والمحاضرات سواء كانت مكتوبة باللغة الأصلية أو مترجمة.
- تتطلب دراسة القضايا الاجتماعية وجود إشكالية مجتمعية عامة تُمكّن الباحث من تحليل الظاهرة في إطار منهجي واضح.
- تركز بعض الأبحاث على القضايا الراهنة التي تشغّل الرأي العام في الوقت الحاضر مما يمنح البحث أهمية متزايدة.

تعكس أسباب اختيار مشكلة البحث تفاعل الباحث مع محیطه المعرفي والاجتماعي مما يجعله قادرًا على تحديد القضايا التي تستحق الدراسة حيث تتوزع هذه الأسباب بين الدوافع الذاتية كالاهتمام الشخصي والدوافع العلمية والأهمية والتخصص والدروافع العملية كتوفر المصادر وملائمة الموضوع مع احتياجات الساعة، كما يعتمد نجاح الباحث على موازنته بين هذه العوامل لاختيار موضوع يضيف قيمة علمية ويسهم في تطوير المعرفة.

3- تحديد مشكلة البحث:

تشكل مرحلة تحديد مشكلة البحث حجر الأساس في تصميم الدراسات العلمية حيث تؤثر بشكل مباشر على جميع خطوات وإجراءات البحث، فهي التي تحدد طبيعة الدراسة وأهدافها وتوجه الباحث نحو المناهج المناسبة والأدوات البحثية الضرورية ونوعية البيانات التي يجب جمعها، إذ تسهم هذه المرحلة في صياغة الفرضيات وتعريف المفاهيم الأساسية بالإضافة إلى تحديد العينة المناسبة للتحليل، كما تعد

الفصل الرابع: المشكلة البحثية

عملية تحديد مشكلة البحث خطوة محورية في البحث العلمي بحيث تضمن للباحث السير وفق منهجية مدققة مما يسهم في تحقيق نتائج دقيقة ذات قيمة علمية. (سعدي، 2016، صفحة 56)

يعني تحديد المشكلة صياغتها بشكل دقيق وواضح بحيث لا تترك مجالاً للتأويل أو الغموض، ويُعد هذا الأمر خطوة أساسية في البحوث العلمية لما له من تأثير كبير على سير البحث وإجراءاته، لذلك يجب على الباحث أن يمتلك القدرة على تحديد مشكلة البحث وصياغتها بما يتماشى مع معايير محددة وواضحة. (عطية، 2009، صفحة 71)

١-٣- معايير تحديد المشكلة البحثية:

يمكن تلخيص معايير تحديد المشكلة البحثية كما يلي: (عطيه، 2009، صفحة 71)

- ✓ استخدام لغة واضحة وسليمة مع تجنب الرموز الاصطلاحية غير الضرورية.
 - ✓ صياغة المشكلة بياجاز ودقة مع التعبير عنها بشكل مباشر.
 - ✓ الابتعاد عن الغموض والتأويل لضمان وضوح الهدف البحثي.
 - ✓ في الدراسات غير الوصفية يجب أن تتضمن صياغة المشكلة تساوًلاً عن العلاقة بين متغيرين أو أكثر، أو تأثير متغير على آخر، أما في الدراسات الوصفية فيهدف الباحث إلى ملاحظة المتغيرات وإحصاء تكرارها ضمن مواقف محددة.
 - ✓ تجنب صياغة المشكلة بدرجة عالية من العمومية بحيث تكون قابلة للتناول والدراسة بشكل واضح ومحدد.
 - ✓ يمكن صياغة المشكلة البحثية بصيغتين: الصيغة التقريرية أو الصيغة الاستفهامية.

٤- فرضيات البحث:

١-٤- مفهوم الفرضية وخصائصها:

1-1-4- مفهوم الفرضية:

تعرف الفرضية بأنها "تفسير مقترن أو طرح مبدئي يهدف إلى تفسير ظاهرة معينة تقوم على تقديم علاقة ارتباط منطقية بين ظواهر متعددة، حيث يُشتق مصطلح "فرضية" في الإنجليزية من الجذر الإغريقي القديم **Hypotithenai** الذي يعني "وضع أسفل" أو "افتراض"، وفي إطار المنهج العلمي يجب أن تكون الفرضيات قابلة للاختبار والتجربة لتعتبر فرضيات علمية فغالباً ما يعتمد العلماء على الملاحظات

السابقة أو توسيع النظريات العلمية الحالية كأساس لبناء فرضياتهم. (الدليمي وصالح، 2014، صفحة

(46)

الفرضية هي "تخمين ذكي وتفسير مبدئي يهدف إلى ربط الأسباب بالنتائج مما يجعلها تفسيراً مؤقتاً للمشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة، بمعنى آخر تُعبر الفرضية عن حدس أو تكهن يطرحه الباحث كحل محتمل لمشكلة البحث، غالباً ما تتخذ الفرضيات شكل تعميمات أو مقترنات مصاغة بطريقة منظمة تظهر العلاقات التي يسعى الباحث من خلالها لحل المشكلة، كما تشمل الفرضيات عادةً مجموعة من العلاقات المعروفة كحقائق علمية، يتم دمجها مع أفكار متخيّلة يصوغها الباحث لتقديم تفسيرات أولية محتملة وظواهر أو مشكلات لم تُفهم بعد بشكل كامل". (ديوبولد، 1985، الصفحتان 224-225)

2-1-4- خصائص الفرضيات:

تسم فرضيات البحث بمجموعة من الخصائص الأساسية، وهي كالتالي: (فرانكفورت ودافيد،

2004، صفحة 77)

- **وضوح الفرضيات:** يجب أن تكون الفرضيات واضحة ومفهومة لتسهيل اختبارها تجريبيًّا، حيث يتطلب ذلك تعريف جميع المتغيرات الواردة في الفرضية باستخدام التعريفات المفاهيمية والإجرائية، كما تُساهم الأدبيات المتخصصة وأراء الخبراء في صياغة الفرضيات وتوضيح المتغيرات المرتبطة بها.

- **تحديد الفرضيات:** ينبغي أن تكون الفرضيات محددة بحيث تُبرز العلاقة المتوقعة بين المتغيرات من حيث الاتجاه (إيجابي أو سلبي) والظروف التي تنطبق عليها هذه العلاقة، فعلى سبيل المثال صياغة فرضية عامة مثل " X ترتبط بـ Y " تُعد غامضة للغاية إذ يمكن أن تكون العلاقة إيجابية أو سلبية، كما أن هذه العلاقات لا توجد بمعزل عن السياق الزمني أو المكانى أو وحدات التحليل.

- **قابلية الفرضيات للاختبار:** يجب أن تكون الفرضيات قابلة للاختبار باستخدام الوسائل والطائق البحثية المتاحة، فقد يُنتج الباحث فرضيات واضحة ومحددة لكنها تظل غير قابلة للاختبار بسبب عدم توفر الأدوات أو الأساليب المناسبة لذلك.

- **خلو الفرضيات من التحييز القيمي:** ينبغي أن تكون الفرضيات العلمية خالية من التحييز الشخصي أو القيمي، فرغم أن الباحث قد يكون متأثراً بقيمه وفضولاته الذاتية إلا أن المنهج العلمي يتطلب الحيادية بقدر الإمكان خاصة في العلوم الاجتماعية التي تتأثر مشكلاتها بالسياق البيئي والاجتماعي، لذا يجب على الباحث أن يكون واعياً بتحيزاته ومحاولة الإفصاح عنها بشكل واضح وصريح.

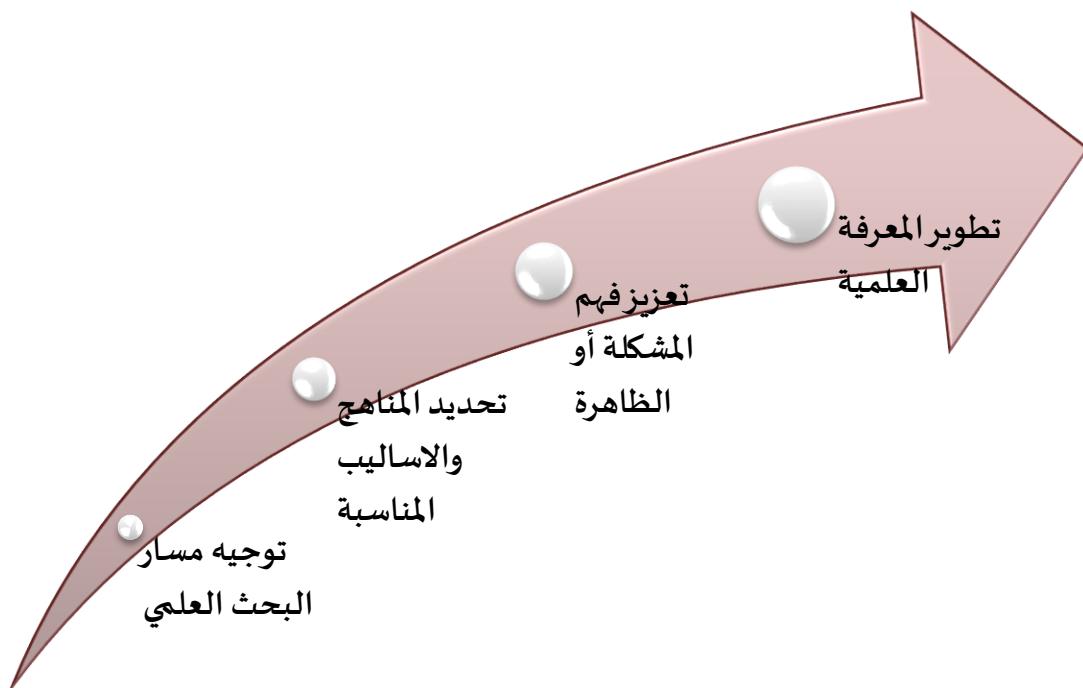
2-4- أهمية الفرضية وشروط صياغتها:

4-1-2- أهمية الفرضية:

تعد الفرضيات من العناصر الأساسية في البحث العلمي لما تقدمه من فوائد تسهم في تحسين جودة الدراسة وتوجيه الباحث، وتمثل أهميتها في النقاط التالية: (ديوبولد، 1985، صفحة 226)

- **توجيه مسار البحث العلمي:** تحدد الفرضيات مسار البحث من خلال إرشاد الباحث إلى جمع البيانات والمعلومات ذات الصلة بها ما يساعد في اختبارها وقبولها أو رفضها وفقاً للمبادئ والأسس العلمية المتعارف عليها.
- **تحديد المناهج والأساليب المناسبة:** تُسهم الفرضيات في اختيار المناهج والطرق البحثية الملائمة لموضوع الدراسة مما يسهل عملية اختبارها بشكل علمي ومنهجي.
- **تعزيز فهم المشكلة أو الظاهرة:** تساعد الفرضيات الباحث في فهم أعمق للمشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة من خلال تفسير العلاقات بين المتغيرات والعناصر المختلفة المكونة لها.
- **تطوير المعرفة العلمية:** تُسهم الفرضيات في اكتشاف أفكار وقوانين جديدة مما يؤدي إلى تراكم المعرفة وتسريع وتيرة البحث العلمي عبر تقديم فرضيات مبتكرة وقابلة للدراسة.

شكل رقم 05: بين أهمية الفرضية



2-2- شروط صياغة الفرضية:

الفصل الرابع: المشكلة البحثية

لصياغة الفرضية العلمية شروط محددة ينبغي الالتزام بها لضمان جودتها وقابليتها للتطبيق، ومن أبرز هذه الشروط: (الدليمي وصالح، 2014، صفحة 52)

- **معقولية الفرضية وتوافقها مع الحقائق العلمية:** يجب أن تكون الفرضية منطقية ومنسجمة مع المعرف والحقائق العلمية المعروفة وألا تتسم بالخيال أو التعارض مع ما هو مثبت علمياً.

- **الدقة والتحديد:** ينبغي صياغة الفرضية بدقة ووضوح، بحيث تكون قابلة للاختبار والتحقق من صحتها باستخدام الأساليب العلمية.

- **القدرة على التفسير:** يجب أن تتمكن الفرضية من تفسير الظاهرة المدروسة وتقديم حلول محتملة للمشكلة البحثية.

- **الإيجاز والوضوح:** تُفضل الفرضيات البسيطة الواضحة ذات التعبير المختصر مع استخدام ألفاظ سهلة الفهم والابتعاد عن التعميمات أو التعقيدات اللغوية.

- **الحياديّة:** ينبغي أن تكون الفرضية بعيدة عن تأثير التحييز الشخصي للباحث لضمان الموضوعية في البحث.

- **إمكانية تعدد الفرضيات:** يمكن أن يعتمد الباحث على فرضية رئيسية أو مجموعة من الفرضيات المحدودة بشرط أن تكون متسقة وغير متناقضة بحيث تكمل بعضها لتحقيق فهم شامل للمشكلة.

تمثل صياغة الفرضية أساس البحث العلمي إذ تحدد مسار الدراسة وتُؤيِّد الأرضية لاختبارها تجريبياً حيث يعتمد نجاح الفرضية على وضوحاًها وموضوعيتها بالإضافة إلى توافقها مع السياق العلمي وقدرتها على تقديم حلول محتملة للمشكلة، فكلما كانت الفرضية دقيقة وحيادية وسهلة الفهم زادت فرص اختبارها بنجاح والإسهام في حل المشكلات البحثية وإثراء المعرفة العلمية.

خلاصة الفصل:

تعتبر المشكلة البحثية عنصراً أساسياً في توجيه سير البحث العلمي وتحقيق أهدافه، فبعد تحديد المشكلة بوضوح يتبع على الباحث أن يتبنى منهاجاً علمياً دقيقاً لتحليل الأسباب والآثار المرتبطة بها، فمن خلال الدراسة المستفيضة وتحليل البيانات يمكن للباحث أن يقدم حلولاً عملية أو يساهم في تطوير المعرفة في المجال المعنى، كما أن نتائج البحث لا تقتصر على الإجابة على الأسئلة المطروحة بل تمتد إلى تقديم رؤى جديدة يمكن أن تفتح آفاقاً لمزيد من الأبحاث المستقبلية، بالإضافة إلى أن معالجة المشكلة البحثية بعمق تساهمن في تطور المعرفة العلمية وتقدم حلول علمية تسهم في تقدم المجتمع أو المجال المعنى.

الفصل الخامس: مناهج البحث في الاتصال

تمهيد

- 1- المنهج الاستطلاعي.
- 2- المنهج الوصفي.
- 3- منهج دراسة الحالة.
- 4- المنهج التاريخي.
- 5- المنهج التجاري.
- 6- منهج تحليل المضمون.
- 7- المنهج المقارن.

خلاصة الفصل

تمهيد

تمثل مناهج البحث في الاتصال الأسس التي يعتمد عليها الباحث لدراسة ظواهر الاتصال وتفسير العلاقات المتبادلة بين مختلف الأطراف المؤثرة في العملية الاتصالية، إذ تعد هذه المناهج ضرورية لفهم كيفية تأثير الإعلام ووسائل الاتصال على الأفراد والجماعات وكيفية تفاعلهم مع الرسائل الإعلامية وتشكيل مواقفهم وسلوكياتهم بناءً عليها، كما تختلف المناهج البحثية في الاتصال حسب الهدف من الدراسة سواء كان الهدف استكشافاً أو وصفاً أو تفسيراً لظاهرة معينة بحيث تتتنوع هذه المناهج لتشمل أيضاً الدراسات المقارنة والتجريبية والدراسات الوصفية حتى يمكن للباحث اختيار المنهج الأنسب بناءً على طبيعة المشكلة البحثية والبيئة الاتصالية التي يتم دراستها.

1- المنهج الاستطلاعي:

1-1- تعريف المنهج الاستطلاعي:

المنهج الاستطلاعي هو "أسلوب بحثي يهدف الباحث من خلاله إلى استكشاف مجال معرفي معين خاصة إذا كان موضوع الدراسة جديداً نسبياً أو إذا كانت بعض أبعاده غير واضحة بعد، حيث يعتمد هذا المنهج على مجموعة من مصادر البيانات منها البحث المكتبي ودراسة الحالة واستشارة الخبراء المتخصصين في المجال المعنى". (سرحان، 2017، صفحة 54)

و عليه يعد المنهج الاستطلاعي مرحلة تمهدية في العملية البحثية يهدف إلى تقليل الغموض حول موضوع الدراسة وتحديد المسار الأمثل للدراسات اللاحقة، فهو بمثابة خريطة استكشافية تتيح للباحث فهم الظاهرة بشكل أولي وتمكنه من بناء أسس علمية واضحة لدراسات دقيقة ومستندة إلى فرضيات رصينة.

1-2- أهداف المنهج الاستطلاعي:

يهدف المنهج الاستطلاعي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تسهم في تعزيز فهم الباحث للظاهرة المدروسة، ومن أبرز هذه الأهداف: (سرحان، 2017، صفحة 54)

- إشباع فضول الباحث ورغبته في فهم الظاهرة بشكل أفضل: يتيح هذا المنهج للباحث فرصة التعمق في الظاهرة التي يدرسها من خلال جمع معلومات أولية مما يساعد على تكوين رؤية أولية وشاملة حول الموضوع.

- اختبار إمكانية إجراء بحث أكثر عمقاً وتوسعاً: يساعد المنهج الاستطلاعي الباحث في تقييم مدى ملائمة موضوع الدراسة لإجراء أبحاث موسعة، كما يمكنه من تحديد التحديدات المحتملة مما يعزز من جدوى البحث المستقبلي.

- تطوير أساليب لاستخدامها في دراسات أكثر دقة: يساهم هذا المنهج في وضع أساس منهجية تُستخدم لاحقاً في الدراسات الوصفية أو التجريبية التي تتطلب مستوى أعلى من التحديد والضبط.

- تطوير فرضيات لدراسات وصفية أو تفسيرية: يمكن المنهج الاستطلاعي الباحث من جمع بيانات ومعطيات أولية تُستخدم كأساس لصياغة فرضيات علمية تُختبر لاحقاً في أبحاث وصفية أو تفسيرية أكثر شمولية.

2- المنهج الوصفي:

2-1- تعريف المنهج الوصفي:

المنهج الوصفي هو أسلوب تحليل يعتمد على جمع بيانات دقيقة وكافية حول ظاهرة أو موضوع محدد خلال فترة زمنية معينة بهدف التوصل إلى نتائج علمية وتفسيرها بصورة موضوعية تتماشى مع الحقائق والمعطيات المرتبطة بتلك الظاهرة. (عبادات وأخرون، 1999، صفحة 46)

هو دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع مع وصفها بدقة باستخدام التعبير النوعي الذي يبرز خصائصها ويعرضها بوضوح. (عباس وأخرون، 2007، صفحة 74)

من خلال التعريفين، يمكن ملاحظة أن المنهج الوصفي يركز على دراسة الظواهر كما هي في الواقع مع الاعتماد على جمع بيانات دقيقة ووصفها بأسلوب موضوعي.

2-2- مراحل المنهج الوصفي:

يتفق العلماء على أن المنهج الوصفي يتكون من مرحلتين رئيسيتين هما:

- مرحلة الاستكشاف والصياغة:

تمثل هذه المرحلة في استكشاف مجال البحث وتحديد المفاهيم والأولويات إلى جانب جمع البيانات اللازمة لدراسة مواقف الحياة، وتعتمد الدراسات الاستكشافية على إجراءات منهجية معروفة ومتناسبة حيث لا تعتبر هذه الإجراءات منفصلة أو مستقلة بل تتكامل في إطار منهجي يسعى لتحقيق أهداف الدراسة الاستطلاعية، تعد هذه المرحلة نقطة انطلاق أساسية في البحث العلمي إذ تعتمد نجاح العملية البحثية برمتها على دقة وصحة هذه البداية فإذا كانت البداية غير دقيقة فإن جميع الخطوات والإجراءات اللاحقة ستفقد قيمتها، كما تشمل هذه المرحلة مراجعة شاملة لتراث العلوم وال المجالات المرتبطة بمشكلة

البحث بالإضافة إلى استشارة الخبراء المتخصصين في موضوع الدراسة.(بوجوش والذنيبات، 1999، صفحة 142)

- مرحلة التشخيص والوصف المعمق:

تتمثل هذه المرحلة في تحديد الخصائص المختلفة للموضوع المدروس وجمع معلومات دقيقة عن جميع جوانبه مما يتيح إجراء تشخيص شامل لدراسته دون الاعتماد على افتراضات مسبقة، فعلى سبيل المثال يمكن تصوير الخصائص الاجتماعية لقرية معينة من خلال جمع بيانات مثل توزيع الأعمار والأديان ومستوى التعليم والحالة الزوجية والتركيب المهني، كما يطلق على هذا النوع من الدراسات اسم "البحث الوصفية التشخيصية" حيث يتميز بعدم وجود افتراضات أولية أو قضايا عامة توجه الباحث نحو فحص العلاقات الارتباطية بين المتغيرات.(محمد، 1986، الصفحات 185 - 186)

2-3- أهداف المنهج الوصفي:

تنوع أهداف الدراسات الوصفية ويمكن تلخيصها كالتالي: (عبد المعطي، 1997، صفحة 141)

- يهدف المنهج الوصفي إلى جمع بيانات مفصلة عن ظاهرة موجودة في مجتمع معين لفهمها بعمق.
- يسعى المنهج الوصفي لتسليط الضوء على المشكلات أو الظواهر الاجتماعية للتعرف على التحديات التي تواجه المجتمع.
- يساعد المنهج الوصفي في إجراء مقارنات بين الظواهر المختلفة مما يعزز الفهم العام لتأثيراتها وأبعادها.
- يركز المنهج الوصفي على أفعال الأفراد وأرائهم في مواجهة مشكل معينة مما يُسهم في تطوير خطط مستقبلية وقرارات مناسبة.
- يهدف هذا المنهج إلى كشف الترابط بين الظواهر المختلفة لفهم الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية بشكل شامل.

- يسعى المنهج الوصفي إلى توثيق الظواهر والحقائق القائمة مما يساهم في بناء قاعدة معرفية يمكن الاعتماد عليها.

- يركز هذا المنهج على تحديد العوامل المسؤولة عن انتشار الظاهرة خلال فترة معينة لفهم أسبابها الجذرية.

تظهر أهداف المنهج الوصفي شموليته في معالجة الظواهر عبر جمع البيانات الدقيقة وتحليلها لفهم العلاقات بين الظواهر المختلفة وتوضيح المشكلات القائمة، كما يساهم هذا المنهج في تطوير استراتيجيات مستقبلية قائمة على استجابات الأفراد وأرائهم.

2-4- أسس المنهج الوصفي:

تعتمد البحوث الوصفية على خمسة أسس رئيسية تُسهم في تعزيز دقتها وفعاليتها، وهي: (رشوان، 2003، صفحة 96)

- أدوات جمع البيانات: تستند البحوث الوصفية إلى أدوات متنوعة مثل الملاحظة والمقابلات والبيانات المسجلة واستمارات البحث، كما يمكن أن تُعرض البيانات المجمعة في جداول أو رسومات أو خرائط لتسهيل تحليلها وتفسيرها.
- أنواع البيانات: تشمل البيانات نوعين رئيسيين هما البيانات الكمية الناتجة عن المسح الاجتماعي وتحليل المضمون والبيانات الكيفية المجمعة من خلال دراسة الحالة وتحليل الوثائق.
- اختيار العينة: تعتمد على اختيار عينة دقيقة تمثل المجتمع المدروس لضمان أن تكون النتائج مراة صادقة للواقع.
- التجزيد: يتميز المنهج الوصفي بإجراء عمليات التجزيد لفهم السمات الأساسية للظاهرة مما يُمكن من تحليل أعمق للعوامل المؤثرة.
- التعميم: تهدف البحوث الوصفية إلى تقديم تعميمات مستخلصة من النتائج تساعد في تفسير الظاهرة على نطاق أوسع.

تعتمد قوة البحوث الوصفية على تكامل هذه الأسس حيث تسهم أدوات جمع البيانات وأنواعها في توفير قاعدة معرفية غنية، كمل يُعد اختيار العينة بدقة والتجزيد من العوامل الأساسية في تقديم نتائج تعكس الواقع بشكل موضوعي، إضافةً إلى ذلك يتيح التعميم استخراج رؤى أوسع يمكن تطبيقها على ظواهر مشابهة مما يجعل المنهج الوصفي أداة مهمة لفهم وتحليل الظواهر.

5- خطوات المنهج الوصفي

تكون خطوات المنهج الوصفي من مجموعة من المراحل التي تهدف إلى دراسة الظاهرة بشكل دقيق وممنهج، تتمثل فيما يلي: (سليمان، 2014، صفحة 135)

- تحديد المشكلة: يبدأ الباحث بتحديد المشكلة عن طريق ملاحظة وجودها وجمع البيانات والمعلومات التي تساعده في فهمها بدقة بحيث يهدف هذا إلى تحديد نطاق البحث والمواضيع التي يجب معالجتها.
- صياغة المشكلة: يتم تحويل المشكلة إلى سؤال بحثي واضح أو مجموعة من الأسئلة التي توجه الدراسة حيث تساعده هذه الأسئلة في تحديد الهدف الأساسي للبحث والإطار الذي سيتم العمل ضمنه.
- وضع الفرضيات: يقوم الباحث بوضع مجموعة من الفرضيات التي تُعد حلولاً محتملة للمشكلة، هذه الفرضيات توجه سير البحث وتساعد في تحديد أهداف الدراسة بشكل واضح.

- **تحديد الافتراضات:** يتم تحديد مجموعة من الافتراضات أو المبادئ التي يعتبرها الباحث أساسية في دراسته و تستند إليها جميع الإجراءات البحثية.
 - **اختيار العينة:** يتم اختيار العينة المستهدفة للدراسة بشكل دقيق مع تحديد حجم العينة وكيفية اختيارها لضمان تمثيلها بشكل دقيق للظاهرة المدروسة.
 - **اختيار أدوات البحث:** يحدد الباحث الأدوات الأنسب لجمع البيانات مثل الاستبيانات أو المقابلات أو الملاحظات مع التأكيد من أن الأدوات التي يتم استخدامها قد تم تبنيها وتم اختبار مصداقيتها وثباتها.
 - **جمع البيانات:** يتم جمع البيانات بشكل منظم ودقيق لضمان صحتها وجودتها مع مراعاة التوقيت والظروف التي يتم فيها جمع البيانات.
 - **تنظيم النتائج:** بعد جمع البيانات يتم تنظيمها وتصنيفها لتحليلها واستخلاص النتائج التي يمكن تعليمها وتقديم استنتاجات ذات صلة بالظاهرة المدروسة.
 - **صياغة التوصيات:** بناءً على التحليل يتم صياغة التوصيات التي تهدف إلى معالجة المشكلة التي تم تحديدها في بداية البحث وتقديم حلول واقعية وقابلة للتطبيق.
يتبع المنهج الوصفي مجموعة من الخطوات المتسلسلة التي تبدأ بتحديد المشكلة وصياغتها مروءاً بوضع الفرضيات و اختيار الأدوات المناسبة لجمع البيانات وصولاً إلى تنظيم النتائج واستخلاص التوصيات، كما يركز هذا المنهج على توفير تحليل شامل ودقيق للظاهرة المدروسة من خلال جمع المعلومات وتنظيمها بشكل منهجي مما يساعد في تحقيق فهم عميق للظاهرة وإيجاد حلول عملية لها.
- ### 2-6- مميزات المنهج الوصفي:
- للمنهج الوصفي عدد من المميزات المهمة، منها: (بوحوش والذنيبات، 1999، صفحة 144)
- يقدم هذا المنهج معلومات واضحة وحقائق عن واقع الظاهرة في الوقت الراهن مما يسهم في فهم عميق للسياق الذي تحدث فيه.
 - يساهم في توضيح العلاقات بين مختلف الظواهر بالإضافة إلى دراسة العلاقة بين الأسباب والنتائج داخل الظاهرة نفسها مما يساعد في فهم الديناميكيات الداخلية.
 - يساعد في تحليل وتفسير الظواهر والعوامل التي تؤثر فيها مما يمكن الباحثين من استكشاف جوانب متعددة للظاهرة المدروسة.
 - يتيح التنبؤ بمستقبل الظواهر بناءً على البيانات الحالية والتوجهات مما يساعد في تطوير استراتيجيات فعالة لمواجهتها.

- يُعتبر من أكثر الأساليب استخداماً في مجال العلوم الإنسانية حيث يتيح للباحثين دراسة الظواهر الاجتماعية والنفسية بطرق موضوعية.

يعتبر هذا المنهج أداة رئيسية في العلوم الإنسانية لدراسة الظواهر بطريقة موضوعية مما يجعله من الأساليب الأكثر فاعلية في هذا المجال.

7-2- عيوب المنهج الوصفي:

يعاني المنهج الوصفي من بعض العيوب التي يجب أخذها في الاعتبار، منها: (النعمي وآخرون، 2015، صفحة 247)

- مخاطر الاعتماد على معلومات غير دقيقة فقد يتم الاستناد إلى معلومات غير دقيقة سواء عن قصد أو بغير قصد مما يؤثر على دقة النتائج.

- يمكن أن تأتي المعلومات الوصفية من مصادر مختلفة مما يؤدي إلى تنوع الحقائق ويصعب التحقق من دقتها.

- قد يحدث تحيز في جمع المعلومات من مصادر معينة مما يتطلب جهداً إضافياً لجمع البيانات من مصادر متنوعة لضمان الموضوعية.

- تعتمد الدراسات الوصفية على الملاحظة مما يصعب صياغة فرضيات يمكن اختبارها تجريبياً.

- نظراً للتغير الظواهر مع الزمان والمكان قد لا تكون النتائج قابلة للعميم على سياقات أخرى.

- تظل قدرة الدراسات الوصفية على التنبؤ محدودة بسبب تعقيد وتغير الظواهر الاجتماعية بسرعة.

- يتطلب جمع البيانات مشاركة العديد من الأفراد مما يؤدي إلى اختلاف في طرق جمع المعلومات و يؤثر على اتساق النتائج.

رغم مزايا المنهج الوصفي في توفير فهم شامل للظواهر إلا أنه يعاني من بعض السلبيات التي تؤثر على دقة وموثوقية النتائج المتوصل إليها.

3- منهج دراسة الحالة:

3-1- تعريف منهج دراسة الحالة:

منهج دراسة الحالة هو أسلوب تحليلي يستخدم لتنظيم وتحليل المعلومات المتعلقة بالفرد وب بيته، يهدف هذا المنهج إلى تقديم تحليل شامل لحالة الفرد مع التركيز على العوامل التي أدت إلى دراسته خصوصاً في الحالات التي تستدعي تدخلاً عاجلاً، إذ يعمل على فهم الأسباب التي أدت إلى عدم التكيف مما ساهم في ظهور المشكلة من خلال تحليل عميق للمعلومات حول الفرد وسياقه، كما تعتمد دراسة الحالة على فحص جانب معين من سلوك الفرد بناءً على خبراته الشخصية وتم عملية جمع البيانات عبر أساليب وصفية كيفية وتفصيلية مثل المقابلات واللاحظة أو من خلال دمج الطريقتين معاً. (متولي،

(2016، صفحة 22)

يعتبر منهج دراسة الحالة نوعاً من البحث المعمق الذي يركز على وحدة اجتماعية فردية مثل شخص أو أسرة، قبيلة، قرية، نظام، مؤسسة اجتماعية أو حتى مجتمع محلي أو واسع، يهدف هذا المنهج إلى جمع بيانات ومعلومات دقيقة عن الوضع الحالي لهذه الوحدة المدروسة بالإضافة إلى تاريخها وخبراتها السابقة وعلاقتها بالبيئة المحيطة، كما يتم تحليل هذه البيانات للوصول إلى تعميمات قابلة للتطبيق على وحدات مشابهة في نفس المجتمع بشرط أن تمثل الحالة المدروسة المجتمع الذي يتم التعميم عليه، ولضمان الدقة وتجنب التحيز يتم استخدام أدوات قياس موضوعية لجمع وتحليل البيانات وتفسيرها.

(الرشيد، 2020، صفحة 20)

وعليه يمكن تعريف منهج دراسة الحالة على أنه أسلوب بحثي يركز على دراسة وحدة اجتماعية معينة (مثل فرد أو مجتمع) لجمع وتحليل بيانات دقيقة عن وضعها الراهن وتاريخها وعلاقتها بالبيئة المحيطة، كما يهدف إلى فهم العوامل التي تساهم في ظهور المشكلات أو الظواهر مع استخدام أدوات قياس موضوعية لضمان دقة النتائج وتجنب التحيز.

2-3- متطلبات نجاح منهج دراسة الحالة:

تتطلب دراسة الحالة توافر مجموعة من الشروط الأساسية لضمان نجاحها، منها: (متولي، 2016،

الصفحة 36-37)

- السرية: يُعتبر الحفاظ على سرية المعلومات من أهم الأساسيات في منهج دراسة الحالة حيث يجب على الباحث الحفاظ على خصوصية البيانات المتعلقة بالعميل موضوع الدراسة، هذا يساهم في خلق بيئة آمنة تساعد العميل على التعبير عن نفسه بحرية وثقة دون خوف من تسريب معلوماته.

- **وفرة المعلومات:** للحصول على نتائج دقيقة وفعالة يجب أن يتتوفر لدى الباحث كم كبير من المعلومات المتنوعة التي تعكس جميع جوانب الحالة المدروسة، هذا يسمح له بتكوين صورة واضحة وشاملة عن القضية محل الدراسة بعيدة عن أي اختزال أو تبسيط مخل.

- **التعاون الوثيق بين الباحث والحالة:** يتطلب نجاح الدراسة وجود علاقة تعاونية بين الباحث والأفراد المعنيين بالدراسة حيث يتبعن على الباحث أن يظهر اهتماماً صادقاً بالحالة مما يعزز الثقة ويسهل جمع المعلومات الدقيقة، كما أنه من المهم أيضاً أن يحرص الباحث على التحقق من صحة هذه المعلومات عبر مصادر متعددة.

- **التعديدية في العوامل:** غالباً ما تكون المشكلات المدروسة ذات أسباب متعددة ولذلك يجب على الباحث أن يتمتع بمهارات تحليلية عالية لتفسير العوامل المختلفة التي تساهم في ظهور المشكلة، كما يتطلب الأمر القدرة على تنظيم وتفسير هذه العوامل بشكل مترابط للوصول إلى نتائج شاملة.

- **فهم السياق المرجعي للحالة:** من الضروري أن يكون الباحث على دراية بالبيئة الاجتماعية والنفسية التي يعيش فيها العميل وذلك لفهم أفضل للسياق الذي نشأت فيه المشكلة، هذه المعرفة تتيح للباحث تفسير التفاصيل الدقيقة بشكل أدق مما يساعد في تقديم توصيات مبنية على فهم عميق للمشكلة.

3-3- أهداف منهج دراسة الحالة:

يهدف منهج دراسة الحالة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تساهم في تحليل وفهم الحالة المدروسة بشكل شامل، منها: (عقيل، 2010، الصفحات 151-152)

- يسعى منهج دراسة الحالة إلى تقديم فهم دقيق للموضوع قيد الدراسة بما في ذلك تحليل تأثيراته السلبية والإيجابية على الأفراد أو الجماعات المتأثرة مما يساعد ذلك في تقديم رؤية واضحة حول تأثيرات الظاهرة على الواقع الاجتماعي وال النفسي.

- يتوجه المنهج نحو تحديد مواقف الأفراد والجماعات تجاه الموضوع المدروس مما يساعد في تسلیط الضوء على الآراء العامة أو المواقف الشخصية التي قد تؤثر في سير القضية، وهو ما يعزز من فهم القضايا الاجتماعية والنفسية من زاوية أوسع

الفصل الخامس: مناهج البحث في الاتصال

- يهدف المنهج إلى تعزيز الوعي الذاتي لدى المبحوثين حول وضعهم الحالي وأهدافهم المستقبلية مما يساهم في تحفيزهم على التفكير في حلول وتغييرات محتملة في حياتهم.
- يهدف المنهج إلى كشف العوامل المتشابكة التي تؤثر وتأثر في الحالة المدروسة مما يساعد في فهم الأسباب المعقدة والداخلية التي أدت إلى ظهور المشكلة وبالتالي تقديم حلول أكثر دقة وفعالية.
- يسعى الباحث من خلال دراسة الحالة إلى التعرف على الجوهر الحقيقي للقضية وذلك عبر ملاحظة السلوكيات أو الأفعال التي قد تدل على المشكلة الأساسية التي يتعامل معها الفرد أو الجماعة.
- يتوجه منهج دراسة الحالة نحو إشراك المبحوث في فهم حالته ودعمه في تحديد الحلول الممكنة للمشكلة، هذا يشجع المبحوثين على اتخاذ خطوات فعالة نحو التحسن والإصلاح
- بخلاف تقديم المساعدة المؤقتة يسعى منهج دراسة الحالة إلى إيجاد حلول دائمة للمشاكل مما يضمن تحسن مستدام للفرد أو الجماعة المعنية.
- يهدف منهج دراسة الحالة إلى تحقيق فهم شامل للموضوع المدروس من خلال تحليل تأثيراته وتحديد مواقف الأفراد والجماعات تجاهه، كما يعمل على تنمية الوعي الذاتي وإشراك المبحوثين في تحديد حلول دائمة مع التركيز على العوامل المؤثرة والمتأثرة والبحث عن جوهر القضية لإيجاد حلول فعالة ومستدامة.

4- خطوات منهج دراسة الحالة:

تتمثل خطوات منهج دراسة الحالة في الآتي: (سليمان، 2014، الصفحات 258-259)

- تحديد الحالة: يبدأ الباحث بتحديد الحالة أو الظاهرة التي سيتم دراستها بشكل دقيق سواء كانت فرداً أو مجموعة أو حالة معينة.
- جمع البيانات: يقوم الباحث بجمع البيانات الضرورية لفهم المشكلة بشكل شامل مع التركيز على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والنفسية للحالة المدروسة.
- فهم البيئة المحيطة: يجب أن يكون الباحث ملماً بنواحي المجتمع المحاط بالحالة مثل الظروف الأسرية أو المدرسية بالإضافة إلى العوامل النفسية المؤثرة.

- **تحليل التناقضات وتقديم تفسير:** في حال وجود تناقضات بين البيانات التي تم جمعها يجب على الباحث تحليلها والتوصل إلى تفسير منطقي لهذه التناقضات.
- **صياغة الفرضيات:** بناءً على البيانات والعوامل المؤثرة، يقوم الباحث بصياغة فرضيات تفسر نشوء المشكلة وتطورها.
- **تحليل البيانات:** يتم تحليل البيانات التي تم جمعها بعمق باستخدام مقابلات واختبارات دقة لفهم الأسباب الجوهرية الكامنة وراء المشكلة.
- **استخلاص النتائج:** بعد التحليل يتم استخلاص النتائج التي تساهم في فهم أعمق للمشكلة وتقديم حلول أو توصيات.

5-3 مصادر بيانات منهج دراسة الحالة:

حدول رقم 02: يوضح مصادر البيانات في منهج دراسة الحالة. (عقيل، 2010، الصفحات 152-153)

المصدر	التفاصيل
--------	----------

الفصل الخامس: مناهج البحث في الاتصال

تشمل الأفراد المرتبطين مباشرةً أو غير مباشرةً بالموضوع قيد البحث، كما قد تشمل هذه المصادر أفراد الأسرة، الأصدقاء، الجيران، المعلمين، الأطباء والمحاميين، يتم جمع معلومات من هذه المصادر لدراسة الظاهرة بشكل شامل مثال: في حالة السرقة يمكن جمع معلومات عن الحالة النفسية والصحية للجاني من أفراد أسرته وأصدقائه ومعلميه بالإضافة إلى الطبيب المختص والمحامي.	المصادر البشرية
تشمل الوثائق التي تثبت الحقائق وتقدم دلائل على الأفعال أو النوايا المحتملة مثل الشهادات، التقارير الرسمية، السير الذاتية والمذكرات الشخصية، كما قد تصدر الوثائق من جهات رسمية مما يعزز مصداقيتها في حالة المصادر الشخصية يجب إخضاعها لتحليل نقيدي داخلي وخارجي لتقييم صحتها ودقتها بالإضافة إلى فحص محتواها وسياقها التاريخي والثقافي.	المصادر المكتوبة

تساهم المصادر البشرية والمكتوبة معًا في تقديم صورة شاملة ودقيقة للحالة المدروسة حيث توفر المصادر البشرية رؤى من المحيطين بالحالة بينما توفر المصادر المكتوبة أدلة دقيقة تدعم التحليل.

6-3- مميزات منهج دراسة الحالة وعيوبه:

يتميز منهج دراسة الحالة بعدد من الخصائص الرئيسية التي تساهم في تعزيز فعاليته في البحث، ومن أبرز هذه المميزات: (جبلي، 2012، صفحة 161)

- يتميز هذا المنهج بتركيزه على دراسة حالة واحدة بشكل عميق بدلاً من التركيز على عدد كبير من الحالات حيث يتم تناول كافة جوانب الحالة المدروسة بعناية بهدف فهم تفاصيل كل جانب منها بعمق، كما يتم جمع المعلومات من مصادر متعددة وتنظيمها بطريقة تضمن تقديم صورة شاملة ومتكاملة عن الحالة.

- يوفر منهج دراسة الحالة درجة كبيرة من المرونة للباحث حيث يمكنه تعديل خطة البحث أو الفرضيات البحثية بناءً على ما يكتشفه أثناء البحث، كما يتيح استخدام أدوات متنوعة لجمع البيانات مثل الملاحظة بالمشاركة والمقابلات والاستبيانات والسجلات وذلك حسب احتياجات البحث وظروفه.

- يسمح منهج دراسة الحالة في بعض الحالات بالوصول إلى تعميمات بشرط أن تكون الحالة المدروسة تمثل سمات أو خصائص مماثلة لحالات أخرى، هذا يمكن أن يوفر القدرة على التنبؤ بالسلوكيات في حالات مشابهة.

7-3 عيوب منهج دراسة الحالة:

رغم الفوائد التي يوفرها منهج دراسة الحالة إلا أن هناك عدة عيوب قد تؤثر على فعاليته، ومن

أبرز هذه العيوب: (جبلي، 2012، صفحة 217)

- لا يمكن الاعتماد على نتائج دراسة عدد محدود من الحالات لعمم النتائج على حالات أخرى، فالحالات المدروسة قد لا تعكس الواقع بشكل دقيق وقد تعتمد على تجارب فردية أو استثنائية مما يجعلها غير قابلة للعمم على نطاق أوسع.

- يعتمد منهج دراسة الحالة بشكل كبير على السجلات والوثائق التي قد تحتوي على طابع ذاتي مما يؤثر على الموضوعية والدقة في البحث، علاوة على ذلك يمكن أن يكون لتحيز الباحث تأثير على الدراسة حيث قد يميل الباحث إلى تفسير النتائج بناءً على آرائه الشخصية ومعتقداته مما يهدد نزاهة البحث.

- يتطلب تطبيق هذا المنهج وجود باحثين ذوي تدريب عالي وهو ما قد يشكل عائقاً إذا كانت الخبرة المطلوبة غير متوفرة، كما يتطلب هذا التدريب الكثير من الوقت والجهد والتكاليف المالية إضافة إلى الموارد الضرورية لجمع البيانات وتحليلها مما يجعل عملية البحث مكلفة وتستغرق وقتاً طويلاً.

4- المنهج التاريخي.

4-1- تعريف المنهج التاريخي.

يعرف المنهج التاريخي بأنه "الطريقة التي يتبعها الباحث لجمع المعلومات حول الأحداث والحقائق الماضية ثم فحصها ونقدها وتحليلها والتحقق من صحتها وعرضها وتنظيمها وتفسيرها حيث يسهم هذا المنهج في استخلاص نتائج عامة تتجاوز مجرد فهم أحداث الماضي ليشمل تفسير الأحداث والمشكلات الحالية بالإضافة إلى توجيه التخطيط للمستقبل، كما يعتمد المنهج التاريخي على الفحص الدقيق للبيانات والنقد الموضوعي لمصادرها المتنوعة." (عطية، 2009، صفحة 126)

كما يعرف المنهج التاريخي بأنه "الطريقة التي يتبعها الباحث لدراسة الأحداث التاريخية بهدف الوصول إلى الحقيقة حيث يعتمد هذا المنهج على جمع وتحليل البيانات والمعلومات بشكل موضوعي، إذ يستخدم هذا المنهج لاختبار الفروض المتعلقة بالأسباب والنتائج وتوثيق وتفسير الأحداث الماضية بطريقة علمية دقيقة، كما يهدف المنهج التاريخي إلى استخلاص حقائق وعمميات تساعده في فهم الماضي والحاضر ويساهم في التنبؤ بالتطورات المستقبلية." (سليمان، 2014، صفحة 31)

المنهج التاريخي هو "مجموعة من الأساليب والتقنيات التي يعتمد عليها الباحث والمؤرخ لاستخلاص الحقيقة التاريخية وإعادة بناء الماضي بكل تفاصيله وجوانبه كما كان في زمانه ومكانه مع الأخذ بعين الاعتبار جميع التفاعلات الحياتية التي ساهمت في تشكيلهن وتتميز هذه الأساليب بقدرها على التطور المستمر واندماجها مع مختلف مجالات المعرفة الإنسانية وطرق اكتسابها." (الدلبي وصالح، 2014، صفحة 136)

وعليه، يعتبر المنهج التاريخي أداة متكاملة لاستكشاف الماضي بتفاصيله الدقيقة وتحليل أسبابه ونتائجها واستخدام تلك المعرفة في تفسير التحديات الراهنة والمساعدة في صياغة استراتيجيات للمستقبل.

4- أهمية المنهج التاريخي:

تمثل أهمية المنهج التاريخي في عدة جوانب أساسية، من أبرزها: (الدلبي وصالح، 2014، الصفحات 137-138)

- يساهم المنهج التاريخي في توضيح تطور النظريات والمفاهيم العلمية عبر الزمن مما يعزز من فهم كيف تطورت المعرفة الإنسانية وانتقلت من جيل إلى آخر.

- يساعد المنهج التاريخي على فهم التحديات التي واجهها الإنسان في الماضي والطرق التي اعتمدها للتعامل معها مما يتيح استخلاص دروس مفيدة يمكن تطبيقها لحل مشكلات الحاضر.

- يتيح المنهج التاريخي فهم العلاقة بين الظواهر الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وسياقاتها التي ساهمت في ظهورها ما يوفر فهماً عميقاً للأحداث والتفاعلات التي أدت إلى تلك الظواهر.

- يهدف هذا المنهج إلى فهم الواقع المعاصر من خلال دراسة الأحداث التاريخية الموثقة حيث يعتبر الماضي أساساً لفهم التيارات السياسية والاقتصادية والاجتماعية الحالية.

- يتمتع المنهج التاريخي بميزة تفوق المناهج الأخرى إذا كانت هناك مصادر أولية كافية ومتوفرة بالإضافة إلى مهارات بحثية دقيقة مما يضمن الحصول على نتائج دقيقة وموثوقة.

- يتطلب هذا المنهج وضع فرضيات تنظم عملية جمع وتحليل المعلومات مما يساهم في تحقيق دقة النتائج وضمان الاتساق في الدراسة.

يعد المنهج التاريخي أداة أساسية لفهم التطور المعرفي والاجتماعي حيث يساهم في الكشف عن أصول المفاهيم العلمية وفهم التحديات الإنسانية وتحليل الظواهر في سياقاتها المختلفة، كما أنه يوفر تفسيرًا دقيقًا للحاضر بناءً على دراسة الماضي ويتميز بقدرته على التفوق على المناهج الأخرى عندما تتتوفر له مصادر أولية كافية ومهارات بحثية دقيقة مما يعزز من دقة نتائجه.

4- خطوات المنهج التاريخي:

يتضمن المنهج التاريخي مجموعة من الخطوات المتتابعة التي تشكل عملية بحثية متراقبة، وهي كالتالي: (الزيباري، 2011، الصفحات 64-65)

- **تحديد المشكلة:** يبدأ المنهج التاريخي بتحديد المشكلة التي تشكل موضوع الدراسة حيث يتم توضيح أبعاد الموضوع من حيث الزمان والمكان، كما يعتمد الباحث على أساليب علمية موحدة في تحديد المشكلة بغض النظر عن نوع الدراسة.

- **تحديد مصادر جمع المعلومات:** بما أن الباحث يتعامل مع أحداث تاريخية ماضية لا يمكنه ملاحظتها مباشرة فإنه يعتمد على مجموعة متنوعة من المصادر للحصول على المعلومات المتعلقة بالموضوع المدروس، وتشمل هذه المصادر الوثائق الأولية والثانوية والشهادات والمراجع التاريخية.

- **تحديد وحدة التحليل التاريخي:** يحدد الباحث في هذه المرحلة وحدة التحليل التي ستركت علماً الدراسة، فقد تكون هذه الوحدة فترة زمنية معينة أو مجتمعاً تاريخياً أو ظاهرة محددة بحيث يتناسب تحديد الوحدة مع أهداف البحث ويتيح للباحث تحليل المعطيات بشكل دقيق.

- **تحليل البيانات التاريخية:** تشمل هذه الخطوة فحص وتحليل البيانات التاريخية التي تم جمعها، إذ يتبع على الباحث التأكيد من صحة المصادر المستخدمة سواء كانت أولية أو ثانوية والتأكد من دقة البيانات المدروسة لضمان صحة النتائج المستخلصة.

يتبع المنهج التاريخي خطوات منظمة تضمن دقة وموضوعية في الدراسة بدايةً من تحديد المشكلة وصياغتها بشكل علمي وصولاً إلى تحليل البيانات التاريخية بعد التحقق من موثوقيتها، هذه المراحل تضمن أن الدراسة تستند إلى مصادر متعددة وتحليل دقيق للظواهر والأحداث التاريخية مما يعزز من قدرة الباحث على استخلاص استنتاجات صحيحة ودقيقة.

4- مصادر المنهج التاريخي:

- المصادر الأولية: تعد المصادر الأولية من الركائز الأساسية في المنهج التاريخي، حيث توفر للباحث معلومات مباشرة ودقيقة حول الأحداث والوقائع التي جرت في الماضي، تتنوع هذه المصادر إلى نوعين رئيسيين هما: (النعيمي وأخرون، 2015، الصفحات 253-254)

- الآثار: تشمل جميع المخلفات التي تركها الإنسان في الماضي مثل المباني القديمة، الطرق، الجسور، العملات والنصب التذكاري بالإضافة إلى باقي المواد التي تعتبر غير مقصودة لكنها تكشف عن الحياة اليومية والظروف التي عاشها الإنسان في فترات سابقة، فمن خلال دراسة هذه الآثار يمكن للباحث جمع المعلومات وتحليلها لاستنتاج معالم من الماضي بعد تصنيف وتنظيم هذه المخلفات.

- الوثائق: تتضمن المصادر المكتوبة التي تم حفظها بنية نقل المعلومات حول أحداث معينة مثل المذكرات الشخصية، التقارير الميدانية، القوانين، الدساتير، قرارات المحاكم، الأفلام الوثائقية وتقارير الدراسات السابق، كما تلعب الوثائق دوراً محورياً في توثيق الأحداث التاريخية وإضافة مستوى من الدقة والموثوقية إليها.

- المصادر الثانوية: هي روايات أو معلومات تعتمد على المصادر الأولية أو على مصادر ثانوية أخرى، تقدم هذه المصادر تفاصيل حول الأحداث التاريخية لكنها لا تنقل مباشرةً من أشخاص عاشوا تلك الأحداث، بدلاً من ذلك يتم نقل المعلومات بناءً على ملاحظات غير مباشرة أو تجميع لتفاصيل مأخوذة من عدة أطراف. ومن أبرز أمثلة هذه المصادر السير الذاتية التي يكتتها آخرون عن شخصيات تاريخية بالإضافة إلى الصحف، المجلات، الكتب، الدراسات السابقة والبرامج الإذاعية والتلفزيونية المسجلة وبما أن هذه المعلومات يتم نقلها عبر وسائل متعددة وأطراف مختلفة فهي قد تتعرض للتحريف أو الأخطاء أثناء نقلها لذلك يجب على الباحث توخي الحذر عند استخدامها وتحليلها بدقة. (النعيمي وأخرون، 2015، صفحة 254)

- المصادر الميدانية: تشمل المصادر الميدانية المعلومات التي يتم جمعها مباشرة من الأفراد أو الهيئات أو من خلال المشاهدات التي لا تكون مسجلة في السجلات الرسمية، إذ يعتمد الباحث على هذه المصادر عبر طرح أسئلة مباشرة على الأفراد أو من خلال الملاحظة المباشرة لواقف وأحداث، كما تشمل هذه المصادر أيضاً دراسة الآثار وبقايا الحضارات القديمة والتراث الثقافي للمجتمعات المختلفة مثلما هو الحال في ملاحظات الرحالة التي كانت تسجل مشاهداتهم وتفاعلاتهم مع تلك المجتمعات، فالمصادر الميدانية تعتبر

الفصل الخامس: مناهج البحث في الاتصال

من المصادر الأساسية التي توفر للباحث معلومات حية ودقيقة من الواقع المعاش سواء من خلال تفاعل مباشر مع الأفراد أو من خلال الملاحظة الدقيقة للأحداث والآثار، كما تساهم هذه المصادر في إضافة بُعد عملي للبحث التاريخي والثقافي حيث توفر رؤى مباشرة يمكن أن تكون غير متوفرة في السجلات المكتوبة. (الزيباري، 2011، صفحة 63)

4-5- مميزات المنهج التاريخي:

يتميز المنهج التاريخي بعدد من الخصائص التي تميزه عن غيره من المناهج البحثية، منها: (مراد وهادي، 2002، صفحة 506)

- القدرة على دراسة موضوعات خاصة: يمنح المنهج التاريخي الباحث قدرة فريدة على دراسة موضوعات وإجابة أسئلة قد يكون من الصعب تناولها باستخدام مناهج بحثية أخرى.

- الاعتماد على الأدلة من الماضي: يعد المنهج التاريخي الوسيلة الوحيدة التي تتيح للباحثين استكشاف وتحليل الأدلة التاريخية التي تعود إلى فترات زمنية سابقة.

- تنوع الأدلة المستخدمة: يتبع هذا المنهج التعامل مع مجموعة واسعة من الأدلة سواء كانت مكتوبة أو مادية مما يسهم في إثراء البحث التاريخي.

- توفير مصادر بديلة وعميقة للمعلومات: يمكن للمنهج التاريخي الوصول إلى مصادر بديلة وغالبًا ما تكون أكثر عمّقاً في بعض الموضوعات التي قد يصعب معالجتها باستخدام أساليب بحثية أخرى.

يمتاز المنهج التاريخي بمرونته وقدرته على دراسة مواضيع دقيقة ومعقدة يصعب تناولها بأساليب أخرى، فضلاً عن اعتماده على الأدلة من الماضي التي تتيح فهماً عميقاً للأحداث التاريخية.

4-6- عيوب المنهج التاريخي:

يواجه المنهج التاريخي عيوباً وقيوداً تؤثر على دقة نتائجه، من بينها: (مراد وهادي، 2002، الصفحتان 506-507)

- صعوبة التحكم في العوامل المؤثرة على الصدق الداخلي: يواجه الباحث تحديات في ضبط العوامل المؤثرة على النتائج مما يقلل من دقة الاستنتاجات مقارنة بالمناهج الأخرى.

- **قيود طبيعة الوثائق المتأحة:** يعتمد المنهج بشكل كبير على الوثائق التاريخية مما يفرض قيوداً مثل عدم ضمان تمثيلية العينة واحتمالية عدم صدق أو ثبات البيانات المتوفرة.
- **احتمالية التحيز:** قد يظهر التحيز في مرحلتي جمع البيانات وتحليلها نتيجة عوامل مثل مواقف واضعي الوثائق الأصلية والقيم السائدة وال فترة الزمنية التي كتبت فيها الوثائق، كذلك النسخ الفكري في ذلك الوقت.
- **غياب أدوات صارمة لضبط العوامل المؤثرة:** يفتقر الباحث إلى أدوات منهجية دقيقة لضبط المتغيرات مما يجعل النتائج تعتمد بشكل أساسي على مهارته وخبرته.
- **الاعتماد على كفاءة الباحث ونزاهته:** يتطلب المنهج التاريخي باحثاً يتمتع بقدرة نقدية عالية وكفاءة في تحليل الوثائق مما يجعل النتائج عرضة للتأثير بمستوى مهارته الشخصية.

5- المنهج التجاري:

5-1-تعريف المنهج التجاري:

المنهج التجاري هو أسلوب علمي يقوم على إحداث تغييرات مقصودة ومنظمة في الظروف المحيطة بظاهرة أو واقع معين بهدف دراسة الآثار المترتبة على هذا التغيير، يعتمد الباحث في هذا المنهج على تحديد الظروف والمتغيرات المرتبطة بالظاهرة موضوع الدراسة مع العمل على ضبطها والتحكم فيها بدقة، ويهدف المنهج التجاري إلى الحصول على الحصول على نتائج دقيقة من خلال مراقبة تأثير التعديلات المحدثة على الظاهرة قيد البحث. (المحمودي، 2019، صفحة 65)

يعتمد المنهج التجاري على جمع البيانات بطرق تمكن الباحث من اختبار مجموعة من الفرضيات من خلال التحكم الدقيق في العوامل المؤثرة على الظاهرة محل الدراسة، كما يهدف هذا المنهج إلى الوصول إلى فهم عميق للعلاقات السببية بين العوامل المدروسة والنتائج المترتبة عليها وذلك عبر تحليل تأثير هذه العوامل على الظاهرة المعنية. (عبد الكريم، دس، صفحة 113)

يُعد المنهج التجاري من أهم المناهج العلمية لدراسة العلاقات السببية حيث يقوم على إحداث تغييرات مقصودة في العوامل المؤثرة على ظاهرة معينة مع التحكم الدقيق في هذه العوامل لضمان نتائج دقيقة.

5- شروط نجاح المنهج التجريبي:

لضمان نجاح المنهج التجريبي يجب على الباحث مراعاة مجموعة من الشروط الأساسية، منها:
(العوازي، 2008، صفحة 110)

- يجب على الباحث تحديد جميع المتغيرات التي قد تؤثر على التجربة لضمان تحليل دقيق للعلاقات بين الأسباب والنتائج وهذا يشمل المتغيرات المستقلة والتابعة لفهم طبيعة تأثيرها.
- تصنيف المتغيرات وضبط المتغيرات غير التجريبية فمن الضروري تصنيف بعض المتغيرات كغير تجريبية ووضع خطط واضحة للتحكم فيها لتجنب تأثيرها على النتائج، كما يتطلب ذلك التفكير في التصميم العام للتجربة لضمان سلامة النتائج.
- اختيار المجتمع المناسب للتجربة إذ يجب التأكد من أن المجتمع الذي ستجرى فيه التجربة ملائم لأهداف الدراسة ويمثل البيئة التي تعكس الظاهرة المدروسة بشكل دقيق.
- اختيار عينات دقيقة تعكس خصائص المجتمع المستهدف ضروري لعمميم النتائج حيث يضمن ذلك أن العينة المختارة تمثل التباين الموجود في المجتمع بشكل عادل.
- يتطلب نجاح التجربة اتخاذ قرارات دقيقة بشأن الأدوات المستخدمة لتقدير النتائج مع مراعاة أن تكون هذه الأدوات موثوقة وصالحة للقياس.
- يوصى بإجراء تجربة صغيرة استطلاعية لاختبار الأساليب والأدوات المستخدمة مما يساعد على تحديد أي مشكلات محتملة وضمان فعالية النهج المتبعة.
- من المهم صياغة فرضيات واضحة تشمل الفرضيات الصفرية والبدائلة حيث تساعد هذه الفرضيات في توجيه التجربة وتوضيح العلاقة بين المتغيرات.
- وضع حدود ثقة مناسبة لطبيعة الدراسة (مثل 95% في الدراسات العلمية) يساعد على تحديد مدى دقة النتائج، هذه المستويات قد تختلف حسب طبيعة الدراسة سواء كانت علمية أو إنسانية.

5- خطوات المنهج التجريبي:

تعد خطوات تطبيق المنهج التجريبي سلسلة من المراحل المنهجية التي توجه الباحث لتحقيق أهداف الدراسة بشكل دقيق، وهذه الخطوات تشمل: (الدليمي وصالح، 2014، صفحة 313)

- تحديد مجتمع البحث و اختيار العينة: يبدأ الباحث بتحديد المجتمع الذي سُتجري عليه الدراسة ثم يختار عينة عشوائية ممثلة لهذا المجتمع حيث تُجرى اختبارات قبلية لقياس المتغيرات ذات العلاقة، مما يساعد في التأكيد من تمثيل العينة للظاهرة المدروسة، هذه الخطوة تضمن أن النتائج ستكون دقيقة و تُمثل الواقع بشكل صحيح.
 - تقسيم العينة إلى مجموعتين: بعد اختيار العينة يتم تقسيمها عشوائياً إلى مجموعتين:
 - المجموعة التجريبية: يتم تطبيق المتغير المستقل عليها أي المتغير الذي يرغب الباحث في دراسته لمعرفة تأثيره.
 - المجموعة الضابطة: تظل هذه المجموعة دون تغيير فيما يتعلق بالمتغير المستقل وذلك لضمان وجود مقارنة ثابتة تسمح بتحليل تأثير المتغير المستقل بشكل موضوعي.
 - إجراء الاختبار البعدى: بعد تنفيذ التجربة يتم إجراء اختبار بعدي على المجموعتين لقياس التغيرات في المتغير التابع، هذا الاختبار يهدف إلى تحديد كيف أثر المتغير المستقل (المتغير الذي تم تعديله) على المتغير التابع (النتيجة التي تم قياسها).
 - تحليل المعلومات: يقوم الباحث بجمع البيانات التي تم الحصول عليها من الاختبارات القبلية والبعدية وتحليلها باستخدام أدوات إحصائية، هذا التحليل يسهم في الكشف عن العلاقة بين المتغيرات ودراسة مدى تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع.
 - تفسير النتائج: بعد التحليل يتم تفسير النتائج بناءً على الفرضيات وأسئلة البحث، هذا التفسير يساعد في فهم كيفية تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع وتوضيح العلاقة بينهما بشكل علمي.
 - تلخيص البحث وتقديم التوصيات: يتم تلخيص النتائج التي تم التوصل إليها في البحث مع تقديم التوصيات بناءً على هذه النتائج حيث تساعد هذه التوصيات في توجيه الدراسات المستقبلية أو تطبيقات عملية للمجال المدروس.
- ### 4-5. أنواع التصميمات التجريبية:
- التصميمات التجريبية ذات المجموعة الواحدة:

يعد التصميم التجاري ذو المجموعة الواحدة من أبسط أنواع التصميمات التجريبية حيث يتم الاعتماد على مجموعة واحدة فقط لإجراء الدراسة، في هذا النوع من التصميم تبدأ العملية بإجراء اختبار قبلي لقياس الحالة الأولية للمجموعة قبل تطبيق المتغير التجاري بعد ذلك يتم إدخال المتغير التجاري الذي يرغب الباحث في دراسته ومن ثم تجرى اختبارات بعدية لقياس التغييرات التي طرأت على المجموعة نتيجة تأثير المتغير التجاري، فالهدف الرئيسي من هذا النوع من التصميمات هو قياس الفرق بين نتائج الاختبارات القبلية والبعدية وهو الفرق الذي يعزى إلى تأثير المتغير التجاري على المجموعة، كما أن هذا التصميم يسمح للباحثين بتحديد مدى تأثير المتغير التجاري ولكن في غياب المجموعة الضابطة تكون القدرة على تفسير النتائج بشكل دقيق محدودة إذ قد تكون هناك عوامل أخرى غير المتغير التجاري تؤثر على التغييرات التي لوحظت. (عطية وجبي، 2012، صفحة 186)

- التصميمات التجريبية ذات المجموعات المتكافئة (المتعددة):

التصميمات التجريبية ذات المجموعات المتكافئة هي تلك التي تتضمن أكثر من مجموعة واحدة حيث يتم تقسيم المشاركين إلى عدة مجموعات تتسم بالتكافؤ أي أنها متشابهة من حيث الخصائص الأولية، في هذا النوع من التصميم يتم تطبيق العامل التجاري على المجموعة التجريبية فقط بينما تترك المجموعات الضابطة في ظروفها الطبيعية دون تغيير، بعد تطبيق المتغير التجاري تجرى اختبارات بعدية على جميع المجموعات لقياس النتائج، فالهدف الأساسي من هذا النوع من التصميمات هو قياس الفرق بين نتائج المجموعة التجريبية (التي تعرضت للمتغير التجاري) والمجموعات الضابطة (التي لم تتعرض لهذا المتغير) أي فرق ملحوظ بين المجموعات يعزى إلى تأثير العامل التجاري، ولتحقيق نتائج دقيقة من الضروري أن تكون المجموعات متكافئة تماماً في خصائصها الأولية قبل بدء التجربة حتى يتم ضمان أن الاختلافات التي تحدث في النتائج هي ناتجة عن المتغير التجاري فقط. (عطية وجبي، 2012، صفحة 191)

- أسلوب تدوير المجموعات: عندما يسعى الباحث لمقارنة تأثير أسلوبين مختلفين أو متغيرين مستقلين على مجموعة معينة فإنه يعتمد على أسلوب تدوير المجموعات، في هذا الأسلوب يقوم الباحث بتقسيم المشاركين إلى مجموعتين متكافئتين من حيث الخصائص الأولية لضمان تكافؤ الظروف بينهما، حيث تُعرض المجموعة الأولى للمتغير التجاري الأول بينما تُعرض المجموعة الثانية للمتغير التجاري الثاني، بعد فترة معينة يتم تبديل المتغيرات بحيث تخضع المجموعة الأولى للمتغير التجاري الثاني بينما تُعرض

المجموعة الثانية للمتغير التجاري الأول، بعد إجراء هذا التبديل يُجري الباحث مقارنة بين تأثير المتغير الأول على المجموعتين وتأثير المتغير الثاني عليهما، كما يتم حساب الفروق بين تأثيرات كل متغير على المجموعتين فالهدف من هذا الأسلوب هو تحديد أي المتغيرين كان له التأثير الأقوى أو الأكثر وضوحاً على المجموعتين. (الدليبي وصالح، 2014، صفحة 312)

5-5- مميزات المنهج التجاري:

يمتاز المنهج التجاري بمجموعة من الخصائص التي تميزه عن المناهج البحثية الأخرى مما يجعله واحداً من أكثر المناهج دقة في البحث العلمي، ومن بين هذه الخصائص الأساسية ما يلي:

(عطية وجلي، 2012، الصفحات 176-177)

- يعتمد المنهج التجاري على تحقيق التكافؤ بين الأفراد في المجموعتين التجريبية والضابطة حيث يتأكد الباحث من أن الأفراد في كلتا المجموعتين متساوون في جميع المتغيرات التي قد تؤثر على المتغير التابع باستثناء المتغير المستقل، هذا يضمن أن النتائج المستخلصة تتعلق فقط بتأثير المتغير المستقل.

- يتيح المنهج التجاري للباحث إجراء تغييرات مقصودة ومنظمة في المتغير المستقل، هذا التحكم في المتغيرات يساعد على دراسة التأثيرات المحتملة على المتغير التابع مع ضبط المتغيرات الدخلية التي قد تؤثر على النتائج.

- من أبرز مميزات المنهج التجاري هو إمكانية تكرار التجارب في ظروف مختلفة أو حتى تحت نفس الظروف، فالتكرار يعزز من صحة النتائج ويزيد من مصداقيتها حيث يمكن التحقق من ثبات النتائج عبر تكرار التجربة.

- يتطلب المنهج التجاري مقارنة بين حالتين أو مجموعتين في ظروف معينة، هذه المقارنة تسهل استنتاج العلاقات السببية بين المتغيرات مما يوفر أدلة قوية على تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع.

- يعتمد المنهج التجاري على القياس الكمي للمتغير التابع مما يعني أن المتغيرات تقيس باستخدام قيم رقمية، هذا يتيح للباحث تحليل النتائج بدقة أكبر من خلال التحليل الإحصائي للبيانات مما يعزز مصداقية الاستنتاجات.

- نتائج المنهج التجاري تميل إلى أن تكون ثابتة ودقيقة بعيداً عن العشوائية أو التأثيرات العارضة لأن الباحث يضبط العوامل المؤثرة على المتغيرات بدقة، فإن النتائج تكون أكثر استقراراً.

- يعتمد المنهج التجاري على بيانات دقيقة تم جمعها من خلال الملاحظة والتجربة والقياس مما يضمن موضوعية النتائج ويبعدها عن التأثيرات الشخصية أو الانحيازات الذاتية التي قد تؤثر على تفسير البيانات.

5-6 عيوب المنهج التجاري:

على الرغم من المزايا العديدة التي يتمتع بها المنهج التجاري إلا أنه يتعرض لعدد من العيوب والانتقادات التي قد تؤثر على دقة النتائج المستخلصة منه، ومن أبرز هذه العيوب ما يلي: (المحمودي، 2019، الصفحات 68-69)

- في العديد من التجارب يواجه الباحث مشكلة البيئة الاصطناعية التي قد تؤثر على سلوك المشاركين فعندما يعلم الأفراد أنهم جزء من تجربة قد يتغير سلوكهم بسبب شعورهم بأنهم تحت الملاحظة، هذا التغيير في السلوك يمكن أن يؤدي إلى تحيز في النتائج مما يقلل من دقة التجربة.

- يعتمد المنهج التجاري بشكل كبير على اختيار عينة تمثل بشكل دقيق المجتمع المدروس، فإذا كانت العينة غير ممثلة بشكل صحيح قد يصبح من الصعب تعميم النتائج على المجتمع الأكبر، هذه المشكلة تؤثر على دقة النتائج وقدرتها على تطبيقها في سياقات أوسع.

- تعتمد دقة نتائج المنهج التجاري تعتمد بشكل رئيسي على جودة الأدوات المستخدمة مثل الاختبارات والمقاييس، فإذا كانت الأدوات المستخدمة غير دقيقة أو تفتقر إلى الثبات أو الصدق فإن ذلك قد يؤدي إلى أخطاء في القياس وبالتالي التأثير على صحة النتائج.

- يواجه الباحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية صعوبة في ضبط جميع العوامل المؤثرة على الظاهرة المدروسة حيث تتدخل عوامل متعددة يمكن أن يكون من الصعب تحديدها أو ضبطها بدقة، هذه التحديات تؤثر سلباً على قدرة المنهج التجاري في تقديم نتائج دقيقة إذ قد تساهم عوامل غير مرئية في التأثير على الظاهرة المدروسة.

- يتطلب تنفيذ التجارب في المنهج التجاري إجراءات إدارية وفنية معقدة قد تشمل الحاجة إلى التعاون مع جهات خارجية لتنفيذ التعديلات الالزمة، هذه الإجراءات قد تؤدي إلى تعقيد العملية البحثية وتزيد من صعوبة تنظيم التجربة بشكل متسق مما يؤثر على كفاءة البحث والوقت المستغرق في تنفيذه.

6- منهج تحليل المضمون:

6-1- تعريف منهج تحليل المضمون:

منهج تحليل المضمون هو "أسلوب بحثي يعتمد على الوصف الموضوعي للمحتوى اللفظي حيث يقوم الباحث بتصنيف المادة محل الدراسة إلى فئات محددة، فالهدف من ذلك هو تحديد خصائص كل فئة واستنتاج السمات العامة التي ترتبط بها، كما يقوم الباحث بتقديم تفسير دقيق وموضوعي للمضمون دون أن يتأثر برأيه الشخصية لتحقيق الموضوعية في هذا التحليل يجب أن تكون فئات التحليل واضحة المعالم ومتتفقة عليها بين الباحثين مما يضمن عدم وجود تأويلات أو اختلافات في تفسير البيانات". (عمر، 2009، صفحة 122)

عرف روحي موكتشيلي تحليل المضمون بشكل أكثر شمولاً قائلاً: "إنه يتم من خلال دراسة وثيقة أو عملية اتصالية باستخدام مناهج ترتبط بالبحث في المعلومات المتاحة في هذا المضمون لاستخلاص المعاني الكامنة فيه مع تصنيف وصياغة كافة المحتويات التي تحتوي عليها الوثيقة أو العملية الاتصالية، وكل وثيقة سواء كانت منطوقه أو مكتوبة أو مسموعة تحمل معلومات عن شخصية المرسل أو الجماعة التي ينتمي إليها." (Mucchielli, 1998, p. 17)

6- خطوات منهج تحليل المضمون:

يتطلب منهج تحليل المحتوى إتباع خطوات محددة لضمان تحقيق نتائج علمية دقيقة، وهي كما يلي: (الزيباري، 2011، صفحة 85)

- **تحديد موضوع الدراسة:** يجب على الباحث تحديد الموضوع والمتغيرات التي سيعكف على دراسته، هذا يساعد في توجيه البحث ويحدد نطاق التحليل.

- **تحديد الفئات التحليلية:** يجب على الباحث في هذه الخطوة تحديد الفئات التي سيتم استخدامها لتحليل المحتوى، وهذه الفئات يجب أن تكون محددة بوضوح لضمان تنظيم البيانات وتحليلها بشكل منطقي ومتسرق.

- **تحديد وحدة التحليل:** يتعين على الباحث اختيار الوحدة التي سيتعامل معها أثناء التحليل، إذ يمكن أن تكون هذه الوحدة الكلمة أو الفكرة أو حتى الشخصيات في المحتوى المدروس، كما أن اختيار الوحدة المناسبة يسمح بتحليل دقيق للبيانات.

- تحديد مجتمع الدراسة والعينة: يجب أن يحدد الباحث المجتمع الذي سيتم دراسته ومن ثم اختيار العينة التي تمثل هذا المجتمع بشكل دقيق، فالعينة تمثل جزءاً من المجتمع ويمكن أن تكون حاسمة في تحديد مدى صحة تعميم النتائج.

- تحديد طريقة معالجة البيانات: في هذه الخطوة، يقرر الباحث كيفية معالجة البيانات التي تم جمعها باستخدام أساليب إحصائية أو تحليلية تساهمن في استخلاص النتائج بفعالية ودقة.

6-3- استعمالات منهج تحليل المضمون:

تتعدد وتتنوع استعمالات منهج تحليل المحتوى عبر مجالات علم النفس والتربية والعلوم الاجتماعية حيث يساهم في تحقيق نتائج دقيقة ومفيدة في العديد من التطبيقات البحثية، ويمكن تلخيص هذه الاستعمالات في النقاط التالية: (الدلبي وصالح، 2014، الصفحات 164- 165)

- تحليل محتوى وسائل الاتصال الجماهيري: يستخدم الباحثون منهج تحليل المحتوى لدراسة المواد المقدمة عبر وسائل الاتصال الجماهيري مثل الصحف والمجلات وبرامج الإذاعة والتلفزيون، والهدف من ذلك هو فهم مضمون الرسالة الاتصالية وعناصر العملية الاتصالية التي تشمل المرسل والرسالة والوسيلة والمستقبل.

- تحليل النصوص لاستنتاجات عن المرسل: يعتمد الباحثون على تحليل النصوص للتوصيل إلى استنتاجات حول المرسل مثل خلفياته وأسباب الرسالة الاتصالية التي يقدمها، كما يمكن من خلال هذا التحليل تمييز أساليب الكتابة والتعبير الخاصة بكل كاتب أو مؤلف مما يساهم في فهم أعمق للرسائل والغايات.

- استنتاج التغير الثقافي: يستخدم هذا المنهج لاستنتاج مظاهر التغيير الثقافي في المجتمعات المختلفة عن طريق دراسة الأدبيات والمواد الثقافية التي تُنتج في كل ثقافة، فهذا الطريقة تساعد في فهم كيفية تطور القيم والمعتقدات في ثقافات مختلفة ومعرفة الديناميكيات الثقافية التي تؤثر في الأفراد والمجتمعات.

- دراسات الرأي العام: في الدراسات التي تتعلق بالرأي العام يستخدم تحليل المضمون للتعرف على القضايا التي تهم الجمهور واتجاهاته تجاه هذه القضايا، كما يساعد في فهم تأثير وسائل الإعلام على الجمهور ومدى استجابته للدعاية والرسائل الإعلامية سواء كانت هذه الاستجابة إيجابية أو سلبية. منهج تحليل المحتوى يعد أداة قوية وفعالة للباحثين في العديد من المجالات حيث يتيح لهم فحص المواد الإعلامية والتواصلية بعمق.

6- وحدات تحليل المضمون:

تمثل وحدات تحليل المضمون الأدوات الأساسية التي يستخدمها الباحثون لتقسيم المادة التي سيتم تحليلها إلى أجزاء قابلة للقياس والفهم، حيث تختلف هذه الوحدات حسب نوع المادة ومدى تعقيدها ووفقاً للكتابات التي تناولت هذا الموضوع يمكن تحديد الأنماط التالية لوحدات تحليل المضمون:

(سليمان، 2014، الصفحات 239-240)

- **الكلمة أو الرمز:** تعد الكلمة أو الرمز أصغر وحدة تحليل محتوى حيث تشير إلى معنى محدد يمكن أن يتأثر بالسياق أو المصطلحات التي تحمل دلالة معينة، فعند استخدام الكلمة كوحدة تحليل يقوم الباحث بتسجيل تكرار ظهور كلمات أو فئات مختارة من المادة، كما تُستخدم هذه الوحدة في التحليل السياسي والأدبي ودراسة مواد الاتصال التعليمي.

- **الموضوع:** يشير الموضوع إلى الفكرة أو الفكرة الأساسية التي تدور حول مسألة معينة، ففي تحليل المضمون يتعامل الباحث مع العبارات أو الأفكار المرتبطة بتلك المشكلة أو القضية ويعتبر الموضوع من الوحدات الأساسية عند دراسة تأثيرات الاتصال وتكون الاتجاهات.

- **الشخصية:** تشير وحدة الشخصية إلى تحديد نوعية وسمات الشخصيات الموجودة في العمل الأدبي أو الإعلامي فقد تكون هذه الشخصيات خيالية أو حقيقة، كما يتطلب تحليل الشخصية دراسة العمل بالكامل لتصنيف الشخصيات ورصد سلوكياتها وأدوارها في السياق.

- **المفردة:** تعني المفردة الوحدات الطبيعية التي يستخدمها منتج المادة مثل الكتب أو المقالات أو القصص أو البرامج الإذاعية أو الخطابات، حيث يتم استخدام المفردة كوحدة تحليل عندما يكون العمل يحتوي على عدة مفردات يمكن تصنيفها حسب المواضيع السياسية أو الاجتماعية أو الدعائية.

- **مقاييس الزمن والمساحة:** ترتبط هذه الوحدات بتقسيمات مادية مثل عدد الأعمدة والسطور والصفحات والفترات الزمنية في البرامج الإذاعية أو وحدات الطول في الأفلام، كما يستخدم الباحث هذه المقاييس لتحليل كيفية توزيع المادة عبر الزمن والمكان في السياقات المختلفة.

تعتبر وحدات تحليل المضمون أساسية لتنظيم وتحليل المواد الإعلامية فباستخدام هذه الوحدات يمكن للباحثين الوصول إلى نتائج دقيقة في دراسة تكرار وتوزيع الأفكار أو الشخصيات أو العوامل المادية في المحتوى المعروض.

6- مميزات منهج تحليل المحتوى:

يتميز منهج تحليل المضمون بعدة خصائص تجعله متميّزاً في مجال البحث العلمي، ومن بين هذه المميزات: (ريحي م., 2004، صفحة 54)

- عدم الحاجة للتفاعل المباشر مع المشاركين: لا يتطلب منهج تحليل المضمون من الباحث إجراء تجارب أو مقابلات مباشرة مع المشاركين في البحث، بدلًا من ذلك يمكن جمع البيانات من المواد المكتوبة أو المسجلة مثل الكتب أو الملفات أو وسائل الإعلام المختلفة، هذه الميزة تجعل منهج تحليل المضمون مناسباً لدراسة مواضيع واسعة بدون الحاجة إلى تفاعل شخصي مع الأفراد المعنيين.

- عدم تأثير الباحث على البيانات: في هذا المنهج تبقى المعلومات التي يتم تحليلها ثابتة وغير متأثرة بتدخلات الباحث سواء قبل أو بعد جمع البيانات، هذا يعزز من موضوعية البحث ويضمن أن النتائج التي يتم الوصول إليها تتعلق بالمحظى المدروس فقط مما يقلل من إمكانية التحييز أو التأثير الشخصي على النتائج.

- إمكانية تكرار الدراسة ومقارنة النتائج: يوفر منهج تحليل المضمون فرصة فريدة لإعادة الدراسة على نفس الظاهرة عبر الزمن أو مقارنة النتائج في فترات زمنية مختلفة، كما يمكن للباحث تكرار التحليل على مواد أخرى مشابهة أو على نفس المواد في أوقات مختلفة لدراسة التغيرات الحاصلة هذا يعزز من دقة البحث ويساعد على فحص تأثيرات التغيرات الزمنية أو الاجتماعية.

6- عيوب منهج تحليل المضمون:

رغم أن منهج تحليل المضمون يعد أداة قوية وفعالة في العديد من الدراسات إلا أن هناك عدة عيوب يمكن أن تؤثر على دقة النتائج التي يتم الحصول عليها، من أبرز هذه العيوب: (المحمودي، 2019، صفحة 63)

- يتطلب جهداً مكتبياً كبيراً: يعد تحليل المضمون عملية تتطلب وقتاً وجهداً طويلاً حيث يقوم الباحث بتحليل كميات كبيرة من المواد المكتوبة أو الإعلامية، هذه العملية قد تكون مرهقة وتتطلب تنظيماً دقيقاً للبيانات مما قد يؤثر على فعالية البحث.

- طابع الوصف: في كثير من الأحيان تمثل نتائج تحليل المحتوى إلى أن تكون وصفية أكثر من كونها تفسيرية حيث يركز الباحث على فحص الشكل والمحتوى فقط دون القدرة على تفسير الأسباب التي أدت

إلى ظهور تلك المواد بالشكل الذي تم تحليله، هذه الحالة قد تفتقر إلى التعمق التحليلي في فهم العوامل المسببة.

- **نقص المرونة:** يفتقر هذا المنهج إلى المرونة حيث يعتمد بشكل رئيسي على المواد المتاحة للباحث، ففي بعض الأحيان قد يكون من الصعب العثور على الوثائق أو المواد الكافية لدراسة ظاهرة معينة مما يحد من نطاق البحث ويقلل من إمكانية التوصل إلى استنتاجات شاملة.

- **احتمالية عدم صحة الوثائق:** أحد العيوب المهمة هو أن الوثائق التي يتم تحليلها قد تكون غير دقيقة أو قد تحتوي على معلومات مزورة أو غير موثوقة، وفي حال كانت الوثائق غير حقيقة أو مغلوطة فقد تؤدي إلى نتائج مغلوطة في البحث.

- **صعوبة الوصول إلى الوثائق السرية:** في بعض الدراسات قد يتعدى على الباحث الوصول إلى الوثائق السرية أو المواد المحظوظة بسبب القوانين أو القيود الأمنية مما يعيق قدرة الباحث على إجراء تحليل شامل لكافة الجوانب المتعلقة بالموضوع.

- **صعوبة الحصول على إجابات حول الأسباب:** قد يواجهه تحليل المضمون صعوبة في تحديد الأسباب الكامنة وراء ظهور بعض الظواهر أو الرسائل في المواد المدروسة حيث قد لا تكون هناك تفسيرات واضحة أو جاهزة متاحة في النصوص التي يتم تحليلها.

7- المنهج المقارن:

7-1- تعريف المنهج المقارن:

هو إجراء علمي منظمي يهدف إلى تحليل الواقع الاجتماعي من خلال التركيز على وحدة أو أكثر من الوحدات الاجتماعية سواء كانت كلية أو فرعية، حيث تختار هذه الوحدات بعناية لتكون بمثابة إطار تحليلي يتيح دراسة أوجه التشابه أو الاختلاف بين المتغيرات أو العلاقات الاجتماعية، إذ يمكن تحليل هذه الوحدات على مستويات مختلفة بهدف اختبار الفرضيات واقتراح تفسيرات سببية تمتاز بالصدقية والشمولية، كما يمكن أن يستخدم هذا المنهج لتفسير القواعد السببية التي تميز كل حالة على حدة مما يساهم في فهم أعمق للظواهر الاجتماعية وعلاقتها الديناميكية. (حمزة، 2021، صفحة 218)

المنهج المقارن هو "منهج علمي يتضمن مجموعة من العمليات العقلية والمنهجية التي ترتكز على التحليل والتركيب والوصف الدقيق للظاهرة مع الحفاظ على ارتباطها بسياقاتها التاريخية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية دون فصلها عن هذه الأبعاد المتكاملة". (مجدوب، 2023، صفحة 290)

7-2- متطلبات المنهج المقارن:

تتمثل متطلبات المنهج المقارن فيما يلي: (قنديلي والسمراي، 2009، صفحة 206)

- يجب أن تتوفر فرصة للمقارنة بين حالتين أو أكثر بحيث يمكن تحديد أوجه الاختلاف والتشابه بوضوح بحيث يمكن أن تشمل هذه المقارنة ظواهر معينة عبر الزمن أو المكان أو الظروف المختلفة.
- يتطلب المنهج المقارن التحليل العميق والمفصل لأوجه التشابه والاختلاف بين الحالات المدروسة، إذ ينبغي دراسة هذه الأوجه بشكل نقدي لتوضيح تأثيراتها على النتائج النهائية للدراسة.
- من الضروري أن تكون المقارنة محددة بزمان ومكان معينين بحيث يتم تحديد الظروف والشروط التي تجري فيها المقارنة بشكل دقيق وواضح، هذا يساعد على جعل المقارنة أكثر دقة ويسهل التوصل إلى استنتاجات دقيقة.
- من المهم أن تكون أوجه التشابه والاختلاف بين الحالات المقارنة قابلة للمقارنة بشكل منطقي، فإذا كانت هناك اختلافات كبيرة بين الحالات بحيث يستحيل معها إجراء مقارنة ذات مغزى فإن المقارنة لا تكون مجدية.

7- خطوات المنهج المقارن:

- يمر المنهج المقارن بعدة خطوات رئيسية تمكن الباحث من الوصول إلى نتائج دقيقة ومنهجية، وهي كالتالي:
- (حمزة، 2021، الصفحات 219-220)
- تحديد مشكلة الدراسة: تبدأ عملية البحث بتحديد الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة بدقة وشمول حيث يتطلب ذلك التعرف على جميع جوانب الظاهرة وفهم أبعادها المختلفة وتحديد الموضوع المنهجي الذي ستتم المقارنة عليه، كما تشمل هذه الخطوة أيضًا اختيار العينة التي سيتم دراستها وإجراء المقارنة بناءً عليها.

- **تحديد الفرضيات والمفاهيم:** يقوم الباحث في هذه الخطوة بصياغة مجموعة من الفرضيات بدقة ومنهجية بحيث تحدد الفرضيات بناءً على نقاط التشابه والاختلاف بين الحالات أو الظواهر التي يتم دراستها، كما يتطلب ذلك وضع تعريفات واضحة للمفاهيم الأساسية المستخدمة في الدراسة ويعتمد الباحث هنا على اختيار متغيرات قابلة للقياس والمقارنة مثل العادات الاجتماعية أو العلاقات الإنسانية.

- **التفسير:** تمثل هذه الخطوة المرحلة الخامسة في المنهج المقارن حيث يحلل الباحث البيانات التي جمعها ويفسر النتائج التي توصل إليها حيث يعتمد نجاح هذه المرحلة على فهم الباحث العميق لبيانات وقدرته على ربطها بالفرضيات التي وضعها مسبقاً، كما يُعد التفسير دقيقاً ومتكاملاً عندما يُعزز العلاقات والأسباب والأثار بين الظواهر المقارنة.

- **استخلاص النتائج:** النتائج هي خلاصة التحليل والتفسير حيث تلخص أهم النقاط المستخلصة من دراسة الفرضيات والبيانات والمقارنات التي أجريت، كما تعتبر النتائج أساس البحث العلمي المنشور وهي المرحلة التي يثبت فيها الباحث صحة أو عدم صحة فرضياته بناءً على المعايير العلمية.

7-4- أنواع المقارنات:

تتعدد أنواع المقارنات لتقديم رؤى حول تطور الظواهر واختلافاتها بين الزمان والمكان، ومن أبرز

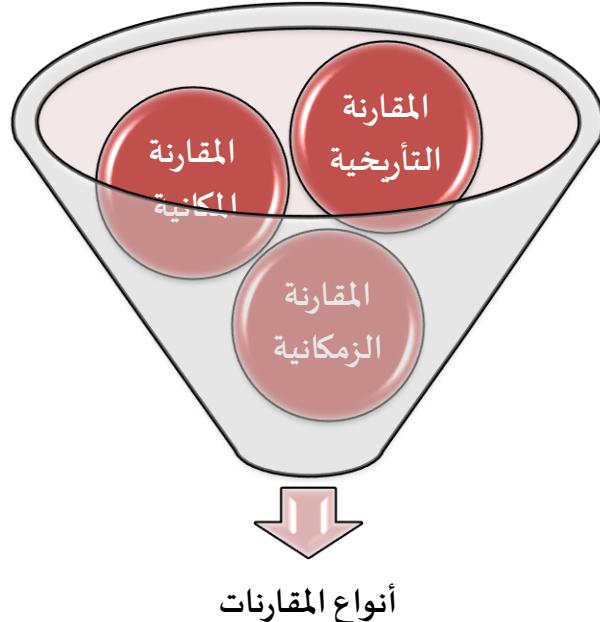
هذه الأنواع : (ابراهيم، 2017، صفحة 63)

- **المقارنة التاريخية:** هي مقارنة الظاهرة المدروسة عبر فترات زمنية مختلفة بهدف معرفة التطورات والتغييرات التي حدثت للظاهرة على مر الزمن، هذه المقارنة تتيح للباحثين فحص كيفية تطور بعض الظواهر عبر العصور المختلفة وتساعد في فهم العوامل التي أدت إلى حدوث هذه التغييرات.

- **المقارنة المكانية:** تعتمد على مقارنة نفس الظاهرة بين أماكن أو بيئات مختلفة، فهذا المقارنة تساعد في تحديد أوجه التشابه والاختلاف بين المجتمعات أو المناطق في كيفية تأثير الظاهرة الاجتماعية فهي تقدم رؤية واضحة حول كيفية تأثير الجغرافيا أو البيئة في الظواهر الاجتماعية.

- **المقارنة الزمكانية:** هي دمج بين المقارنة التاريخية والمقارنة المكانية حيث يتم مقارنة الظاهرة في مكان معين وזמן معين بمثيلتها في مكان آخر وזמן آخر، مثال على ذلك هو مقارنة دور الصحافة في الجزائر في الوقت الحالي مقارنةً بدورها في الستينيات ثم مقارنتها بدور الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية في نفس الفترتين، هذا النوع من المقارنات يمكن أن يوفر رؤية عميقة حول كيفية تأثير الزمن والمكان على تطور الظواهر الاجتماعية.

شكل رقم 06: بين أنواع المقارنات



تعتبر المقارنات التاريخية والمكانية والزمانية أدوات قوية لتحليل الظواهر فمن خلال هذه المقارنات يستطيع الباحثون تحديد أوجه التغير والتطور في الظواهر عبر الزمن أو المكان أو كليهما، وتساعد هذه الأنواع في فهم أعمق لكيفية تأثير العوامل التاريخية والجغرافية على المجتمع مما يمكن الباحثين من تطوير استنتاجات دقيقة وموضوعية حول السلوكيات والاتجاهات الاجتماعية في سياقات مختلفة.

7-5-7- أساليب المنهج المقارن:

الأساليب المستخدمة في المنهج المقارن هي مجموعة من الطرق التي يعتمد عليها الباحثون لدراسة الظواهر في سياقات مختلفة وتنطوي هذه الأساليب على تنوع في طريقة المقارنة والتطبيق، كما يمكن تلخيص هذه الأساليب في النقاط التالية: (مجدوب، 2023، صفحة 296)

- **أسلوب المقابلة:** يتم في هذا الأسلوب مقابلة مجموعة من الأشخاص أو استعراض مجموعة من الحالات المتنوعة وتوجيهه أسئلة محددة للحصول على معلومات دقيقة حيث تسمح هذه الطريقة بتحليل الاختلافات والتشابهات بين الإجابات لتحديد الأنماط أو العوامل المؤثرة في الظاهرة المدروسة، كما قد يتطلب هذا الأسلوب تحليلًا دقيقًا للمحتوى المقابل وتفسير الاختلافات أو التباين بين الحالات المدروسة مما يسهم في تعميق فهم الباحث للموضوع

- **أسلوب المقاربة:** هو أسلوب يستخدمه الباحث للمقارنة بين الظواهر الاجتماعية أو الثقافية من خلال التركيز على التشابه والاختلاف في سلوكيات أو مواقف معينة بين مجموعات مختلفة، كما يعتمد هذا الأسلوب على دراسة العلاقة بين الظواهر في سياقات محددة مثل البيئة الاجتماعية أو الثقافية من خلال مقارنتها مع ظروف أخرى في موقع أو أزمنة مختلفة.

- **طريقة المضاهاة:** المعروفة أيضاً بالمعارضة تعتمد على إبراز أوجه الاختلاف بين قانونين أو نصين مختلفين من حيث منهجيتهم، تتم هذه الطريقة بمقارنة النصوص القانونية التي توجد بينها فروقات واضحة وهي لا تكون مناسبة للمقارنة بين عدد كبير من النصوص أو المواد القانونية بل هي أكثر فعالية عندما تقتصر المقارنة على نصوص محدودة ومحددة.

- **طريقة الموازنة المنهجية:** تعد إحدى الأساليب المهمة في تطبيق المنهج المقارن حيث تهدف هذه الطريقة إلى مقارنة الظواهر أو الحالات المختلفة من خلال التركيز على أوجه التشابه والاختلاف بينها بما يتيح للباحث الوصول إلى استنتاجات دقيقة ومدروسة. كما تستخدم الموازنة المنهجية على نطاق واسع في العلوم الاجتماعية والإنسانية لتحليل العلاقات بين الظواهر المختلفة أو لفهم تأثير العوامل المتنوعة على الظواهر المدروسة.

7- مميزات المنهج المقارن:

يتسم المنهج المقارن بمجموعة من الخصائص الفريدة التي تجعله أداة فعالة في الدراسات البحثية لفهم الظواهر والعلاقات الاجتماعية والثقافية، فيما يلي أهم مميزات هذا المنهج:

(حمزة، 2021، صفحة 221)

- يتيح المنهج المقارن دراسة الكيانات الكبرى مثل الحضارات والثقافات والمجتمعات، وتعتبر هذا الميزة من أبرز خصائصه حيث تمكّن الباحث من تحليل السياقات العامة التي تشمل مجموعات كبيرة ومقارنتها لتحديد أوجه التشابه والاختلاف بينها.

- يقوم المنهج المقارن على أساس وجود أوجه اختلاف أو اتفاق بين الظواهر أو الوحدات موضوع الدراسة حيث تُمكّن هذه الخاصية الباحث من فهم الأسباب التي تؤدي إلى الاختلافات أو العوامل التي تعزز التشابهات بين الظواهر مما يسهم في الوصول إلى نتائج دقيقة وعلمية.

- يتطلب المنهج المقارن استخدام معايير محددة تتسم بالدقة والثبات، فالمقارنة الناجحة تعتمد على أسس علمية واضحة مثل الاعتماد على مقاييس متسبة وقابلة للتكرار بما يعطي البحث موثوقية وصحة في نتائجه.

- يشمل المنهج المقارن استخدام رموز موحدة وإجراءات دقيقة أثناء إجراء المقارنة حيث تساهم هذه الخاصة في تسهيل تحليل البيانات وتفسيرها على سبيل المثال استخدام رموز لغوية محددة أو وحدات قياس معيارية في البحث يقلل من احتمالية حدوث التباين الناتج عن اختلاف الأدوات المستخدمة، كما تُستخدم مقاييس دقيقة لتحليل الصور الذهنية أو الظواهر المدرستة.

7-7- عيوب المنهج المقارن:

تمثل عيوب المنهج المقارن في ما يلي: (علال، 2021، صفحة 167)

- أحد التحديات الأساسية في المنهج المقارن هو صعوبة إثبات العلاقة السببية بين المتغيرات، فالمنهج يعتمد على مقارنة ظواهر قائمة بالفعل مما يجعل من الصعب ضبط المتغيرات المستقلة بنفس الطريقة التي تطبق في البحوث التجريبية.

- أحد التحديات الأساسية في المنهج المقارن هو صعوبة إثبات العلاقة السببية بين المتغيرات، فالمنهج يعتمد على مقارنة ظواهر قائمة بالفعل مما يجعل من الصعب ضبط المتغيرات المستقلة بنفس الطريقة التي تطبق في البحوث التجريبية.

- يحتاج الباحث الذي يستخدم المنهج المقارن إلى مهارات خاصة مثل التحليل العميق والحنكة والذكاء بالإضافة إلى مؤهلات علمية قوية تمكّنه من التعامل مع التحديات البحثية.

- تتطلب المقارنات النظر في العديد من الجوانب المتداخلة مما يزيد من تعقيد البحث ويحتاج إلى جهد إضافي لفهم الفروقات الدقيقة بين الحالات.

خلاصة الفصل:

في ختام الحديث عن مناهج البحث في الاتصال يمكن القول إن هذه المناهج تقدم أدوات وأساليب متعددة للباحثين لفهم ظواهر الاتصال بشكل شامل ودقيق، فمن خلال استخدام المناهج المتنوعة يمكن الباحث من الحصول على رؤى متنوعة حول كيفية تأثير وسائل الإعلام والاتصال على الأفراد والمجتمعات، كما تساهم هذه المناهج في تطوير الفهم العلمي لكيفية معالجة قضايا الاتصال في مختلف السياقات الاجتماعية والثقافية، وعلى الرغم من تنوع المناهج البحثية في الاتصال إلا أن الجمع بين الأساليب المختلفة يمكن أن يعزز من قوة النتائج ويسهل الباحثين القدرة على تقديم تفسيرات متكاملة للظواهر الاتصالية، وبالتالي تبقى مناهج البحث في الاتصال حجر الزاوية لتطوير الدراسات الأكاديمية والإعلامية في هذا المجال.

الفصل السادس: أدوات البحث العلمي

تمهيد

1- الاستبيان.

2- المقابلة.

3- الملاحظة.

4- القياس.

خلاصة الفصل

أدوات البحث العلمي هي الوسائل والأساليب التي يعتمد عليها الباحث لجمع البيانات والمعلومات الالزامية للإجابة على أسئلة البحث أو اختبار فرضياته حيث تعد هذه الأدوات ضرورية لضمان دقة موضوعية نتائج البحث، إذ تساهم هذه الأخيرة في تحويل الفرضيات والنظريات إلى معلومات قابلة للتحليل والتفسير وتختلف أدوات البحث حسب نوع الدراسة والمجال العلمي فمنها أدوات كمية مثل الاستبيانات والاختبارات وأدوات نوعية مثل المقابلات واللاحظات، كما يشمل البحث العلمي استخدام الأدوات الرقمية مثل البرمجيات الإحصائية لتحليل البيانات وكذلك الأدوات الميدانية التي تشمل الأدوات الالزامية للملاحظة المباشرة وجمع العينات، فاختيار الأدوات المناسبة يتطلب فهماً دقيقاً للموضوع البحثي وأهداف الدراسة إضافة إلى أن كل أداة من هذه الأدوات تتطلب مهارات خاصة من الباحث لضمان استخدامها بشكل صحيح وفعال.

1- الاستبيان.

1-1- تعريف الاستبيان.

الاستبيان هو "أسلوب علمي يُستخدم لجمع البيانات التي يحتاجها الباحث لتأكيد صحة فرضيات الدراسة أو نفيها، كما يُعد الاستبيان أيضًا فنًا يعكس قدرة الباحث على الابتكار والإبداع خاصةً في صياغة الأسئلة بطريقة منظمة وواضحة، وبذلك يمكن تعريف الاستبيان على أنه أداة بحثية تطبق وفق أُسس البحث العلمي وقواعده مع التركيز على العلاقة الوثيقة بين أسئلة الاستبيان وفرضيات الدراسة".(الزياري، 2011، صفحة 144)

الاستبيان هو "أداة بحثية تتكون من مجموعة من الفقرات أو الأسئلة تهدف إلى جمع البيانات من أفراد العينة المستهدفة، تشمل الأسئلة أنواعاً مختلفة حيث يمكن أن تكون الإجابات مفتوحة حيث ترك فيها الحرية للمجيب للتعبير عن رأيه أو مغلقة تُطلب فيها إجابة محددة أو تعتمد على تحديد موقع الإجابة على مقياس متدرج. (بحري وخرموش، 2019، صفحة 345)

1-2- محتوى الاستبيان:

يتكون الاستبيان في صورته النهائية من جزأين أساسيين هما: (الزياري، 2011، الصفحات 148-

(149)

- مقدمة الاستبيان: تحتوي المقدمة على تعريف بالمؤسسة التي أُعدَّ الاستبيان تحت إشرافها مثل اسم الجامعة أو مركز البحث أو أي جهة علمية أخرى، كما تتضمن توضيحاً للغرض العلمي من الاستبيان

ونوع البيانات المطلوبة من المستجيبين مع التأكيد على سرية المعلومات واستخدامها فقط لأغراض الدراسة العلمية بعيداً عن أي استخدام إداري يُسمى هذا في تعزيز تجاوب المبحوثين وطمأنهم، إضافة إلى ذلك توضح المقدمة طريقة الإجابة على فقرات الاستبيان وفي نهايتها يُقدم الباحث شكره للمبحوث على تعاونه وموضوعيته في الإجابة.

- **فقرات الاستبيان:** تتضمن جميع الأسئلة التي تشكل محتوى الاستبيان حيث تُرفق خيارات الإجابة بجانب كل فقرة لتمكين المبحوث من اختيار الإجابة التي تُعبر عن رأيه بدقة.

3-3- مراحل جمع البيانات بواسطة الاستبيان:

إذا اختار الباحث الاستبيان كوسيلة لجمع المعلومات، فعليه إتباع الخطوات التالية: (غرابية وآخرون، 1977، صفحة 57)

- **تحديد المشكلة والمعلومات المطلوبة والمستجيبين:** يبدأ الباحث بتحديد مشكلة الدراسة بشكل دقيق مع تحديد المعلومات التي يسعى إلى جمعها والفئة المستهدفة التي ستطلب منها تعبئة الاستبيان.

- **تفكيك موضوع البحث إلى عناصره الأساسية:** يقوم الباحث بتقسيم موضوع الدراسة إلى عناصره الأولية والجوانب المختلفة التي تُشكّل المتغيرات ذات الصلة مما يساعد على التعمق في فهم المشكلة ووضع أسئلة دقيقة تُغطي جميع أبعاد الموضوع.

- **إعداد أسئلة الاستبيان:** بناءً على تقسيم الموضوع إلى عناصره الرئيسية يحدد الباحث الأسئلة المناسبة للحصول على المعلومات المطلوبة من المستجيبين بحيث تكون واضحة ومحددة.

- **إرشادات وتعليمات للمستجيبين:** يجب على الباحث وضع تعليمات واضحة تُسهل على المستجيبين فهم الأسئلة والإجابة عليها مع مراعاة توقع أي استفسارات قد تواجههم أثناء تعبئة الاستبيان.

- **مراجعة الأسئلة وتجريتها:** يختبر الباحث الاستبيان على عينة استكشافية تمثل الفئة المستهدفة ثم يحلل الإجابات، فإذا ظهرت حاجة لإعادة صياغة بعض الأسئلة أو توضيحها يُجري التعديلات المناسبة لضمان دقة الأسئلة ووضوحها.

- **طباعة الاستبيان:** بعد إدخال التعديلات الازمة واستشارة ذوي الاختصاص يقوم الباحث بتنقيح الاستبيان وتجهيزه في صورته النهائية للطباعة.

- **توزيع الاستبيان وإدارته:** يوزع الباحث الاستبيان على الأفراد المستهدفين سواء بتسليمه يدوياً أو بإرساله عبر البريد مع مراعاة توفير التوجيهات الضرورية لتعبئته.

- **جمع الاستبيان وتحليل البيانات:** في هذه المرحلة الأخيرة يجمع الباحث الاستبيانات المعبأة ويبدأ بتفسير المعلومات وتحليلها بما يخدم أهداف الدراسة.

4- أشكال الاستبيان:

يمكن تصميم الاستبيان وصياغته بثلاثة أشكال رئيسية، هي: (ذوقان وأخرون، 2015، الصفحات 108 - 109)

- الاستبيان المغلق:

يتضمن هذا النوع أسئلة تطلب من المجيب اختيار إجابة محددة من بين خيارات معدة مسبقاً مثل "نعم"، "لا"، أو "كثيراً"، "قليلًا"، "نادراً"، إذ يتميز هذا الشكل بقدرته على توفير بيانات دقيقة ومحددة مما يُساعد في تحليل النتائج بسهولة، كما يمتاز بسهولة الإجابة عليه حيث لا يتطلب وقتاً طويلاً أو جهداً إضافياً من المجيب ولا يتطلب منه كتابة إجابات نصية.

- الاستبيان المفتوح:

يتيح هذا النوع للمجيب حرية التعبير عن آرائه بالتفصيل مما يُمكن الباحث من التعرف على الأسباب والعوامل والدوافع التي تؤثر في الآراء والماواقف، ومع ذلك يُواجه هذا النوع بعض الصعوبات مثل قلة تحمس المجيبين للكتابة بشكل تفصيلي أو عدم توفر الوقت الكافي للإجابة، بالإضافة إلى ذلك يجد الباحث تحديات في تحليل الإجابات وتصنيفها بطريقة منهجية تسهل استخدامها.

- الاستبيان المغلق-المفتوح:

يجمع هذا الشكل بين النوعين السابقين حيث يحتوي على أسئلة مغلقة تتطلب اختياراً محدوداً من الإجابات المتاحة وأخرى مفتوحة تُتيح للمجيب حرية التعبير عن رأيه بمرونة، كما يعكس هذا الشكل توازناً بين الدقة والمرونة ما يتبع الحصول على بيانات كمية ونوعية.

5- شروط صياغة عبارات الاستبيان:

لضمان فعالية الاستبيان ودقته، يجب الالتزام بالشروط التالية: (بحري وخرموش، 2019،

صفحة 346)

- ينبغي أن تكون صياغة الأسئلة واضحة وسهلة الفهم للمستجيبين.
- يجب أن تكون الأسئلة قصيرة وتتناول موضوعاً واحداً فقط لتجنب البلس أو التعقيد.
- من الأفضل الابتعاد عن صياغة الأسئلة بطريقة سلبية حيث إن ذلك قد يؤدي إلى استجابات غير دقيقة.
- يُفضل الابتعاد عن استخدام كلمات تقنية أو اصطلاحات غير شائعة لدى أفراد العينة لأن ذلك قد يعيق فهم السؤال.

الفصل السادس: أدوات البحث

- ينبغي الابتعاد عن الأسئلة الموجهة أو الإيحائية التي قد تؤثر على إجابات المستجيبين وتجعلهم يميلون إلى اختيار إجابة ترضي الباحث.

- عند صياغة الأسئلة التي تتطلب إجابات عددية يجب تحديد الوحدة المستخدمة في القياس بشكل واضح لتجنب الالتباس.

6-1 مزايا الاستبيان:

تجلّى مزايا الاستبيان في النقاط التالية: (غرابية وأخرون، 1977، الصفحات 64 - 65)

- الوصول إلى شريحة واسعة من الأفراد: يتاح الاستبيان جمع المعلومات من عدد كبير من الأفراد حتى لو كانوا متبعدين جغرافياً وفي وقت قصير مقارنةً بطرق جمع البيانات الأخرى.

- التكلفة المنخفضة: يعد الاستبيان وسيلة اقتصادية لجمع المعلومات سواء من حيث المال أو الجهد المبذول، كما لا يتطلب تنفيذه وإدارته عدداً كبيراً من الباحثين المدربين حيث تُترك مهمة الإجابة وتسجيلها للمستجيب نفسه.

- موضوعية المعلومات: يُنظر إلى البيانات المُجمعة عبر الاستبيان على أنها أكثر موضوعية مقارنةً بالمقابلات أو وسائل أخرى نظراً لعدم الحاجة إلى ذكر اسم المستجيب في أغلب الأحيان مما يعزز شعوره بالخصوصية ويدفعه لتقديم معلومات دقيقة وموثوقة.

- التقني في التصميم: يوفر الاستبيان ظروفاً أفضل للتقنيين من خلال صياغة الألفاظ بدقة وترتيب الأسئلة بشكل منهجي وتسجيل الإجابات بطريقة موحدة مما يزيد من قيمته العلمية.

- إتاحة الوقت الكافي للتفكير: يمنح الاستبيان المستجيب الوقت اللازم للتفكير في إجاباته مما يخفف عنه الضغط ويسجّعه على تقديم إجابات دقيقة ومتأنية.

7-1 عيوب الاستبيان:

تجلّى عيوب الاستبيان في النقاط التالية: (ذوقان وأخرون، 2015، صفحة 113)

- تأثير صياغة الأسئلة على الإجابات: قد تؤثر صياغة بعض الأسئلة على إجابات المستجيبين خاصة إذا كانت الأسئلة تُوحّي بإجابة معينة مما يدفع المستجيب إلى تقديم إجابات ترضي الباحث بدلاً من التعبير عن رأيه الحقيقي.

- عدم دقة المعلومات المقدمة: يميل بعض المستجيبين إلى تقديم بيانات غير دقيقة أو جزئية وقد يتذمرون في التعبير عن آرائهم بصراحة لأسباب اجتماعية أو مخاوف أمنية تتعلق بسلامتهم الشخصية.

- نقص الجدية في الإجابة: قد يفتقر بعض المستجيبين إلى الجدية عند تعبئة الاستبيان مما يؤدي إلى إجابات سريعة وغير مدرورة.

- **تفاوت المستجيبين في المؤهلات والخبرة:** يختلف المستجيبون من حيث مستويات التعليم والخبرة وكذلك من حيث قدرتهم على التفاعل مع موضوع الاستبيان مما يجعل البيانات التي يقدمونها مرتبطة بخلفياتهم الشخصية وقد يؤثر ذلك على شمولية ودقة النتائج.

2- المقابلة:

1-2-تعريف المقابلة:

تعرف المقابلة بأنها "عملية تفاعل لفظي تجري بين شخصين في سياق مواجهة مباشرة حيث يسعى أحدهما وهو القائم بإجراء المقابلة إلى استقصاء معلومات أو استجابات معينة من الطرف الآخر (المبحوث) تتمحور حول آرائه ومعتقداته". (حسن، 1963، صفحة 448)

المقابلة هي "وسيلة اتصال مباشر تتم بين الباحث أو مساعديه وبين المبحوثين أو عينة مختارة من الأفراد حيث يتولى الباحث عادةً توجيه مجموعة من الأسئلة سواء كانت مفتوحة أو غير مفتوحة إلى المبحوثين ويتم تسجيل أو تدوين الإجابات بهدف مراجعتها وتحليلها لاحقاً، كما تُستخدم المقابلة على نطاق واسع في مختلف المجالات مثل الطب، الصحافة، التربية، توظيف الأفراد والعدالة وغيرها". (الزبياري، 2011، صفحة 136)

2- أهمية المقابلة:

تجلى أهمية المقابلة كأداة بحث في العديد من الجوانب التي تساهم في تعزيز فاعليتها في جمع المعلومات، ومن أبرز هذه الجوانب: (عطية، 2009، صفحة 222)

- **دراسة التعبيرات النفسية:** تمكن المقابلة الباحث من فهم التعبيرات النفسية للمبحوث مما يوفر فرصة لتحليل انفعالاته ومشاعره أثناء تقديم المعلومات، هذا يمكن أن يساعد الباحث في تفسير مدى تأثير الموضوعات على المبحوث وتحليل ردود فعله.

- **إقامة علاقة مودة وثقة:** من خلال المقابلة يستطيع الباحث بناء علاقة من الثقة والمودة مع المبحوث ما يسهل عليه الحصول على معلومات صادقة ودقيقة، حيث يشعر المبحوث بالأمان والراحة مما يجعله أكثر استعداداً للكشف عن التفاصيل المهمة التي قد لا يذكرها في وسائل جمع البيانات الأخرى.

- **فرصة للتعبير عن الآراء:** توفر المقابلة للمبحوث فرصة للتعبير عن آرائه وأفكاره بطرق أكثر تفصيلاً، هذه الخصوصية في التعبير تتيح للمبحوث مناقشة الأفكار والآراء التي قد تكون هامة للبحث مما يساعده في إثراء البيانات التي يتم جمعها.

الفصل السادس: أدوات البحث

- ميدان مناسب للتعبير عن المشاعر والانفعالات: تعتبر المقابلة بيئه مثالية لإظهار المشاعر والانفعالات الشخصية مثل الغضب أو الفرح أو الخوف أو القلق، هذه المشاعر قد تكون ذات أهمية كبيرة لفهم مواقف المبحوثين وتوجهاتهم مما يساهم في تقديم تفسيرات أعمق حول الموضع المدروسة.

2-3- خطوات إجراء المقابلة:

يتطلب استخدام المقابلة إتباع خطوات تمثل فيما يلي: (ذوقان وآخرون، 2015، الصفحات

(118 - 117)

- الإعداد للمقابلة:

يتطلب التحضير الجيد للمقابلة تحديد أهدافها بوضوح حيث يجب أن يعرف الباحث ما يريد الحصول عليه من معلومات وأراء تساعد في الإجابة على أسئلة الدراسة أو حل المشكلة المطروحة، كما يتبعن عليه اختيار العينة المناسبة من المفحوصين الذين لديهم الرغبة في التعاون وتقديم المعلومات المطلوبة، بالإضافة إلى ذلك يجب إعداد الأسئلة بشكل واضح ومحدد مع ترتيبها بشكل منطقي ومتسلسل، وأخيراً يجب تحديد مكان وزمان المقابلة بعناية بحيث يكون المكان مريحاً للمفحوص والوقت مناسباً له.

- تنفيذ المقابلة:

بعد الإعداد الجيد يبدأ الباحث في إجراء المقابلة مع العينة المختارة حيث يتطلب تنفيذ المقابلة القدرة على بناء جو ودي وآمن يساعد المفحوص على الإجابة بحرية ودون شعور بالضغط، إذ يجب على الباحث طرح الأسئلة بوضوح مع منح المفحوص الوقت الكافي للتفكير والإجابة، كما ينبغي أن يكون الباحث حرياً على توجيه النقاش بشكل محكم دون الخروج عن الموضوع مع تجنب الاستطراد أو الإجابات غير المرتبطة بالأسئلة المطروحة.

- تسجيل المقابلة:

من المهم أن يسجل الباحث الإجابات بدقة بعد التأكد من صحتها، ففي بعض الأحيان قد يتذكر المفحوصون بعض التفاصيل بشكل غير دقيق أو قد يقدمون إجابات منحازة لذا يجب على الباحث طرح أسئلة إضافية للتحقق من المعلومات، كما يجب الانتباه إلى أن التسجيل لا يشمل كل ما يقال حرفياً بل يجب فحص وتسجيل الإجابات التي تحمل قيمة معرفية مهمة لدراسة الموضوع.

2-4- متطلبات نجاح المقابلة:

لضمان نجاح المقابلة يجب أن يأخذ الباحث في اعتباره مجموعة من النقاط الأساسية التي تساهم في تحقيق فعالية المقابلة وجمع معلومات دقيقة، من هذه النقاط: (عطية، 2009، صفحة 226)

الفصل السادس: أدوات البحث

- التمكّن من الكفايات الأدائية: يجب على الباحث أن يكون متمكّناً من المهارات الالازمة لإجراء المقابلة وهذا يتطلّب الممارسة والتدريب المسبق لضمان إتقان الأساليب التي تساعده في إجراء المقابلة بشكل احترافي.
 - إعداد دليل للمقابلة: يتعين على الباحث إعداد دليل شامل يحتوي على الخطوات الأساسية لإجراء المقابلة بما في ذلك طريقة طرح الأسئلة والأسلوب المتبع في التعامل مع المبحوثين.
 - وضوح الأسئلة وقصرها: يجب أن تكون الأسئلة واضحة وسهلة الفهم بحيث يستطيع المبحوث الإجابة عليها بشكل دقيق، كما يُفضل أن تكون الأسئلة قصيرة لتجنب أي لبس أو تشوش قد يؤثر على استجابة المبحوث.
 - كسب ثقة المبحوث: على الباحث أن يسعى لبناء علاقه من الثقة مع المبحوثين مع الحرص على ألا يتجاوز حدود العرف أو القانون أو الشرع خلال اللقاء.
 - التأكّد من صدق استجابة المبحوث: يجب على الباحث التأكّد من أن الإجابات التي يقدمها المبحوث دقيقة وصحيحة وذلك من خلال التحقق من الإجابات والتأكّد من صحتها.
 - تجنب التأثير على الإجابات: ينبغي على الباحث أن يحرص على عدم التأثير على استجابة المبحوث أو توجّهها بما يتناسب مع رغباته الشخصية أو مع أهداف البحث.
 - إبقاء المبحوث في إطار الموضوع: يجب أن يوجه الباحث المبحوث للالتزام بال موضوع المطروح وعدم الخروج عن نطاق السؤال المحدد.
 - عدم إخراج المبحوث: يجب تجنب توجيهه أسئلة قد تضع المبحوث في موقف محرج أو تهجم عليه مما قد يؤدي إلى تغييرات في سلوكاته أو ردوده.
 - التدرج في طرح الأسئلة: يُفضل أن يتبع الباحث أسلوب التدرج في طرح الأسئلة بدءاً من الأسئلة العامة وصولاً إلى الأسئلة الأكثر تخصيصاً وتعقيداً.
 - التزام ترتيب الأسئلة: ينبغي أن يتبع الباحث الترتيب المتسلّسل للأسئلة كما هو مدون في استماره المقابلة مما يساهّم في تنظيم سير المقابلة.
 - إعطاء الوقت الكافي للإجابة: يجب على الباحث أن يتيح للمبحوث الوقت الكافي للتفكير والإجابة دون ضغط مع مراعاة حالة المبحوث وعدم إرهاقه بالأسئلة المتتالية.
- 2-5- مزايا المقابلة:

تمثل مزايا المقابلة في عدة جوانب، منها: (الزيباري، 2011، صفحة 142)

الفصل السادس: أدوات البحث

- ❖ تعتبر المقابلة أداة فعالة لدراسة المجتمعات التي ترتفع فيها نسبة الأمية وتقل فيها معدلات التعليم حيث يمكن استخدامها للوصول إلى معلومات قيمة رغم هذه العوامل.
- ❖ تتميز المقابلة بارتفاع نسبة الردود مقارنةً بوسائل جمع البيانات الأخرى مثل الاستبيانات.
- ❖ تتيح المقابلة للباحث إقامة علاقة ثقة مع المبحوثين مما يسهل عليه الحصول على المعلومات الدقيقة والمطلوبة.
- ❖ توفر المقابلة فرصة للباحث للاحظة التعبيرات الجسدية والفموية التي قد تظهر على المبحوثين مما يساعد في تفسير إجاباتهم أو التتحقق من صدقها.
- ❖ تعد المقابلة مناسبة للأفراد الذين يحتاجون إلى شعور بالتقدير والاحترام مثل كبار السن أو الموظفين التقاعدين.
- ❖ تعتبر وسيلة فعالة لتقدير الصفات الشخصية حيث يمكن للباحث فهم سلوكيات وأبعاد شخصية المبحوث بشكل أفضل.
- ❖ تتمتع المقابلة بالمرونة حيث يمكن تعديل الأسئلة أثناء المقابلة بما يتناسب مع تطور الحوار مع المبحوث.

6-2 عيوب المقابلة:

تتمثل عيوب المقابلة في عدة جوانب، أبرزها: (عقيل، 2010، صفحة 276)

- الوقت والتكاليف: المقابلة تتطلب وقتاً طويلاً وتكلفة مالية مرتفعة مقارنة بوسائل جمع البيانات الأخرى مثل الاستبيانات مما قد يؤثر على الجدوى الاقتصادية في بعض الدراسات.
- التأثير بالعواطف: قد تتأثر الدراسة بعواطف الباحث أو المبحوثين إذا لم يتم الالتزام بالمبادئ المهنية مما يؤدي إلى تحريف النتائج أو التأثير على موضوعية المقابلة.
- الحاجة إلى مساعدين مدربين: يتطلب إجراء المقابلات فريقاً من المساعدين المدربين بشكل جيد لدعم الباحث في جمع البيانات وتحليلها مما يزيد من تعقيد تنظيم العملية.
- تأثير البيئة على المبحوث: قد يضع الباحث المبحوث في موقف أو ردود أفعال غير طبيعية قد لا تعكس الحقيقة بشكل دقيق خاصة إذا كانت المقابلة تتضمن أسئلة حساسة أو تثير التوتر.

- صعوبة التقنيين: من الصعب تقنين المقابلة نظرًا لاختلاف أساليب الباحثين وظروف المبحوثين مما يستدعي في بعض الأحيان تعديل الأسئلة أو تغيير صياغتها بما يتناسب مع كل حالة.

3- الملاحظة:

1-3-تعريف الملاحظة:

الملاحظة هي "عملية علمية منظمة ومخطططة تهدف إلى مراقبة الظواهر والمشكلات والأحداث بمختلف مكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها والعلاقات التي تربط بينها، كما تسعى الملاحظة إلى تفسير الظواهر وتحديد العلاقات بين المتغيرات والتنبؤ بسلوكها بهدف توجيهها لخدمة احتياجات الإنسان وتحقيق أهدافه". (تنيو، 2020، صفحة 44)

الملاحظة هي "عملية توجيهه الانتباه المقصود والموجه نحو سلوك فردي أو جماعي بهدف متابعته ورصد التغيرات التي طرأ عليه وذلك لتمكين الباحث من وصف هذا السلوك وتحليله أو تقييمه، كما تسعى الملاحظة إلى دراسة ظاهرة محددة أو حادثة معينة بهدف الكشف عن أسبابها وفهم القوانين التي تحكمها". (لحضري، 2024، صفحة 255)

2- متطلبات الملاحظة الجيدة:

لتحقيق ملاحظة فعالة وذات جودة عالية يجب على الباحث الالتزام بالعديد من الإرشادات الأساسية، من بينها: (بدر، 1996، صفحة 344)

- الإلمام المسبق بالمعلومات: ينبغي للباحث أن يكتسب معلومات مسبقة وشاملة حول الظاهرة أو الموضوع الذي سيقوم بمحاذنته لضمان فهم سياق الملاحظة واستيعاب تفاصيلها بدقة.

- وضوح الأهداف: يجب أن تكون أهداف الملاحظة محددة بوضوح سواء كانت أهدافاً عامة تتعلق بالدراسة ككل أو أهدافاً تفصيلية تتعلق بجوانب محددة من الظاهرة قيد الدراسة.

- وضع نظام لتسجيل النتائج: من الضروري أن يعتمد الباحث وسيلة مناسبة لتسجيل الملاحظات مثل وضع استمار أو جدول بهدف تنظيم البيانات وضمان تقنينها، كما ينبغي تحديد الوحدات الإحصائية أو التصنيفات المستخدمة في تسجيل البيانات.

- **تحديد الفئات المستهدفة:** يُعد تحديد الفئات أو الأشخاص الذين سيتم ملاحظتهم جزءاً مهماً من إعداد الملاحظة لضمان تركيز الجهد البحثي على الفئات ذات الصلة بموضوع الدراسة.

- **التأني في الملاحظة:** يجب أن تتم الملاحظة بدقة وعناية مع تجنب التسرع أو العشوائية بحيث يتطلب ذلك من الباحث أن يكون ناقداً في ملاحظاته منظماً في تسجيلها ومتعرساً في تصنيف البيانات وتصنيفها بطريقة منهجية.

- **التمييز بين الظواهر:** ينبغي على الباحث أن يقوم بقياس وتقييم كل ظاهرة بشكل مستقل باستخدام مقاييس محددة وممنهجة لتجنب تداخل التأثيرات بين التصنيفات المختلفة.

- **التدريب على الأدوات المستخدمة:** يجب أن يتدرّب الباحث على استخدام الأدوات أو الأجهزة اللازمة للملاحظة وأن يكتسب الخبرة في التعامل معها لضمان دقة النتائج وكفاءتها.

تطبيق هذه المتطلبات يساعده في رفع مستوى الدقة والموضوعية في الملاحظة مما يجعلها أداة فعالة لجمع بيانات موثوقة تعزز من جودة البحث العلمي.

3-3- أنواع الملاحظة:

تنوع أساليب الملاحظة تبعاً لطبيعتها وأهدافها في البحث العلمي، وفيما يلي أنواع الملاحظة:
(العاوی، 2008، الصفحات 150-151)

- **الملاحظة العارضة:** تعرف بأنها ملاحظة تتم بشكل غير مخطط أو عرضي حيث يلاحظ الباحث الأحداث أو الظواهر كما تحدث بشكل طبيعي دون تخطيط مسبق، إذ تُستخدم هذه الطريقة غالباً في المراحل الأولى من البحث لاستكشاف الموضوعات بشكل عام لكنها قد تفتقر إلى الدقة والضبط العلمي.

- **الملاحظة البسيطة:** يتم فيها رصد الظواهر أو الأحداث دون تدخل الباحث أو مشاركته حيث يقتصر دور الباحث على مراقبة الأحداث وتسجيلها كما هي دون التأثير على سياقها، إذ تُعد هذه الطريقة مناسبة للأبحاث التي تتطلب مراقبة طبيعية لكنها قد لا تتيح فهماً عميقاً للدروافع أو العوامل الكامنة وراء السلوك.

- **الملاحظة المضبوطة:** تسمى هذه الملاحظة بالخطيط المسبق والضبط الدقيق حيث يحدد الباحث الظاهرة المراد دراستها والأدوات المستخدمة ومعايير الملاحظة بشكل واضح، كما تُعتبر هذه الطريقة أكثر دقة ومنهجية وتُستخدم في الدراسات التي تتطلب جمع بيانات قابلة للتحليل العلمي.

الفصل السادس: أدوات البحث

- **اللإلاحظة المشاركة:** في هذا النوع يشارك الباحث بشكل فعلي في الأحداث أو الأنشطة التي يلاحظها حيث تتيح هذه الطريقة للباحث فرصة لفهم الظواهر من الداخل ومعايشتها مما يمكّنه من جمع بيانات أكثر عمقاً وتفصيلاً، إلا أن التحدى يكمن في الحفاظ على الموضوعية أثناء المشاركة.

- **اللإلاحظة الجماعية:** تتضمن مشاركة فريق من الباحثين في رصد الظواهر أو الأحداث حيث يتتيح هذا النوع من الملاحظة تنوع وجهات النظر وزيادة دقة النتائج، كما يمكن لفريق المراقبين مقارنة الملاحظات والتحقق من دقتها إلا أن التنسيق بين أعضاء الفريق قد يُشكّل تحدياً لضمان انسجام البيانات.

كل نوع من أنواع الملاحظة يُستخدم وفقاً لطبيعة البحث وأهدافه مما يجعل اختيار النوع المناسب أداة فعالة للحصول على بيانات دقيقة وشاملة.

4- خطوات الملاحظة:

تتضمن الملاحظة العلمية خطوات محددة تساهم في ضمان دقة وفاعلية جمع البيانات، وهذه الخطوات هي: (عقيل، 2010، الصفحات 237-238)

- **اختيار الموضوع وتحديد وفق أهداف واضحة ومحددة:**

في البداية يجب على الباحث اختيار موضوع الملاحظة بدقة وفقاً لأهداف البحث حيث يتبعين أن تكون هذه الأهداف واضحة ومحددة حتى يمكن الباحث من تحديد ما الذي يسعى إلى ملاحظته بدقة مما يساعد في توجيه الملاحظة نحو جمع البيانات الأكثر صلة بالبحث.

- **تحديد وحدة الاهتمام:**

بعد تحديد الموضوع يجب على الباحث تحديد وحدة الاهتمام التي سيتم ملاحظتها فقد تكون هذه الوحدة فرداً، مجموعة، سلوكاً معيناً أو حتى حدثاً محدداً، فتحديد الوحدة يساعد الباحث في التركيز على الظواهر التي تساهم في تحقيق أهداف الدراسة.

- **تحديد الظرف المناسب لإجراء الملاحظة والمشاهدة:**

يجب أن يتم تحديد الوقت والمكان المناسبين لإجراء الملاحظة حيث يتضمن هذا معرفة الظروف التي يفضل فيها جمع البيانات لضمان أن الملاحظات ستكون دقيقة وصحيحة، كما يساعد تحديد الظروف المناسبة في الحصول على بيانات تمثل الواقع بشكل صحيح دون التأثيرات الخارجية.

- **تحديد نوع العلاقة المناسبة مع الموضوع:**

يجب على الباحث أن يقرر نوع العلاقة التي سيرتبط بها مع الموضوع الذي سيقوم بمالحظته فهناك نوعان رئيسيان للعلاقة: الأولى حيث يكون الباحث متفاعلاً ومندمجاً في الحدث (الملحظة المشاركة)، والثانية حيث يظل الباحث بعيداً وغير متداخل مع الظواهر (الملحظة غير المشاركة).

- تحديد كيفية وأساليب التسجيل:

من الضروري تحديد كيفية تسجيل الملاحظات بشكل دقيق ومرتب، إذ يمكن أن يتخد التسجيل أشكالاً متنوعة مثل الملاحظات المكتوبة أو تسجيل الصوت أو الفيديو، كما ينبغي للباحث أن يحدد الطريقة التي سيتم بها تحليل هذه البيانات بعد جمعها لضمان دقتها وموثوقيتها في سياق البحث.

3-5- الشروط الالزمة للملاحظة:

لضمان فعالية ودقة الملاحظة في البحث العلمي يجب أن تتوافر ثلاثة شروط أساسية تساهم في نجاح العملية وتحقيق أهداف الدراسة، هذه الشروط هي: (عمرس..، 2009، صفحة 100)

- الانتباه: يعتبر الانتباه من أولى وأهم الشروط في عملية الملاحظة حيث يتطلب من الباحث أن يكون في حالة تركيز شديدة أثناء ملاحظته للظواهر أو السلوكيات المستهدفة، يجب على الباحث أن يبذل جهداً مستمراً لمتابعة الأحداث والتفاصيل الصغيرة التي قد تكون حاسمة لفهم الموضوع بشكل كامل، كما الانتباه يمكن أن يساعد في التقاط معلومات دقيقة قد تكون غير ملحوظة في الحالة العادية وبالتالي يعزز من جودة البيانات التي يتم جمعها خلال الملاحظة.

- الإحساس: يشمل الإحساس قدرة الباحث على استشعار ما يحدث حوله باستخدام حواسه بشكل شامل حيث يتطلب الأمر أن يكون الباحث حساساً للعوامل البيئية المحيطة مثل التغيرات في الأجواء أو ردود الأفعال البشرية فمن خلال إحساسه يمكن الباحث من التقاط التفاصيل التي قد تبدو غير مرئية على سطح الأحداث، فالإحساس الجيد يسهم في تعزيز الملاحظة الشاملة التي توفر بيانات غنية تساعده الباحث في تفسير الظواهر بشكل دقيق.

- الإدراك: الإدراك هو القدرة على تفسير وتحليل المعلومات التي يتم جمعها خلال عملية الملاحظة فلا يكفي فقط ملاحظة الأحداث أو السلوكيات بل يجب على الباحث أن يكون قادرًا على فهم المعاني الكامنة وراء هذه الظواهر، فالإدراك يتطلب من الباحثربط المشاهدات بالأسباب المحتملة والتعرف على العلاقات بين الظواهر بشكل منطقي فعندما يكون الإدراك دقيقاً يستطيع الباحث تقديم استنتاجات موضوعية وواقعية حول الظواهر التي يدرسها.

3-6- مزايا الملاحظة:

الفصل السادس: أدوات البحث

تعتبر الملاحظة من الأدوات البحثية المهمة التي يعتمد نجاح استخدامها على قدرة الباحث في تطبيقها بشكل علمي وموضوعي حيث يتطلب الأمر مهارة في التمييز بين الأحداث وربطها ببعضها بدقة فضلاً عن القدرة على توثيق الملاحظات بشكل صحيح، فعند استخدام الباحث لهذه الوسيلة فإنه سيلاحظ العديد من المزايا، ومنها:

(Travers, 1958, p. 191)

- تعد الملاحظة أفضل وسيلة مباشرة لدراسة أنواع متعددة من الظواهر البشرية حيث أن هناك جوانب من التصرفات الإنسانية لا يمكن دراستها بطرق أخرى سوى من خلال الملاحظة.

- لا تتطلب الملاحظة جهوداً كبيرة من الأفراد الذين تم ملاحظتهم مقارنةً بالطرق البحثية الأخرى مثل الاستبيانات أو المقابلات الشخصية.

- تتيح الملاحظة للباحث جمع البيانات في بيئات سلوكية مألوفة مما يجعل سلوك الأفراد أكثر طبيعية وأقل تأثراً بالعوامل الخارجية.

- تمكن الملاحظة الباحث من جمع الحقائق المتعلقة بالسلوك أثناء حدوثها مما يضمن الحصول على بيانات دقيقة وفي وقتها الفعلي.

- تقلل الملاحظة من الحاجة للاعتماد على الاستنتاجات المبدئية لأنها تتيح للباحث ملاحظة الظواهر مباشرة.

- توفر الملاحظة فرصة للحصول على بيانات ومعلومات قد لا يكون الأفراد موضوع البحث قد فكروا في ذكرها أثناء المقابلات أو التفاعلات الكتابية معهم.

7-3 عيوب الملاحظة:

على الرغم من أن الملاحظة تعتبر وسيلة فعالة في البحث إلا أن لها بعض العيوب التي قد تؤثر على نتائج الدراسة، ومن أبرز هذه العيوب:

(Travers, 1958, p. 191)

- قد يتأثر سلوك الأفراد الذين تم ملاحظتهم عندما يدركون أنهم تحت المراقبة، فقد يكون لديهم دافع لإظهار سلوك معين لإعطاء انطباع جيد أو سيء للباحث مما يؤدي إلى تشويه النتائج.

الفصل السادس: أدوات البحث

- من الصعب على الباحث التنبؤ بحدوث حادثة عفوية في الوقت الذي يتواجد فيه مما يجعل فترة الانتظار طويلة ومرهقة، ففي كثير من الحالات قد يحتاج الباحث إلى الانتظار لفترات طويلة دون التأكد من حدوث الحدث المطلوب.
- يمكن أن تعرّض الملاحظة بعض العوامل غير المتوقعة مثل التقلبات الجوية أو أحداث طارئة أخرى قد تؤثر على إمكانية تنفيذ الملاحظة.
- الملاحظة قد تكون محدودة زمنياً وجغرافياً فبعض الأحداث قد تستغرق عدة سنوات أو تحدث في أماكن متعددة مما يزيد من صعوبة مهمة الباحث في متابعة الأحداث المختلفة.
- هناك بعض الأحداث التي لا يمكن ملاحظتها بشكل مباشر مثل تلك المتعلقة بالحياة الشخصية للأفراد، في هذه الحالات قد يكون من الضروري استخدام وسائل أخرى مثل المراسلة أو المقابلات الشخصية للحصول على المعلومات المطلوبة.

4- القياس:

1-4- تعريف القياس:

القياس هو "عملية تهدف إلى وصف المفاهيم المجردة من خلال استخدام مؤشرات قابلة للملاحظة مع تخصيص رموز أو أوزان لهذه المؤشرات بناءاً على قواعد محددة، إذ يمثل القياس انتقالاً من المستوى النظري والمجرد إلى المستوى المادي والملموس ويرتبط بشكل أساسي بدراسة المتغيرات". (سرحان، 2017، صفحة 193).

يمكن تعريف القياس على أنه "عملية تخصيص أرقام لخصائص الحاجات أو الأحداث باستخدام قوانين معينة، ويكون القياس فعالاً عندما تعكس العلاقات بين الحوادث أو المتغيرات في النظام النظري بشكل مباشر القوانين المعتمدة في النظام الرقمي أو العددي، وإذا حدث خطأ في تمثيل هذه الاستجابة فإن ذلك يؤدي إلى حدوث خطأ في عملية القياس نفسها". (العلاؤنة، 1996، صفحة 133)

2-4- خصائص أداة القياس الجيدة:

من أهم الخصائص التي يجب أن تتوفر في أداة القياس ما يلي: (الضامن، 2007، صفحة 110)

- التركيز : يجب أن تقيس الأداة شيئاً واحداً في نفس الوقت، فعلى سبيل المثال يجب أن تقيس المسطرة الطول فقط وليس الحرارة في ذات الوقت.
- الصدق : يشير إلى قدرة الأداة على قياس ما يفترض أن تقيسه بشكل دقيق.
- الثبات : يجب أن توفر الأداة نتائج ثابتة ومستقرة عند القياس في مواقف مختلفة.
- الدقة : يجب أن يقيس المقياس أو الأداة ما نرغب في قياسه بدقة عالية.
- البساطة : من المفترض أن تكون الأداة بسيطة وسهلة الفهم مما يسهل استخدامها.
- سهولة الاستخدام : يجب أن تتضمن الأداة طريقة واضحة وسهلة للاستخدام لضمان أنها تعمل بشكل صحيح دون تعقيدات.

3-4-مستويات القياس:

من أجل ضمان تماثل الأنظمة العددية مع الخصائص التجريبية أو المؤشرات محل القياس، يميز العلماء بين أربع طرائق رئيسية للقياس، وهي: (فرانكفورت ودافيد، 2004، صفحة 170)

- المستوى الاسمي: يعتبر المستوى الاسمي أدنى مستوى للاقيام، في هذا المستوى تُستخدم الأعداد أو الرموز لتصنيف الأشياء أو الملاحظات حيث تتساوى الظواهر التي تصنف ضمن نفس الفئة لكنها لا تتساوى مع الظواهر المصنفة في فئات أخرى، كما يميز هذا المستوى بخاصية التكافؤ، حيث لا توجد علاقة ترتيبية بين الفئات المختلفة.
- المستوى الترتيبي: في هذا المستوى تظهر المتغيرات علاقات معينة بينها يمكن قياسها باستخدام رموز تشير إلى ترتيب مثل "أكبر من" أو "أصغر من"، كما يتسم المستوى الترتيبي بخاصية التكافؤ أيضاً ولكن يمكن ترتيب الملاحظات أو المتغيرات وفقاً للعلاقات بينها.
- المستوى الفئوي: تكون المسافة عند المستوى الفئوي بين الملاحظات معروفة بدقة وثابتة، في هذا المستوى يمكن مقارنة الظواهر بناءً على هذه المسافات الثابتة ويتم تحديد أي ملاحظة على أنها أكبر أو أصغر من الأخرى، كما يظهر هذا المستوى أيضاً خاصية التكافؤ.
- المستوى النسبي: يستخدم هذا المستوى عندما تمتلك المتغيرات نقاط صفرية طبيعية، حيث يتميز المستوى النسبي بخاصية التكافؤ وال العلاقات الترتيبية مثل "أكبر من" و"أصغر من" بالإضافة إلى أن الفئات ثابتة، كما يتميز هذا المستوى أيضاً بوجود نقطة صفر طبيعية مما يسمح بإجراء قياسات دقيقة.

4-4. أخطاء القياس:

ثمة نوعان من الأخطاء يشوبان القياس هما: (سرحان، 2017، الصفحات 210-211)

- الأخطاء العشوائية:

هي الأخطاء التي تحدث بشكل غير منتظم وبدون نمط محدد حيث يمكن أن تنشأ هذه الأخطاء نتيجة لعدة عوامل غير قابلة للتحكم فيها مثل التغيرات الطفيفة في الظروف المحيطة أثناء القياس (مثل الضوء أو درجة الحرارة) أو اختلافات بسيطة في طريقة القياس نفسها، فيما أن هذه الأخطاء تحدث بشكل عشوائي فإنها عادةً ما تتوزع حول القيمة الحقيقية للمقياس ما يعني أنها تؤثر على القياس بشكل غير ثابت، وبالتالي يمكن تقليل تأثير هذه الأخطاء باستخدام أدوات قياس أكثر دقة أو عن طريق تكرار القياسات للحصول على نتائج أكثر دقة.

- الأخطاء المنتظمة:

هي الأخطاء التي تحدث بشكل ثابت ومستمر ولها نمط واضح أو سبب يمكن تحديده، تكون هذه الأخطاء نتيجة لعوامل معروفة مثل استخدام أدوات قياس غير دقيقة أو غير معايرة بشكل صحيح أو إتباع أساليب قياس خاطئة أو غير متسقة، فالأخطاء المنتظمة تؤدي إلى انحراف ثابت في القياسات مما يعني أن النتائج ستظل دائمةً في نفس الاتجاه الخاطئ سواء كانت أكبر أو أصغر من القيمة الحقيقية، كما يمكن تحديد وتصحيح هذه الأخطاء عن طريق معايرة الأدوات بشكل دوري أو تعديل طرق القياس المستخدمة.

يعتبر فهم الأخطاء العشوائية والمنتظمة أمراً أساسياً لضمان دقة القياسات وتقليل التأثيرات السلبية على النتائج البحثية.

خلاصة الفصل:

تظل أدوات البحث العلمي عنصراً حيوياً في العملية البحثية إذ تعتبر وسيلة أساسية لتحويل الأفكار والنظريات إلى حقائق علمية قابلة للتحقق، تتطلب هذه الأدوات قدرًا كبيراً من الدقة والمهارة في

الفصل السادس: أدوات البحث

استخدامها حيث لا تقتصر أهميتها على جمع البيانات فقط بل على تنظيمها وتحليلها بطريقة تساهم في الإجابة على أسئلة البحث، فعلى الرغم من تنوع الأدوات المتاحة من الاستبيانات إلى المقابلات ومن الملاحظات إلى البرمجيات التحليلية فإن نجاح البحث يعتمد بشكل رئيسي على كيفية اختيار الأداة الأنسب لطبيعة الموضوع البحثي، في النهاية توفر الأدوات البحثية أرضية خصبة للباحثين للغوص في عمق الظواهر التي يدرسونها مما يعزز القدرة على التوصل إلى نتائج علمية دقيقة.

الفصل السابع: العينات والمعاينة

تمهيد

- 1- مفهوم العينة ومجتمع البحث.
 - 1-1- تعريف العينة.
 - 1-2- تعريف مجتمع البحث.
- 2- مبررات اختيار العينة.
 - 3- تحديد حجم العينة.
 - 4- خطوات اختيار العينة.
 - 5- أنواع العينات.
 - 5-1-العينات الاحتمالية.
 - 5-2- العينات غير الاحتمالية.

خلاصة الفصل

تعد العينات والمعاينة من الأسس الجوهرية في البحوث العلمية، إذ تساعد في جمع البيانات بشكل يمثل المجتمع الأكبر الذي يتم دراسته، فنظرًا ل الوقت والموارد المحدودة في غالبية الدراسات فإن استخدام العينات يتيح للباحثين الوصول إلى استنتاجات علمية دقيقة دون الحاجة إلى دراسة كل فرد في المجتمع المستهدف حيث تعتمد عملية المعاينة على اختيار مجموعة صغيرة من الأفراد أو الظواهر بحيث تعكس الخصائص الأساسية للمجتمع بشكل عام، كما يتطلب اختيار العينات أساسًا علمية ومتطلبات منهجية مثل تحديد نوع المعاينة (عشوانية أو غرضية) وضبط حجم العينة مما يساعدهم في ضمان صحة النتائج التي تم التوصل إليها.

1- مفهوم العينة ومجتمع البحث:

1-1-تعريف العينة:

العينة هي "جزء محدد من مجتمع الدراسة يتم اختياره لجمع البيانات الميدانية بهدف تمثيل المجتمع الأصلي، بمعنى آخر يتم اختيار مجموعة من أفراد المجتمع أو وحداته بحيث تكون ممثلة لخصائص المجتمع الأصلي بحيث تُجرى الدراسة على هذه المجموعة ثم تعمم نتائجها على كامل المجتمع، فوحدات العينة قد تكون أفرادًا أو كيانات مثل أحياء أو شوارع أو مدن أو غيرها". (مراد وهادي، 2002، صفحة 197)

العينة هي "جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة يختارها الباحث لإجراء دراسته عليها وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً". (العزاوي، 2008، صفحة 161)

1-2-مفهوم مجتمع البحث:

يشير مجتمع البحث في الدراسة إلى جميع الوحدات أو الأفراد الذين تتوافر لديهم الخصائص التي تستهدف الدراسة تحليلها، كما يُعرف مجتمع البحث أيضًا باسم إطار مجتمع البحث الذي يتضمن قائمة تحتوي على أسماء وعنوانين الأفراد أو الوحدات المنتمية إليه فالهدف الأساسي من هذا الإجراء المنهجي هو التحديد الدقيق والواضح للمجتمع الذي تُجرى عليه الدراسة. (النعمي وآخرون، 2015، صفحة 77)
يعرف مجتمع البحث على أنه "مجموعة من الوحدات الإحصائية المعرفة بصورة واضحة والتي يراد منها الحصول على بيانات". (العزاوي، 2008، صفحة 161)

2-مبررات اختيار العينة:

يمكن تلخيص مبررات اختيار العينة في النقاط التالية: (خويلد، 2015، صفحة 162)

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

- صعوبة حصر أفراد المجتمع الأصلي: قد يكون من الصعب في بعض الحالات جمع أفراد المجتمع الأصلي بسبب تواجدهم في مناطق جغرافية متباعدة أو عددهم الكبير، ففي مثل هذه الحالات يصبح من غير العملي إجراء دراسة على كامل المجتمع مما يستدعي اللجوء إلى اختيار عينة تمثل هذا المجتمع.
- التكاليف العالمية: قد يتطلب إجراء دراسة على المجتمع الأصلي نفقات مالية ضخمة وجهود كبيرة لاسيما إذا كانت البيانات تتطلب تنقلات ميدانية أو مسوحات شاملة، لذا يتيح اختيار العينة للباحث تقليل التكاليف المتعلقة بالبحث مع ضمان الحصول على نتائج تمثل الواقع.
- الزمن المحدود: يرتبط معظم الباحثين بزمن معين لإتمام دراساتهم مثل الأبحاث المرتبطة بمذكرات التخرج (الليسانس أو الماجستير)، هذا الزمن المحدود قد لا يسمح بإجراء دراسة شاملة لكافة أفراد المجتمع مما يستدعي اللجوء إلى العينة التي تضمن تغطية مماثلة للمجتمع الأصلي ضمن إطار زمني معقول.

باختصار، يساعد اختيار العينة في تجاوز التحديات المرتبطة بالوقت والتكلفة والمسافة بينما يضمن في الوقت نفسه الحصول على بيانات تمثل المجتمع الأصلي بشكل دقيق.

العينات وأساليب اختيارها:

3- تحديد حجم العينة:

يعد تحديد حجم العينة أمراً بالغ الأهمية في أبحاث الدراسة حيث يجب أن يكون حجم العينة متناسقاً مع حجم مجتمع البحث، فلا يجب أن تكون العينة صغيرة جداً بحيث تؤدي إلى عدم دقة في النتائج ولا كبيرة جداً بحيث تستلزم جهداً وموارد ضخمة، فعند اختيار حجم العين، يجبأخذ عدة عوامل في الاعتبار مثل الوقت والجهد والإمكانات البشرية ومدى تجانس المجتمع وهناك عدة إرشادات تساعد الباحث في تحديد الحجم المناسب للعينة، ومنها: (بكر، 2010، الصفحات 80-81)

- يجب ألا يقل عدد مفردات العينة عن 30 مفردة لتتمكن من استخدام المعادلات والأساليب الإحصائية في تحليل البيانات ولضمان نتائج إحصائية دقيقة.
- يفضل أن تكون العينة من 100 مفردة لتسهيل حساب النسب المئوية.
- يُفضل أن تكون العينة الأمثل 1/10 من حجم مجتمع البحث.
- هناك معادلة تساعد الباحث على اختيار العينة المثلث وهي:
$$N = \frac{A^2}{E^2} \times G^2$$

$$E^2$$

حيث يمثل:

الانحراف المعياري = G ■

معامل الثقة = A ■

درجة الخطأ في النموذج = E ■

4- خطوات اختيار العينة:

تمر عملية اختيار العينة بعدد من الخطوات الهامة لضمان تمثيل المجتمع الأصلي بشكل دقيق:

(ذوقان وآخرون، 1984، الصفحات 110-111)

- تحديد المجتمع الأصلي للدراسة: يبدأ الباحث بتحديد المجتمع الأصلي الذي ينوي دراسته، كما يتضمن ذلك تحديد نطاق الدراسة مثل المكان والزمان والخصائص الاجتماعية أو الديموغرافية للمجتمع المستهدف، هذه الخطوة مهمة لأن نتائج الدراسة تعتمد على تمثيل المجتمع المستهدف.

- تحديد أفراد المجتمع الأصلي للدراسة: بعد تحديد المجتمع الأصلي يتم تحديد الأفراد الذين يشكلون هذا المجتمع ويشمل ذلك تحديد الفئات التي سيتمأخذ العينات منها سواء كانوا أفراداً معينين أو مجموعات محددة، في هذه المرحلة تضمن أن الأفراد المختارين سيكونون ممثلاً للمجتمع الأصلي.

- اختيار عينة ممثلة: الخطوة التالية هي اختيار عينة تكون ممثلة للمجتمع الأصلي إذ يجب أن تعكس العينة خصائص المجتمع الأصلي من حيث النوع الاجتماعي والاقتصادي والديموغرافي، فاختيار عينة ممثلة يعزز من مصداقية الدراسة ونتائجها.

- اختيار عدد كافٍ من الأفراد في العينة: من الضروري أن تحتوي العينة على عدد كافٍ من الأفراد ليكون تمثيلهم للمجتمع الأصلي دقيقاً، حيث يعتمد العدد الكافي على حجم المجتمع الأصلي ويجب أن يكون العينة كبيرة بما يكفي لضمان تحقيق نتائج دقيقة.

5- أنواع العينات:

5-1- العينات الاحتمالية:

العينات العشوائية أو العينات الاحتمالية هي تلك التي يتم اختيار وحداتها بشكل عشوائي استناداً إلى نظرية الاحتمالات حيث تُمنح جميع الوحدات في المجتمع المدروس فرصاً واحتمالات متساوية للاختيار، في هذا النوع من العينات لا يتدخل الباحث في عملية الاختيار ويتم سحب الوحدات ضمن إطار محدد يُعرف بطرق السحب العشوائي.(النعمي وآخرون، 2015، صفحة 79)

يدخل في نطاق هذا النوع من العينات العشوائية ما يلي:

- العشوائية البسيطة:

تعني العينة العشوائية اختيار عدد معين من وحدات التحليل أو "المفردات" بطريقة تضمن تكافؤ فرص الاختيار بين جميع الوحدات الأصلية بمعنى آخر تُعطى كل وحدة من وحدات المجتمع نفس الفرصة للاختيار، كما يُطلق على هذه العينة أيضاً مصطلح "العينة الاجتماعية" نظراً لأنها لا تقييد بأي نظام أو ترتيب محدد عند اختيار المفردات، وبالتالي تُعتبر غير متحيزه كما يمكن وصفها بأنها تم اختيارها بطريقة القرعة مما يعزز عدالتها وموضوعيتها. (عبد الكريم، دس، صفحة 165)

تستخدم عدة طرق لاختيار العينة العشوائية، ويمكن تلخيصها في النقاط التالية: (عبد الكريم، دس، صفحة 166)

- الطريقة الأولى: يتم كتابة أسماء جميع مفردات المجتمع أو "وحدات التحليل" على بطاقات متساوية في الحجم والشكل ثم يتم خلط هذه البطاقات جيداً، بعد ذلك يتم سحب عدد أفراد العينة المطلوبة من هذه البطاقات بشكل عشوائي.

- الطريقة الثانية: تستخدم جداول أو قوائم خاصة بالأرقام العشوائية حيث يتم ترتيب الأرقام بطريقة غير متحيزه بحيث يُتاح لكل رقم فرصة واحدة للظهور، في هذه الطريقة يعتمد الباحث على هذه الأرقام لاختيار العينة.

- الطريقة الثالثة: في بعض الحالات يمكن استخدام أجهزة الكمبيوتر أو عجلة الروليت لاختيار العينة من بين الأوراق أو القوائم أو جداول الأرقام العشوائية، كما يحدث في سحب اليانصيب أو شهادات الاستثمار.

- العينة المنتظمة:

في حال كان ترتيب عناصر المجتمع في القائمة العشوائية البسيطة عشوائياً يمكن اختيار عناصر العينة بشكل دوري، يتم ذلك من خلال تحديد طول الدورة الذي يحسب بقسمة حجم المجتمع على حجم العينة، فعلى سبيل المثال إذا كان حجم العينة 100 وحجم المجتمع 785 يكون طول الدورة 8 (بالتقريب لأقرب عدد صحيح)، بعد ذلك يحدد الباحث نقطة بداية أقل من 8 (مثلاً 6) ثم يتم اختيار العناصر التالية بناءً على نمط دوري مثل 6، 14، 22، 30... وهكذا، تختلف هذه الطريقة عن العشوائية البسيطة في أن اختيار نقطة البداية يحدد ترتيب العناصر المتبقية في العينة مما يعني أن العناصر ليست مستقلة عن بعضها البعض، لذلك لا يُنصح باستخدام هذه الطريقة إذا كان الباحث يعتقد أن هناك أي نوع من

الترتيب الدوري في قائمة عناصر المجتمع حيث قد يؤدي ذلك إلى انحراف في تمثيل العينة للمجتمع الأصلي. (ربيع ع.، 2004، صفحة 168)

- العينة الطبقية:

تستخدم هذه العينة في الحالات التي يكون فيها المجتمع الأصلي غير متجانس أي يتكون من مجموعة من الأفراد الذين يختلفون عن بعضهم البعض في خصائص معينة قد تؤثر في نتائج البحث، كما يتم تقسيم هذا المجتمع إلى فئات أو طبقات متجانسة من حيث هذه الخصائص مثل العمر أو المستوى التعليمي أو الوضع الاجتماعي والتي يعتقد الباحث أنها ستؤثر على الموضوع المدروس، بمجرد تقسيم المجتمع إلى طبقات مختلفة بناءً على القواسم المشتركة بين أفراده داخل كل طبقة يتم اختيار عينات من هذه الطبقات بطريقة عشوائية إما عشوائياً بسيطاً أو بشكل منظم، بحيث يتم تمثيل كل طبقة بشكل مناسب في العينة النهائية، كما تساعد هذه الطريقة في ضمان أن العينة التي يتم اختيارها تعكس التوزيع الفعلي للخصائص المختلفة في المجتمع الأصلي. (عطية، 2009، صفحة 100)

تم عملية سحب العينة من المجتمع في هذه الطريقة وفقاً للخطوات التالية: (عطية، 2009، صفحة 100)

- تقسيم المجتمع إلى طبقات: يتم تقسيم المجتمع إلى فئات أو طبقات بناءً على خصائص متشابهة بين الأفراد داخل كل طبقة، هذه الخصائص يمكن أن تكون مثل الجنس، المستوى التعليمي، مكان الإقامة، التحصيل العلمي، العمر أو أي خصائص أخرى تعتبر مؤثرة في نتائج البحث.

- تحديد حجم العينة وتوزيعها تناسبياً: يتم تحديد حجم العينة الإجمالي أولاً ثم يتم توزيع هذا الحجم بين الطبقات بشكل يتناسب مع حجم كل طبقة في المجتمع الأصلي، هذا يعني أن كل طبقة في المجتمع ستمثل بنسبتها الصحيحة من إجمالي العينة.

- سحب أفراد العينة بشكل عشوائي: بعد تحديد حجم العينة من كل طبقة يتم اختيار الأفراد من هذه الطبقات باستخدام طريقة عشوائية بسيطة أو منظمة لضمان تمثيل عادل لكل طبقة.

تحتفل أسس تقسيم المجتمع إلى طبقات من دراسة إلى أخرى حيث قد يعتمد الباحث على معايير متنوعة مثل الجنس، العمر، التعليم، الحالة الاجتماعية وغيرها حسب ما يراه مناسباً لأغراض الدراسة، هذه الطريقة تضمن أن العينة المختارة تكون ممثلة بدقة للمجتمع الأصلي من حيث الخصائص المتنوعة التي قد تؤثر على موضوع البحث.

- العينة العنقودية:

تتميز هذه الطريقة عن الأساليب السابقة بوحدة الاختيار المستخدمة حيث تكون مجموعة من العناصر هي وحدة الاختيار بدلاً من العنصر الفردي، فعلى سبيل المثال إذا كان المجتمع الإحصائي يتكون من طلاب مرحلة دراسية في منطقة جغرافية محددة فقد يكون من الصعب عملياً اختيار عينة مكونة من 600 طالب بشكل فردي من بين 3000 طالب موزعين على صفوف ومدارس مختلفة، ولتسهيل العملية يتم اختيار عدد معين من الصفوف بشكل عشوائي بحيث يكون مجموع عدد الطلاب في تلك الصفوف مساوياً لحجم العينة المطلوب هذا الأسلوب يوفر الوقت والجهد خاصة عند التعامل مع مجتمعات كبيرة ومتفرقة. (ربحي ع.، 2004، صفحة 170)

من النقاط المهمة في هذه الطريقة أنه قد يؤدي تغيير وحدة الاختيار إلى تغيير في وحدة التحليل، فعلى سبيل المثال إذا كانت وحدة الاختيار هي الصف الدراسي فقد يصبح متوسط علامات العناصر في هذا الصف هو وحدة التحليل الإحصائي، فالميزة الرئيسية لاستخدام هذه الطريقة تكمن في توفير الجهد والتكاليف خصوصاً عندما يكون المجتمع كبيراً وموزعاً على منطقة جغرافية واسعة، ومع ذلك يمكن أن يؤدي هذا الأسلوب إلى زيادة الخطأ العيني حيث يصبح هناك احتمال أكبر لحدوث انحرافات في نتائج العينة، كما أنه قد يضيف بعض الصعوبات في التحليلات الإحصائية نظراً لاختلاف وحدة التحليل عن وحدة الاختيار. (ربحي ع.، 2004، صفحة 170)

5-2- العينات غير الاحتمالية:

تستخدم العينة غير العشوائية أو غير الاحتمالية عندما يواجه الباحث صعوبة في تحديد أفراد المجتمع الأصلي مثل حالات المدمنين أو العاطلين عن العمل أو المتخلفين عن أداء الخدمة العامة، في مثل هذه الحالات لا يمكن الباحث من اختيار عينة عشوائية بسبب صعوبة تحديد أفراد المجتمع بدقة لذلك يلجأ إلى اختيار العينة بناءً على معايير محددة تتناسب مع طبيعة البحث. (عمرس.، 2009، صفحة 115)

ومن أشكال العينات غير الاحتمالية ما يلي:

- العينة الحصصية:

يستخدم هذا النوع من العينات بشكل شائع في استطلاعات الرأي العام بسبب سرعته وكفاءته، في هذا النهج يقوم الباحث بتقسيم المجتمع إلى طبقات أو فئات بناءً على خصائص معينة ثم يحرص على تمثيل كل فئة داخل العينة بما يتناسب مع نسبتها في المجتمع الأصلي، كما يتمتع الباحث الميداني بحرية اختيار أفراد العينة داخل كل حصة بشرط الالتزام بالحدود العددية أو النوعية المحددة مسبقاً للعينة، ومع ذلك يثار القلق بشأن إمكانية عدم تمثيل المجتمع الأصلي بدقة نظراً لأن هذا الأسلوب قد يسمح

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

بعدم التزام الباحث بنسبة دقة لضوابط التي بنيت عليها العينة، هذا قد يؤدي إلى نتائج غير دقيقة تعيق تعميمها على المجتمع بأكمله. (الدليمي وصالح، 2014، صفحة 77)

هناك أساليب يستخدمان في اختيار العينة الحصصية هما: (الدليمي وصالح، 2014، صفحة

(78)

- **أسلوب الضوابط المستقلة:** في هذا الأسلوب يعتمد الباحث على المجموع الإجمالي فقط ويتم التعامل مع كل ضابط بشكل مستقل ومنفصل عن الآخر أي أن كل متغير أو عامل يتم تحليله أو استخدامه دون التأثير على العوامل الأخرى، هذا الأسلوب يُبسط عملية الاختيار لكنه قد يؤدي إلى عدم مراعاة العلاقات بين العوامل المختلفة التي قد تكون ذات صلة بالدراسة.

- **أسلوب الضوابط المرتبطة تبادلياً:** على العكس من الأسلوب الأول يعني هذا الأسلوب بربط الضوابط أو العوامل مع بعضها البعض، كما يتم التعامل مع المتغيرات بطريقة مترابطة بحيث تعكس العينة العلاقات التبادلية بين العوامل المختلفة مما يجعلها أكثر دقة في تمثيل المجتمع.

الفرق الأساسي بين الأساليب هو كيفية معالجة الضوابط أسلوب الضوابط المستقلة مناسب للدراسات التي لا تتطلب تفاعلات بين المتغيرات، بينما أسلوب الضوابط المرتبطة تبادلياً يستخدم عندما تكون العلاقات بين العوامل أساسية لفهم الظاهرة قيد الدراسة.

- **عينة الصدفة:**

يقوم الباحث في هذه الطريقة باختيار عدد من الأفراد الذين يلتقي بهم بشكل عشوائي خلال مواقف يومية مثل أثناء ركوبه في سيارة أو توقفه عند بائع أو مروره في أحد الطرق، تُعرف هذه الطريقة بمرونتها وسهولة تفيذهما حيث لا تتطلب تخفيطاً مسبقاً أو إطاراً محدداً للعينة ومع ذلك تعاني هذه العينة من عيب أساسي يتمثل في عدم قدرتها على تمثيل المجتمع الأصلي بدقة فالأفراد المختارون بالصدفة قد لا يعكسون الخصائص المتنوعة للمجتمع ككل مما يجعل تعميم نتائج البحث على المجتمع الأصلي أمراً صعباً وغير دقيق، لذا تُستخدم هذه الطريقة غالباً في الدراسات الاستطلاعية أو الأولية التي تهدف إلى جمع انبطاعات سريعة لكنها ليست مناسبة للبحوث التي تتطلب نتائج قابلة للتعميم.(ذوقان وآخرون، 2015، صفحة 102)

تستخدم هذه الطريقة عادة في الدراسات الاستطلاعية التي تهدف إلى القياس أو اختبار فرضيات محددة وخاصةً عندما يكون مجتمع البحث غير محدد المعالم بشكل دقيق مما يجعل من الصعب وجود إطار واضح لاختيار عينة عشوائية، في مثل هذه الحالات يلجأ الباحث إلى اختيار مجموعة من الوحدات التي تتناسب مع أهداف بحثه وتلبي احتياجات الدراسة. (مراد وهادي، 2002، صفحة 198)

- العينة القصدية (العمدية):

هي تلك العينة التي يختارها الباحث بناءً على اعتقاده العلمي بأنها تمثل المجتمع الأصلي بشكل دقيق حيث يعتمد الباحث في هذا النوع من العينات على أسس علمية واضحة ومبررات موضوعية وليس على رغباته الشخصية أو تجنبه للجهد اللازم في البحث، إذ يتم اختيار هذه العينة عندما يكون لدى الباحث أدلة قوية تدعم أن الأفراد المختارين من فئة معينة يعكسون خصائص المجتمع بشكل صحيح بمستوى قد يصعب تحقيقه باستخدام أنواع أخرى من العينات، فعلى سبيل المثال قد يختار الباحث عينته من فئة يملك شواهد علمية ثبتت أنها تمثل المجتمع بشكل أفضل مقارنة بالطرق الأخرى. (عطية، 2009، صفحة 104)

تستخدم العينة العمدية (القصدية) عندما يقوم الباحث باختيار أفراد العينة بشكل انتقائي وفق شروط محددة تتناسب مع أهداف البحث، فعلى سبيل المثال إذا أراد الباحث دراسة آراء القراء حول صحيفية معينة فإنه يختار أفراداً لديهم اطلاع على هذه الصحيفة لأن إدراج أفراد لا يقرؤون الصحيفة سيكون غير منطقي، حيث تُعد هذه العينة مفيدة في حالات مثل دراسة ظواهر فريدة أو محددة كتحليل كتاب معين أو برنامج تلفزيوني مختار للحصول على معلومات دقيقة تخدم البحث، كما تُستخدم في الدراسات التي يصعب فيها الوصول إلى جميع أفراد المجتمع الأصلي مثل دراسة عينة من المساجين أو مدمني المخدرات ويساعد هذا النوع من العينات الباحث على التركيز على الأفراد الأكثر صلة بالموضوع مما يضمن جمع بيانات دقيقة ومناسبة لأهداف البحث. (خويلد، 2015، صفحة 166)

- عينة كرة الثلج:

تسمى هذه العينة بهذا الاسم لأنها تشبه عملية تكون كرة الثلج حيث يبدأ الاختيار بفرد واحد يمثل نقطة البداية ومن خلاله توسيع العينة تدريجياً لتشمل المزيد من الأفراد، يعتمد مفهوم هذه العينة على اختيار الباحث لفرد معين كخطوة أولى ثم يتم تحديد الأفراد التاليين بناءً على المعلومات التي يقدمها هذا الفرد الأول، كما يقوم الباحث باستخدام هذه المعلومات لتحديد الأشخاص الآخرين الذين يمكنهم تقديم بيانات أو مشاهدات ذات صلة بالموضوع قيد الدراسة مما يساهم في بناء العينة بشكل تدريجي ومنهجي. (سلطانية والجياني، 2004، صفحة 330)

يستخدم هذا النوع من العينات بشكل رئيسي في دراسة الفئات المنعزلة أو المخفية مثل متعاطي المخدرات الذين يتميزون بالسرية وعدم الكشف عن سلوكياتهم بسبب تعارضها مع قيم المجتمع والقوانين، هذا التحدي يجعل من الصعب وأحياناً مستحيلاً على الباحث إعداد قائمة بأسماء أو عناوين المتعاطفين لاستخدامها كإطار لاختيار عينة عشوائية تمثل مجتمعهم، لذلك يلجأ الباحث إلى استخدام

طريقة الكرة الثلجية حيث يبدأ بمقابلة شخص واحد من المتعاطين وبعد إجراء المقابلة يطلب منه أن يرشدء إلى شخص آخر ينتمي لنفس الفئة، تستمر هذه العملية بشكل متسلسل حيث يرشح كل فرد شخصاً آخر مما يؤدي إلى نمو العينة تدريجياً حتى تصبح عينة تمثل مجتمع البحث. (مراد وهادي، 2002، الصفحات 198-199)

خلاصة الفصل:

تعتبر عملية اختيار العينات والمعاينة من الركائز الأساسية التي تعتمد عليها البحوث العلمية لضمان تمثيل دقيق للمجتمع المستهدف مما يتتيح للباحثين استنتاج نتائج قابلة للتعميم دون الحاجة إلى إجراء دراسات ميدانية مكلفة ومرهقة تشمل جميع الأفراد، فاختيار العينة بشكل علمي وصحيح يسهم في تجنب الانحرافات التي قد تؤثر على دقة وأصالة النتائج، فمن خلال المعاينة العشوائية أو المنهجية يستطيع الباحث ضمان أن العينة تمثل الخصائص الرئيسية للمجتمع الأصلي، فعلى الرغم من أهمية المعاينة إلا أنها تتطلب تحطيطاً دقيقاً سواء فيما يتعلق بحجم العينة أو نوعها أو طريقة جمع البيانات فأي خطأ في هذه العملية قد يؤدي إلى تحريف النتائج ويعوق الاستفادة من الدراسة، وبناءً على ذلك يجب على الباحث أن يتبع منهجيات صارمة عند اختيار العينات والمعاينة لضمان أنها تعكس الواقع بأكبر قدر ممكن من الدقة مما يساهم في إثراء الدراسات العلمية وتحقيق الفائدـة العملية من البحث.

الفصل الثامن: بعض نماذج البحوث في الإعلام والاتصال

تمهيد

1- الإعلام الجماهيري أثناء الأزمات.

2- الأخبار الزائفة.

3- الصحافة الاستقصائية وتأثيرها على المجتمع.

4- الاتصال الجماهيري في عصر الثورة الرقمية.

5- بحوث الرأي العام.

6- بحوث الدعاية.

7- بحوث الإشاعة.

8- بحوث الإعلان.

9- بحوث الإشهار.

10- بحوث التسويق الإعلامي.

خلاصة الفصل

تمهيد

تعد البحوث في الإعلام والاتصال من المجالات الحيوية التي تساهم في فهم تأثير وسائل الإعلام وطرق الاتصال على الأفراد والمجتمعات، إذ تلعب هذه البحوث دوراً أساسياً في دراسة كيفية تشكيل الرسائل الإعلامية للرأي العام وكيفية تفاعل الجمهور مع هذه الرسائل ضمن السياقات الاجتماعية والثقافية المختلفة، ومن خلال أدوات وأساليب البحث المتنوعة يمكن الباحثون من تحليل كيفية تأثير الإعلام على تصورات الأفراد وسلوكياتهم سواء من خلال التلفاز أو الصحف أو الإنترنت أو وسائل التواصل الاجتماعي، فأهمية هذه البحوث الإعلامية تكمن في قدرتها على كشف العلاقة بين الإعلام والتغيير الاجتماعي كما تساعد على فهم دور الإعلام في تشكيل القيم الثقافية والسياسية في المجتمع.

1- الإعلام الجماهيري أثناء الأزمات:

1-1- مفهوم الأزمة:

تعرف الأزمة من الناحية اللغوية على أنها "حالة أو وضع حرج وخطير يهدد الأمن والاستقرار قد تؤدي إلى خسائر كبيرة إذا لم يتعامل معها بحكمة وحسم"، أما من الناحية الاصطلاحية، فتعرف الأزمة على أنها "حدث غير متوقع يهدد كيان الفرد أو المنظمة أو الدولة يتطلب اتخاذ قرارات سريعة وحاسمة للتصدي لها والحد من تأثيراتها السلبية". (البريار، 2024، صفحة 192)

تعرف الأزمة أيضاً بأنها "حالة طارئة أو حدث مفاجئ يؤدي إلى اختلال في النظام المتبع داخل المنظمة مما يضعف مركزها التنافسي وهذا يستدعي منها تحركاً سريعاً واهتمامًا فوريًا، وبالتالي يمكن تصنيف أي حدث على أنه أزمة بناءً على درجة الخلل الذي يتركه هذا الحدث". (Phelps, 1986, p. 06)

1-2- مفهوم الإعلام الجماهيري:

تعود عبارة "الاتصال الجماهيري" إلى مزيج بين كلمتين الأولى إنجليزية "MASS" وتعني الكتلة والأخرى لاتينية "MEDIA" التي تعني الوسائل، هذا المزيج يشير إلى التقنيات التي يتم من خلالها التأثير على أكبر عدد ممكن من المتلقين من خلال نقل الأخبار والمعلومات المرتبطة بالتقدم التكنولوجي، وبالتالي يعتبر الاتصال عملية نقل وتبادل معلومات أو مفاهيم بين كائنات واعية بواسطة رسالة محددة في إطار زمني ومكانى معين وقد تكون الرسالة مطبوعة أو موجهة عبر الأمواج الصوتية، فالهدف من هذه العملية هو تشكيل وجهة نظر محددة. (بلمخترار، 2013، صفحة 15)

1-3- أهمية الإعلام الجماهيري أثناء الأزمات:

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

تكمّن أهمية الإعلام الجماهيري أثناء الأزمات في عدة جوانب رئيسية هي: (بلوفة، 2018،
الصفحة 241-240)

- يلعب الإعلام الجماهيري دوراً أساسياً في نقل المعلومات الضرورية بسرعة مثل إرشادات الطوارئ والتحذيرات والإعلانات الرسمية مما يساعد في تقليل الفوضى وتوجيه الجمهور بشكل فعال.
 - يساعد الإعلام أثناء الأزمات في تقليل التوتر والقلق لدى الجمهور من خلال توفير مساحة للحوار والمعلومات التي تعزز منوعي الجماعي وتساعد على تعزيز التعاون بين مختلف فئات المجتمع.
 - يسهم الإعلام الجماهيري في تسليط الضوء على الجوانب الخفية للأزمة مثل التعامل مع الموارد والمساعدات والإجراءات الحكومية مما يعزز من الشفافية ويجبر الجهات المسؤولة على اتخاذ القرارات الصائبة.
 - يمكن للإعلام الجماهيري أن يسهم في توجيه الرأي العام نحو حلول مشتركة وكذلك الحفاظ على الاستقرار الاجتماعي والسياسي حيث يقدم تحليلات ويركز على التفاعل البناء بين مختلف الأطراف المعنية.
 - من خلال تسليط الضوء على جهود الحكومة والجهات المعنية في إدارة الأزمة يمكن للإعلام أن يعزز من مصداقية هذه الجهات، ويشجع الجمهور على التعاون والتزام الإجراءات الوقائية.
 - في الأزمات السياسية والعسكرية، يصبح الإعلام أداة قوية للتأثير على القرارات السياسية والعسكرية حيث يستخدم لشرح المواقف المختلفة وإقناع الجمهور بضرورة اتخاذ إجراءات معينة.
 - يسهم الإعلام الجماهيري في توفير الدعم النفسي للمجتمعات المتضررة من خلال بث رسائل تطمينية وتسلیط الضوء على قصص الأمل وتعزيز الروح المعنية.
- يعتبر الإعلام الجماهيري ذا أهمية كبيرة في نقل المعلومات وتأثيره على الجمهور بشكل مباشر فلا تقتصر وظيفته على تقديم الأخبار والمعلومات فقط بل يمتد ليشمل التأثير على الأفراد والمجتمعات من خلال توجيه السلوكات والمواقف، ووفقاً لما ذكره علماء الإعلام فإن الإعلام الجماهيري يلعب دوراً حيوياً في تشكيل الوعي الاجتماعي والتأثير على التفكير العام خاصة في الظروف الاستثنائية، كما يعتمد تأثير الإعلام على قدرة وسائل الإعلام على الوصول إلى فئات محددة من الجمهور مع مراعاة السياقات الاجتماعية والثقافية. (جابري، 2021، صفحة 210)

٤- دور الإعلام الجماهيري أثناء الأزمات:

يتجلى دور وسائل الإعلام في التعامل مع الأزمات فيما يلي: (البربار، 2024، صفحة 192)

- نقل المعلومات الحيوية: يعد الإعلام الجماهيري الوسيلة الأساسية لنقل المعلومات الضرورية للجمهور أثناء الأزمات يشمل ذلك الأخبار العاجلة وتحذيرات السلامة والمعلومات المتعلقة بالوضع الراهن وكيفية التصرف في حالات الطوارئ.

- التوجيه وإرشاد الرأي العام: يعمل الإعلام على توجيه الجمهور بشكل منظم وواضح خلال الأزمات سواء من خلال نصائح الخبراء أو تصريحات المسؤولين الحكوميين، كما يلعب الإعلام أيضًا دورًا في نشر رسائل الطمأنينة للمجتمع، مما يساعد على تخفيف الهلع والذعر الذي قد يسببه الوضع.

- مكافحة الشائعات: أثناء الأزمات، تنتشر الشائعات بسرعة مما قد يزيد من الفوضى، لذا يعتبر الإعلام مسؤولاً عن تصحيح المعلومات المغلوطة والعمل على تصفيية الأخبار المزيفة التي قد تؤدي إلى تأثيرات سلبية على الجمهور.

- التحفيز على التعاون المجتمعي: يعمل الإعلام على تعزيز التضامن الاجتماعي والتعاون بين أفراد المجتمع من خلال نشر قصص الإيجابية والتعاون المجتمعي والمساعدة الإنسانية، كما يسهم في زيادة الدعم المعنوي للمتضررين وكذلك تشجيع المشاركة في حملات الإغاثة أو دعم الأفراد في محنهم.

- التأثير على السياسة العامة وصناعة القرار: الإعلام أثناء الأزمات يمكن أن يؤثر بشكل كبير على صناعة القرار السياسي، إذ يمكن أن تسلط وسائل الإعلام الضوء على قضايا معينة مما يدفع الحكومات والمؤسسات إلى اتخاذ إجراءات عاجلة ففي كثير من الحالات يعمل الإعلام على الضغط من أجل تغييرات سياسية أو استجابة أسرع من المؤسسات الحكومية.

- تسليط الضوء على تأثير الأزمات على الفئات الضعيفة: وسائل الإعلام تساعده على إبراز تأثير الأزمات على الفئات الأضعف في المجتمع مثل الأطفال وكبار السن والفقراء، فمن خلال التغطية الإعلامية يمكن تسليط الضوء على حاجات هؤلاء الفئات مما يسهم في تقديم الدعم المناسب لهم.

تمثل وظيفة الإعلام الجماهيري في توجيه الرسائل والتأثير في تصورات الأفراد من خلال توفير معلومات دقيقة مما يسهم في تعزيز التفاهم والوعي الاجتماعي، لهذا السبب يصبح دور الإعلام أكثر أهمية في فترات الأزمات حيث يتعين عليه تقديم معلومات دقيقة تساعده في التقليل من المخاطر والقلق الذي قد ينشأ لدى المجتمع. (جابري، 2021، صفحة 210)

1-5- التحديات التي يواجهها الإعلام الجماهيري أثناء الأزمات.

تواجه المعالجة الإعلامية للأزمة عدة مصاعب من أهمها: (بلوفة، 2018، صفحة 244)

- مصداقية المعلومات: أثناء الأزمات تكون المعلومات بحاجة إلى التأكيد السريع والدقيق، فمع وجود وسائل التواصل الاجتماعي وانتشار الأخبار المغلوطة يصبح من الصعب أحياناً الحفاظ على مصداقية الأخبار.

- التغطية المتحيزة: قد تميل بعض وسائل الإعلام إلى التغطية المتحيز أو الانحياز إلى جهة معينة، هذا يمكن أن يؤدي إلى تزايد الانقسامات في المجتمع وزيادة التوترات.

- ضغوط الزمن: مع تسارع الأحداث أثناء الأزمات يواجه الصحفيون ووسائل الإعلام ضغوطاً كبيرة لنقل المعلومات في وقت قياسي، هذه الضغوط قد تؤدي إلى نقص في التحليل العميق للمواقف أو تقديم تفاصيل ناقصة أو غير دقيقة.

- الأخطاء الإعلامية: في بعض الأحيان قد تسبب السرعة في نشر الأخبار في حدوث أخطاء جسيمة خصوصاً عندما تكون وسائل الإعلام تحت ضغط لتغطية كل جوانب الأزمة في الوقت الفعلي.

2- الأخبار الزائفة:

2-1- تعريف الأخبار الزائفة:

تعرف الأخبار الزائفة بأنها "تلك الأخبار التي تُنجز دون الاعتماد على حقائق أو مصادر موثوقة أو اقتباسات دقيقة وتهدف بشكل أساسي إلى التضليل والتأثير على الرأي العام، فهي تُنشأ عمداً بهدف إخفاء الحقائق وتشويهها لخدمة أهداف محددة، مثل التأثير على المعتقدات أو دعم أجندات سياسية أو اجتماعية، وتُعد هذه الأخبار أداة خطيرة تُستخدم للتلاعب بوعي الجمهور وخلق تصورات زائفة للواقع".

(يسعد، 2020، صفحة 125)

تشير الأخبار الزائفة إلى جميع الأخبار والمعلومات التي تبدو خاطئة ومضللة حيث يتم تقديمها على أنها صحيحة بهدف التضليل حيث تنتشر هذه الأخبار بلغات وأساليب مختلفة لتحقيق أهداف محددة مثل التأثير على الرأي العام أو تشكيل اتجاهات الجماهير أو التلاعب بموافقهم وسلوكياتهم، غالباً ما تستخدم هذه الأخبار للترويج لأجندات معينة أو لتشويه سمعة أفراد أو مؤسسات مما يؤدي إلى تأثيرات سلبية على النسيج الاجتماعي والقيم الثقافية. (دواجي ونسيمة، 2023، صفحة 352)

2-2 أنواع الأخبار الزائفة:

للأخبار الزائفة أنواع متعددة من بينها: (تومي ورياب، 2022، صفحة 602)

- كليك بيت: يتمثل هذا النوع في عناوين مثيرة تهدف إلى جذب الانتباه ودفع المستخدمين للنقر على الروابط وغالباً ما تكون المحتويات غير متوافقة مع العنوان المبالغ فيه، فالهدف الأساسي هو تحقيق زيارات للموقع دون الالتفات إلى صحة المعلومات.

- الدعاية: تستخدم الأخبار الزائفة هنا كأداة للتاثير على الرأي العام أو تعزيز أجندات سياسية أو اجتماعية معينة، غالباً ما تعتمد على التلاعب بالمعلومات أو تقديم وجهة نظر أحادية بطريقة تخدم أهدافاً محددة.

- المقالات والبرامج الساخرة: ينتج هذا النوع عن محتويات ساخرة أو فكاهية يتم تقديمها بشكل يبدو جاداً مما يؤدي إلى تضليل الجمهور الذي قد لا يدرك الطبيعة الهزلية لهذه المقالات أو البرامج.

- التقارير الخادعة: تتضمن تقديم معلومات غير دقيقة أو مزيفة على أنها تقارير دقيقة بهدف خلق انطباع زائف لدى الجمهور حول موضوع معين، غالباً ما يتم استخدام مصادر غير دقيقة لدعم هذا النوع.

- انتقال الهوية: يحدث عندما يتم نشر الأخبار باستخدام هوية أو اسم مؤسسة إعلامية أو شخصية معروفة دون علمها. هذا النوع يستغل الثقة الممنوحة لهذه الجهات لإضفاء مصداقية على الأخبار الزائفة.

- التأطير: يعتمد على تقديم المعلومات بطريقة تركز على جانب واحد فقط من القصة أو تجاهل جوانب أخرى مما يؤدي إلى تشكيل انطباع منحاز أو غير دقيق لدى الجمهور.

يمكن أن تداخل هذه الأنواع في بعض الحالات، فالهدف الأساسي من تصنيف الأخبار الزائفة هو تعزيز الوعي بكيفية اكتشافها والحد من انتشارها.

2-3 دوافع صناعة الأخبار الزائفة:

تنوع الأسباب التي تدفع الأفراد أو المؤسسات إلى إنتاج الأخبار الزائفة، ويمكن تصنيفها إلى نوعين رئيسيين هما: (يسعد، 2020، صفحة 126)

- الدافع المادي:

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

يتمثل هذا الدافع في الرغبة بتحقيق أرباح مالية من خلال استغلال انتشار الأخبار الزائفة لجذب الجمهور حيث تنتج الجهات المعنية قصصاً ملفقة تهدف إلى إثارة الفضول أو الاهتمام مما يؤدي إلى زيادة عدد المشاهدات والمشاركات والنقرات، كما يرتبط هذا النشاط عادةً بعائدات الإعلانات التجارية حيث تعتمد الإعلانات الرقمية بشكل كبير على حجم التفاعل مع المحتوى مما يجعل الأخبار الزائفة وسيلة فعالة لتحقيق مكاسب مالية ضخمة، فعلى سبيل المثال تنتشر أخبار مثيرة وعنوانين مضللة عبر موقع التواصل الاجتماعي يتم تصميمها خصيصاً لجذب الزوار ودفعهم للنقر على الروابط الإعلانية.

- الدافع الأيديولوجي:

يتعلق هذا الدافع برغبة منتجي الأخبار الزائفة في الترويج لأفكار أو معتقدات معينة أو لدعم أجندات سياسية أو اجتماعية أو ثقافية تخدم أهدافهم، إذ يستخدم هذا النوع من الأخبار كأداة للتأثير على الرأي العام من خلال تشويه سمعة شخصيات معينة أو تعزيز صورة حلفائهم أو حتى مهاجمة منافسيهم، كما يمكن أن توظّف الأخبار الزائفة للسخرية والهجاء السياسي أو كوسيلة لنشر الدعاية الإعلامية.

بينما يسعى البعض لتحقيق مكاسب مادية بحثة يعتمد آخرون على الأخبار الزائفة كأداة للتلاعب بالعقل والتأثير على المعتقدات والقيم، ولهذا السبب تُعتبر الأخبار الزائفة تحدياً متعدد الجوانب يتطلب وعيًا جماعياً لتقليل آثارها السلبية على المجتمعات.

4- نماذج كشف الأخبار الزائفة:

لكشف الأخبار الزائفة يتم استخدام مجموعة من النماذج والأساليب التي تعتمد على تقنيات متنوعة وأدوات متطرورة، وفيما يلي يوضح الجدول رقم 03: أبرز النماذج المستخدمة. (تومي ورياب، 2022، صفحة 605)

الوصف	النموذج
- يعتمد على تحليل الخبر بواسطة خبراء متخصصين يستخدمون قواعد بيانات دقيقة ومصادر موثقة مع مراجعة النصوص والصور والفيديوهات للتأكد من صحتها.	خبراء التدقيق (مدققون الحقائق)
- يركز على تقييم الخبر بواسطة مجموعة واسعة من المستخدمين	نهج التكافف الجماعي (حكمة)

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

<p>حيث يتم الاستفادة من تنوع الآراء لتحديد مدى صحة الخبر.</p> <p>- يعتمد على تدريب الخوارزميات للتعرف على أنماط الأخبار الزائفة من خلال تحليل البيانات التاريخية واستخدام تقنيات التوقع لاكتشاف الزيف بدقة.</p> <p>- تستخدم أدوات تحليل النصوص لفهم المعاني الضمنية واكتشاف التحيزات أو التناقضات مما يساعد على التمييز بين الأخبار الزائفة والحقيقة.</p> <p>- تمزج بين الأساليب اليدوية (تدخل الخبراء) والآلية (الخوارزميات) لتحقيق نتائج دقيقة وأكثر شمولية في كشف الأخبار الزائفة.</p> <p>- يعتمد على التعاون بين البشر والأنظمة الذكية حيث يتدخل الإنسان في النقاط الحرجية بينما تُستخدم الآلات لتسرير عمليات التحليل والكشف.</p> <p>- تعتمد على تمثيل المعلومات كرسومات بيانية حيث تمثل العقد الكيانات المختلفة والحواف العلاقات بينها مما يساعد في تحديد أنماط الزيف.</p> <p>- يستخدم الشبكات العصبية العميقه لتحليل النصوص والصور والفيديوهات ويتميز بقدرته على اكتشاف التفاصيل الدقيقة التي تشير إلى التلاعب أو الزيف.</p> <p>- يعتمد على تحليل تفضيلات المستخدمين وسلوكهم لتوقع مصداقية الأخبار مع التركيز على الأنماط الشائعة للأخبار الزائفة التي يتفاعل معها المستخدمون.</p>	<p>الجماهير</p> <p>نهج التعلم الآلي</p> <p>تقنية معالجة اللغة الطبيعية (NLP)</p> <p>تقنيات الكشف الهجين</p> <p>نهج الإنسان والآلة</p> <p>الطريقة القائمة على الرسم البياني</p> <p>نهج التعلم العميق</p> <p>نهج نظام التوصية</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

كل نموذج من هذه النماذج يقدم حلولاً فعالة للكشف عن الأخبار الزائفة وغالباً ما يتم استخدام مزيج من النماذج للحصول على نتائج دقيقة ومتكاملة.

2-5- مخاطر الأخبار الزائفة:

تمثل الأخبار الزائفة تهديداً كبيراً للعديد من الجوانب الاجتماعية والسياسية والصحية، ومن بين

أبرز المخاطر التي تنجم عن انتشار هذه الأخبار ما يلي: (دواجي ونسيمة، 2023، صفحة 354)

- **ضعف الثقة في وسائل الإعلام:** يؤدي تعرض الأشخاص لمعلومات خاطئة ومضللة إلى إضعاف ثقتهم في وسائل الإعلام بشكل عام، فعندما يصبح لدى الناس انطباع بأنه "لا يمكن الوثوق بأي شيء ينشر" فإن ذلك يساهم في خلق حالة من التشكيك العام تجاه الأخبار الصحيحة والمصادر الموثوقة.

- **تفاقم الأزمات الصحية والاجتماعية:** يمكن للأخبار الزائفة أن تؤدي إلى تأثيرات خطيرة على الصحة العامة والمجتمع مثل نشر معلومات خاطئة عن العلاجات الطبية أو جائحة كوفيد-19، هذه الأخبار قد تدفع الأفراد إلى اتخاذ قرارات خطيرة بشأن صحتهم أو تجاهل التدابير الوقائية الالزامية.

- **إثارة الفوضى الاجتماعية والانقسامات:** تستخدم الأخبار الزائفة أحياناً لإثارة الفوضى وزعزعة الاستقرار الاجتماعي مما يؤدي إلى زيادة التوترات داخل المجتمعات، فعلى سبيل المثال قد تؤدي هذه الأخبار إلى تصعيد الخلافات العرقية أو الطائفية مما يُسهم في تعزيز الانقسامات الاجتماعية والسياسية.

- **تأثير سلبي على التعليم:** تؤثر الأخبار الزائفة أيضاً على التعليم حيث يمكن أن يستخدم الطلاب مصادر معلومات منخفضة الجودة في أبحاثهم أو دراساتهم، هذا يؤدي إلى تقديم نتائج غير دقيقة وقد يؤثر على جودة التعليم الأكاديمي.

في المجمل تعكس هذه المخاطر أهمية التصدي لظاهرة الأخبار الزائفة والعمل على تعزيز الوعي الإعلامي ومهارات التفكير النقدي لدى الأفراد لمواجهة تأثيراتها السلبية.

3- الصحافة الاستقصائية وأثرها على المجتمع:

3-1- مفهوم الصحافة الاستقصائية:

الصحافة الاستقصائية هي "نوع من الصحافة التي تعتمد على جمع وتوثيق المعلومات والحقائق بأسلوب منظم و موضوعي بهدف الكشف عن الأمور المخفية وإحداث تغيير يعود بالنفع على المجتمع، يتميز هذا النوع من الإعلام بتغطية تفصيلية للأحداث تكشف عن أسرار قد يرغب البعض في إخفائها أو تسلط الضوء على أخطاء منهجية وسياسات غير سليمة نتيجة لجهد فردي بذلك صحفي أو صحفية".

(الحسن، 2012، صفحة 14)

هي "نوع من التغطية الإخبارية المتعمقة التي تسعى إلى الكشف عن حقائق يحاول البعض إخفاءها أو تسليط الضوء على إخفاقات منهاجية وسياسات غير صائبة، تعتمد هذه الصحافة على جهد فردي يقوم به الصحفي أو الصحافية للوصول إلى المعلومات المخفية، ويطلق عليها أحياناً "صحافة العمق" لأنها تهدف إلى استكشاف الظواهر المجتمعية في مجالات متعددة مثل السياسة والاقتصاد والمجتمع من خلال تحليل البيانات المتاحة أو الاعتماد على التحقيقات المتخصصة سواء كانت جنائية أو مالية، كما تهدف الصحافة الاستقصائية إلى تقديم الحقائق بوضوح للرأي العام وصنع القرار بغض النظر عن مدى توافق هذه الحقائق مع المصالح المختلفة أو معارضتها". (الفلاجي، 2014، صفحة 30)

3-2- مواصفات المحرر الاستقصائي الناجح:

لتحقيق النجاح في مجال الصحافة الاستقصائية، يجب أن يتحلى الصحفي الاستقصائي بصفات ومهارات مميزة تشمل اليقظة والدقة والتحليل العميق للبيانات والتفاصيل، فالصحفى الاستقصائي الناجح لا يكتفى بنقل الأخبار كما هي بل يسعى لفهم خلفيات الأحداث وأسبابها، إضافة إلى ذلك يحتاج الصحفي الاستقصائي إلى صفات أساسية مثل الصبر والشجاعة والمثابرة والرغبة في البحث والقدرة على استخدام منهج علمي دقيق فالموهبة وحدها ليست كافية إذ يجب أن تُعزز بالاطلاع على نماذج استقصائية متنوعة ودراستها بعمق سواء كانت عربية أو غربية، كما أن الهدف النهائي لهذا النوع من الصحافة هو خدمة المجتمع وكشف الحقائق مع الالتزام بقواعد العمل الصحفي الموضوعي والممنهج.

(البدرياني، 2015، صفحة 18)

3-3- الملامح المميزة الصحافة الاستقصائية:

هناك أربعة ملامح تميز الصحافة الاستقصائية تتمثل في الآتي: (راندال، 2007، الصفحتان 166-

(168)

- **البحث الأصيل:** تعتمد الصحافة الاستقصائية على تحقيقات مستقلة ومبتكرة يقوم بها الصحفي حيث لا يقتصر دوره على نقل المعلومات المتاحة بل يتعقب في البحث عن الحقائق المخفية من خلال استقصاء شامل ومستقل، هذا البحث يكون فريداً وغير مستند إلى أعمال صحفية سابقة.

- **تجميع البيانات والأدلة القوية:** يقوم الصحفي الاستقصائي بجمع معلومات دقيقة وأدلة دامجة تدعم تحقيقه، هذه الأدلة تساهم في تقديم صورة متكاملة للموضوع مما يظهر الحقائق بطريقة دقيقة وقابلة للإثبات، كما يشمل ذلك مراجعة الوثائق الرسمية وإجراء مقابلات مع الشهود وتحليل البيانات الميدانية.

- المهارة في الوصول إلى المعلومات: يتطلب النجاح في هذا المجال قدرة استثنائية على الوصول إلى مصادر متنوعة وصعبة سواء كانت رسمية أو غير رسمية، فالصحفي الاستقصائي يستخدم أساليب مبتكرة وتكنيك دقيقة للحصول على المعلومات الضرورية مع احترام القوانين والضوابط المهنية.

- تحمل المخاطر العالية: العمل في مجال الصحافة الاستقصائية غالباً ما ينطوي على مخاطر كبيرة حيث يتعامل الصحفي مع قضايا حساسة تتعلق بالفساد أو الجريمة المنظمة أو الجهات ذات النفوذ، كما يتطلب ذلك شجاعة كبيرة واستعداداً لمواجهة الضغوط والتهديدات التي قد تنشأ أثناء كشف الحقيقة.

4-3 أهمية الصحافة الاستقصائية:

تعد الصحافة الاستقصائية ذات أهمية كبيرة بسبب دورها المحوري في خدمة المصلحة العامة وتعزيز القيم الديمقراطية، فبناءً على مفهوم الصحافة كـ"سلطة رابعة" تُسهم الصحافة الاستقصائية في كشف الحقائق المخفية وتسلط الضوء على القضايا الحساسة التي تؤثر على المجتمع، وتمثل أهميتها في ما يلي: (الفلاحي، 2014، صفحة 36)

- من خلال توثيق المشكلات وكشف أبعادها تعمل الصحافة الاستقصائية على لفت انتباه الجهات المعنية إلى ضرورة معالجة القضايا وتصحيح الأوضاع.

- تُسهم الصحافة الاستقصائية في ترسیخ الديمقراطية من خلال تقديم تقارير تستند إلى منطق الضوابط والتوازنات، فهي تتيح آلية فعالة لمراقبة أداء المؤسسات الديمقراطية المختلفة بما يشمل الهيئات الحكومية والمنظمات المدنية وحتى الشركات العامة.

- الهدف الأساسي للصحافة الاستقصائية هو المساهمة في حماية المجتمع من الممارسات الخاطئة كالفساد وسوء الإدارة، وبالتالي تحسين أداء المؤسسات بما يخدم الأفراد والمجتمع ككل.

- عبر تقصي الحقائق والكشف عن الإخفاقات أو الانتهاكات تُشجع الصحافة الاستقصائية على مساءلة المسؤولين عن أعمالهم ما يعزز الثقة في النظام الديمقراطي ويضمن نزاهة العمليات الإدارية والتنظيمية.

الصحافة الاستقصائية ليست مجرد أداة إعلامية بل هي ركيزة أساسية تُسهم في تحقيق العدالة وترسيخ الديمقراطية وتعزز من شفافية الأداء المؤسسي بما يضمن بناء مجتمع متماسك وقدر على مواجهة تحدياته.

3- عيوب الصحافة الاستقصائية:

تواجه الصحافة الاستقصائية العديد من المعوقات التي قد تعرقل عمل الصحفيين في هذا المجال، ومن بين هذه المعوقات: (الحسن، 2012، صفحة 26)

- **المخاطر الأمنية:** يتعرض الصحفيون الاستقصائيون لمخاطر تهدد سلامتهم الشخصية خاصة عند التحقيق في قضايا حساسة تتعلق بالفساد أو الجريمة المنظمة.

- **الضغوط السياسية والاقتصادية:** قد يتعرض الصحفيون لضغط من جهات سياسية أو اقتصادية تسعى لمنع نشر معلومات قد تضر بمصالحها.

- **نقص الموارد:** تتطلب التحقيقات الاستقصائية وقتاً وجهداً وموارد مالية كبيرة وهو ما قد لا يتوفّر دائمًا في المؤسسات الإعلامية.

- **صعوبة الوصول إلى المعلومات:** قد تواجه الصحافة الاستقصائية تحديات في الحصول على المعلومات والوثائق الضرورية لإجراء التحقيقات خاصة في البيئات التي تفتقر إلى الشفافية.

هذه المعوقات تجعل من ممارسة الصحافة الاستقصائية مهمة تتطلّب شجاعة ومثابرة من قبل الصحفيين، بالإضافة إلى دعم من المؤسسات الإعلامية والمجتمع لضمان نجاحها في كشف الحقائق وخدمة الصالح العام.

3- الصحافة الاستقصائية والمجتمع:

لا يمكن التقليل من أهمية الصحافة الاستقصائية والفوائد الكبيرة التي تقدمها للمجتمع فتعريفها يتجاوز المفهوم التقليدي للصحافة كنشر فوري للأخبار لتصبح أداة رقابية يضطلع فيها الصحفي بدور حارس المجتمع، إذ يتمثل هذا الدور في كشف الأخطاء وتوجيه الاتهامات والبحث عن الحقائق والمطالبة بالإصلاح والتغيير وهو ما لا يتحقق إلا في ظل صحفة حرة، وتبرز أهمية الصحافة الاستقصائية وتأثيرها من خلال الأدوار التي تؤديها والتي تسهم بشكل مباشر في تعزيز الشفافية والمساءلة داخل المجتمع، والمتمثلة في الآتي: (أبوراس وأخرون، 2012، صفحة 13)

- **المطالبة بالإصلاحات السياسية والتغيير السياسي لتحقيق نظام أكثر عدلاً وشفافية.**

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

- تعزيز الشفافية والمساءلة القانونية في القطاع العام مما يسهم في تحسين الأداء الوظيفي ومكافحة الفساد.
- زيادة مصداقية وسائل الإعلام من خلال تسلط الضوء على القضايا الاجتماعية وكشف الظلم الواقع على المجتمع.
- ترسیخ دور وسائل الإعلام كصوت للمجتمع ووسیط ينقل مطالبه ويعبر عن احتياجاته.
- تحفيز التنافسية بين المؤسسات الإعلامية من خلال تبني معايير عالية في الصحافة الاستقصائية.
- تحقيق أرباح مالية كبيرة وزيادة المبيعات لوسائل الإعلام التي تعتمد هذا النوع من الصحافة نظراً للإقبال المتزايد من قبل الجمهور والمعلقين.
- توسيع حرية الصحافة من خلال استكشاف مناطق جديدة والبحث عن الحقائق المخفية فيها.
- تطوير مهارات الصحفيين وصقل مواهبهم مما يزيد من ثقة الجمهور بوسائل الإعلام.
- دعم التنمية الاقتصادية من خلال مراقبة الأموال العامة وملحقة المتجاوزين وضمان الاستخدام الأمثل لموارد البلاد. (أبوراس وأخرون، 2012، صفحة 13)

4- الاتصال الجماهيري في عصر الثورة الرقمية:

4-1- الثورة الرقمية:

تعرف أيضاً بالثورة التكنولوجية أو ثورة الإنترنت، وهو مصطلح ظهر عقب الحرب العالمية الثانية في دول أوروبا الغربية والولايات المتحدة ويعبر عن الانتشار الواسع للتكنولوجيا الرقمية وتأثيرها العميق في مختلف مجالات الحياة مثل الاقتصاد والحكومة والإدارة والصحة والتعليم وغيرها، كما تعكس الثورة الرقمية التطور السريع في التقنيات الرقمية مع ظهور الحواسيب والإنترنت والهواتف الذكية مما أسس شبكة عالمية تتيح للأفراد أشكالاً جديدة من الاتصال مثل البريد الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي وأسهمت في كسر الحواجز الزمانية والمكانية وتجاوز مركبة الاتصال والأفكار. (مهري، 2019، صفحة 47)

4-2- الاتصال الجماهيري:

إن مفهوم الاتصال أشمل وأوسع من مفهوم الإعلام لأنّه يتعدى مجال تدفق المعلومات في اتجاه واحد إلى الاتجاهين المتقابلين في شكل أخذ ورد، كما أنه يتعدى في مكوناته عناصر المضمون التبادلي ووسيلة النقل والجمهور المستقبل إلى عناصر أخرى تتعلق بالإنسان والطبيعة وبالإنسان ذاته وبالإنسان ومجموعته البشرية وبالإنسان والحضارة، وهو ما جعل الباحثين يرون أن محور الاتصال في حدود عناصره المذكورة هو الإنسان الوعي بحركته تجاه ذاته والكائنات الأخرى، وبالتالي فإن الاتصال في حدود مفهوم وعي الإنسان بحركته هو تلك العلاقة التبادلية الوعائية التي تدخل الإنسان مع طرف ثالث يمكن أن يكون شخصاً مثله (وهو هنا يحقق اتصالاً شخصياً) أو تكون ذاته عبر القيام بعمليات نفسية داخلية مثل الشعور والتذكر... الخ (هو في هذه الحالة يقوم باتصال ذاتي)، أو يكون جمهوراً عريضاً يعد بالمليين عبر استخدام وسائل الإعلام الحديثة هذا النوع من الاتصال هو الاتصال الجماهيري. (بن

مرسي، د.س، صفحة 22)

يعد الاتصال الجماهيري من أعلى مستويات الاتصال نظراً لزيادة أعداد المشاركين فيه سواء المرسلين أو المستقبليين، وهو يشير ببساطة إلى القدرة على الوصول إلى الآلاف أو حتى الملايين من الأشخاص عبر وسائل إعلام جماهيرية مثل التلفزيون والصحف والمجلات التي تنقل الرسائل إلى جماهير واسعة، في الوقت الحاضر تزايد الاهتمام بوسائل الإعلام نظراً لدورها الكبير وتأثيرها العميق على الرأي العام، ومن أبرز هذه الوسائل التلفزيون الذي يتمتع بجمهور واسع من مختلف الفئات العمرية ويترك أثراً واضحاً وملموساً. (علي، 2018، صفحة 81)

4-3- وسائل الاتصال الجماهيري في عصر الرقمنة:

يتميز الإعلام الرقمي بتعدد أشكاله وثراء محتواه وقد شمل مجموعة من الأدوات والخدمات الجديدة، من بينها: (يخلف، 2015، صفحة 09)

- الواقع الإعلامية الإلكترونية: وهي التي توفر محتوى متنوعاً عبر شبكة الإنترنت.
- الصحافة الإلكترونية: وهي التي تقدم خدمات النشر الصحفي الرقمي بما في ذلك المقالات والتقارير وحزم النشر الموجهة لجمهور معين.
- الإذاعة والتلفزيون الإلكترونيان: اللذان يتيحان خدمات البث المباشر للمحتوى الإذاعي والتلفزيوني عبر الإنترن特.

- الأرشيف الإلكتروني: الذي يسهل الوصول إلى المحتوى الإعلامي المخزن رقمياً.
- الإعلانات الإلكترونية: تستهدف الجماهير عبر مختلف الواقع والمنصات الرقمية.
- المدونات (Blogs): تعزز حرية التعبير وتتيح نشر محتوى شخصي أو تخصصي.

- خدمات البث عبر الهاتف المحمولة: مثل البث الحي وإرسال الرسائل الإخبارية عبر خدمات SMS وتوفر الأخبار العاجلة.

قدم الاتصال الرقمي نموذجاً إعلامياً غير مسبوق إذ تجاوز الحدود المكانية والزمانية وأتاح تنوعاً هائلاً في الرسائل والمحظى الإعلامي بفضل قدراته التقنية وأدواته المتقدمة أصبح الإعلام الرقمي قادرًا على الوصول إلى جميع الفئات معتمداً على فضاء إلكتروني غير محدود، ومن أبرز إنجازات الثورة الرقمية في هذا المجال شبكات التواصل الاجتماعي التي تعد أحد أهم أركان الاتصال الرقمي الحديث، فقد فتحت هذه الشبكات آفاقاً جديدة لنقل المعلومات والتأثير عبر الحدود مما وفر للمستخدمين أدوات مبتكرة للتفاعل والمشاركة الفعالة وجعلها علامة فارقة في عصر الإعلام والاتصال الرقمي. (يختلف، 2015، صفحة 10)

4-4 أدوار الاتصال الجماهيري الرقمي الجديد ومميزاته:

مع ظهور تقنيات الاتصال الحديثة التي تعتمد على الطابع الرقمي والإشارات الضوئية شهدت أدوار الاتصال التقليدية تحولاً جذرياً مما أسهم في نمو الثورة الرقمية وسيطرتها على مختلف جوانب الحياة الإنسانية، يمكن تلخيص أبرز أدوار الاتصال الجماهيري الرقمي الجديد ومميزاته كما يلي: (مهربي، 2019، الصفحات 41-42)

- التفاعلية: يتميز الاتصال الرقمي بإتاحة التفاعل المباشر بين المرسل والمستقبل مما يعزز الحوار والمشاركة في المحتوى.

- التفتيت: أصبح بالإمكان استهداف جماهير محددة بدلاً من مخاطبة الجميع ما يزيد من فعالية الرسائل الإعلامية.

- الالتزامية: يمكن الوصول إلى المحتوى الإعلامي في أي وقت دون الحاجة إلى التزام بوقت محدد للبث أو النشر.

- الحركة والمرونة: يمنحك الاتصال الرقمي حرية التنقل وسهولة الوصول إلى المعلومات في أي مكان وزمان.

- قابلية التحويل: تتيح التكنولوجيا الحديثة نقل المحتوى بين مختلف الوسائل بسهولة وبدون تعقيد.

- قابلية التوصيل: يمكن توصيل الرسائل إلى جماهير واسعة باستخدام الإنترنت ووسائل الاتصال الرقمية.

- **الانتشار:** يتيح الاتصال الرقمي وصول المحتوى إلى أعداد هائلة من الناس بسرعة فائقة.
- **الكونية:** أصبح الاتصال الرقمي وسيلة عالمية تجمع الناس من مختلف الثقافات والبلدان مما يخلق فضاءً إعلامياً عالمياً بلا حدود.

4-5- تأثير الاتصال الجماهيري الرقمي على المجتمع:

تتجلى هذه التأثيرات في الآتي: (بن ديدة وقاضي، 2022، صفحة 511)

- **التمكين الديمقراطي:** تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في توفير مساحة واسعة للتعبير عن الآراء والمشاركة في النقاشات العامة، إذ يمكن لأي شخص أن يشارك في الأحداث العالمية سواء من خلال نشر المحتوى أو من خلال التعليق والمشاركة في الحملات.
- **الانتشار السريع للمعلومات:** أصبح من الممكن نشر الأخبار والأفكار في غضون لحظات عبر الإنترنت، لكن مع هذا ظهرت مشاكل مثل انتشار الأخبار الكاذبة والإشاعات والتي يمكن أن تؤثر على الرأي العام بشكل سلبي.

- **التفاعل الاجتماعي:** يعزز الاتصال الجماهيري الرقمي من التفاعل بين الأفراد والجماعات عبر الإنترنت مما يخلق تواصلاً مستمراً ويسمح في تشكيل الرأي العام حول قضايا مختلفة.

4-6- تحديات الاتصال الجماهيري في عصر الثورة الرقمية:

تمثل هذه التحديات فيما يلي: (العسكري س..، 2019، صفحة 11)

- **الأخبار الكاذبة والتضليل الإعلامي:** تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار الأخبار الزائفة مما يؤدي إلى تأثيرات سلبية على المجتمع مثل إشاعة الفوضى أو تشكيل انطباعات خاطئة عن أحداث معينة.
- **المعلومات الشخصية والخصوصية:** مع تزايد الاعتماد على الإنترنت تصبح البيانات الشخصية للأفراد معرضة أكثر للانتهاك، فالشركات الكبرى تقوم بتجميع وتحليل هذه البيانات لتحقيق أهداف تجارية وهو ما يثير قلقاً بشأن خصوصية الأفراد.
- **الرقابة والمحتوى الموجه:** في بعض الأحيان قد تُستخدم منصات الإنترنت لفرض رقابة على المحتوى أو التلاعب به وهو ما قد يؤثر على حرية التعبير في العالم الرقمي.

5- بحوث الرأي العام:

1-5 مفهوم الرأي العام:

الرأي العام هو "تعبير حقيقي صادر عن شريحة واسعة من الناس حول قضية معينة سواء كان هذا التعبير نابعاً من تلقاء أنفسهم أو استجابة لدعوة موجهة إليهم، كما يُعبر عن الرأي العام من خلال التأييد أو المعارضة لحالة أو شخص أو اقتراح ذي أهمية عامة، ويتسم هذا التعبير بوجود نسبة كافية من المؤيدن أو المعارضين من حيث العدد والاستمرارية ليتمكنوا من التأثير بشكل مباشر على الأفعال المتعلقة بالموضوع قيد النقاش". (بوجلال، 1991، صفحة 18)

الرأي العام هو "نتائج تفاعل الآراء والأفكار بين أفراد مجموعة اجتماعية، وقد عرّفه "هنري" بأنه حكم معياري أو براغماتي يتعلق بموضوع معين، بينما عرّفه "برايس" في كتابه الديمقراطيات الحديثة بأنه مجموعة الآراء التي يحملها الأفراد حول القضايا التي تمس مصالحهم العامة والخاصة". (حامد، 2013، صفحة 98)

2- خصائص الرأي العام:

يرى بعض الباحثين أن هناك مجموعة من الخصائص المميزة للرأي العام، ينبغي أن يضعها الباحثون في اعتبارهم عند تقييم ودراسة الرأي العام، ويتمثل أهمها فيما يلي: (بوجلال، 1991، صفحة 18)

- اتجاه الرأي العام: تُشير هذه الخاصية إلى المسار الذي يتبعه الرأي العام ومدى قبوله أو رفضه لفكرة أو قضية معينة، بعبارة أخرى تُحدد هذه الخاصية درجة التأييد أو الرفض أو الحياد الذي يبديه الرأي العام تجاه موضوع معين.

- مضمون الرأي العام ومحتواه: تتعلق هذه الخاصية بكمية ونوعية المعلومات المتوفرة لدى الرأي العام حول موضوع أو قضية معينة، وهي تُبرز مدى استناد الرأي العام إلى معرفة حقيقة بالقضايا المطروحة للنقاش.

- درجة استقرار الرأي العام وثباته: تُعني هذه الخاصية بدراسة مدى ثبات آراء الرأي العام مع مرور الوقت فرغم أن أحد أبرز سمات الرأي العام هو عدم استقراره لفترات طويلة.

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

- **قوة الرأي العام وشدته:** تقيس هذه الخاصية مدى أهمية الموضوع أو القضية بالنسبة للرأي العام ومدى اختلاف قوة الآراء بين الجماعات المختلفة مما يعكس درجة الاهتمام والتفاعل مع القضايا المطروحة.

- **مجال الرأي العام:** تحدد هذه الخاصية نطاق الرأي العام وحجمه وما إذا كان مقتصرًا على مجموعات نوعية محدودة أو شاملًا لجماعات كبيرة بحيث يشكل رأياً عاماً واسع النطاق.

3-5- مكونات الرأي العام:

تعدّ عملية تكوين الرأي العام من العمليات المعقّدة التي تستند إلى مجموعة من المجالات المتداخلة منها النفسية والمعرفية والثقافية، ومن بين المفاهيم الأساسية التي تسهم في تكوين الرأي العام: (حامد، 2013، الصفحات 98-99)

- **الاتجاهات (Attitudes):** تُعرف الاتجاهات بأنها استعدادات وجاذبية مكتسبة تتميز بالثبات النسبي وتحدد شعور الفرد وسلوكه تجاه موضوعات معينة سواء بفضيلتها أو رفضها، إذ تُعدّ الاتجاهات تنظيمياً مستقراً نسبياً للمعتقدات المرتبطة بموضوع أو موقف معين ما يجعل الفرد مستعداً طبيعياً للاستجابة له، وقد تشمل هذه الاتجاهات أشياء أشخاصاً أو جماعات أو أفكاراً أو مبادئ أو أنظمة اجتماعية أو مشكلات.

- **الاعتقاد:** يرى "ديفيد هيوم" أن الاعتقاد هو فكرة تسيطر على عقل الفرد بحيث يقتنع بصحتها ويدافع عنها مع وجود أسباب تدعم هذا الاعتقاد، كما يحتوي كل فرد على نظام معتقدات يتعلّق بموضوعات مختلفة سواء كانت معنوية مثل المبادئ والأفكار والأعراف أو مادية كالمؤسسات والنظم والجماعات.

- **القيم:** هي أحد المفاهيم المحورية في علم الاجتماع، وتمثل أحد الأسس الثقافية الأساسية التي تحقق وحدة الفكر داخل المجتمع، فمن خلال القيم يكون الأفراد تصوراتهم وأفكارهم عن الواقع، إذ تُعتبر القيم أهدافاً وغايات نهائية يسعى الأفراد لتحقيقها وهي لا تعبر عما هو موجود بالفعل بل عما ينبغي أن يكون.

4-5- وظائف الرأي العام:

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

يلعب الرأي العام دوراً حيوياً في تنظيم حياة المجتمع وتوجهها حيث يؤدي مجموعة من الوظائف الأساسية التي تسهم في تحقيق التوازن الاجتماعي السياسي والاقتصادي، ومن أبرز هذه الوظائف:

(الفلahi, 2014, صفحة 243)

- **الضبط الاجتماعي:** يُمثل الرأي العام قوة رادعة تفرض أحكامها فوراً على السلوكات التي تنتهك القيم والمعايير الاجتماعية أو الأخلاقية أو القانونية مما يُسهم في الحفاظ على النظام المجتمعي.

- **الحفاظ على القيم الاجتماعية:** يدعم الرأي العام الخلفية الثقافية للمجتمع بما يشمل القيم والعادات والتقاليد الموروثة لضمان انتقالها عبر الأجيال واستمرار تأثيرها في تشكيل الهوية المجتمعية.

- **التبهنة الاجتماعية والجماهيرية:** يلعب دوراً رئيسياً في إثارة المجتمع وتهيئته لتقبّل تغييرات معينة سواء كانت إصدار قوانين جديدة أو تعديل سياسات قائمة.

- **تحسين السلوك والأخلاق العامة:** يعمل الرأي العام المناهض للظواهر السلبية على خلق بيئة تساهم في محاربة هذه الظواهر والقضاء عليها مما يعزز مناخاً أخلاقياً واجتماعياً صحيحاً.

- **الوظيفة السياسية:** يقوم الرأي العام بتوجيه النظام السياسي حيث يُقدم الدعم للحركات السياسية المشروعة ويعمل على تعديل أو تصحيح المسارات السياسية التي لا تتماشى مع المصالح العامة.

- **الوظيفة الاقتصادية:** يؤثر الرأي العام بفعالية في تحفيز الاقتصاد وإنجاح خطط التنمية، كما تسعى القوى الاقتصادية لاستعمال الرأي العام لدعم الترويج للمنتجات أو الخدمات.

- **دعم عمليات التخطيط وحل المشكلات:** تُساهم معرفة اتجاهات الرأي العام في التخطيط على مختلف المستويات كما تُساعد في إيجاد حلول للمشكلات المجتمعية.

يُعد الرأي العام أداة ديناميكية تسهم في تحقيق التقدم والتماسك الاجتماعي عبر تنظيم السلوكات وتعزيز القيم وتوجيه الأنظمة نحو تحقيق مصالح المجتمع بأبعاده المختلفة.

6- بحوث الدعاية:

6-1-تعريف الدعاية:

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

الدعاية هي "حالة يتم فيها التحكم في وسائل النشر المختلفة حيث يتم بث المعلومات حسب الرغبة دون الالتزام بالدقة أو الصدق أو الأمانة، كما تهدف الدعاية إلى التأثير على ميول وعواطف الجمهور باستخدام جميع الوسائل المتاحة مع التركيز على الوصول إلى أهداف محددة بدلاً من تنشيط تفكيرهم وانتباهم". (كيحول، 2020، صفحة 70)

الدعاية هي "فن التأثير والسيطرة والإقناع من خلال الإلحاح والترغيب بهدف تغيير وجهات النظر أو الآراء أو السلوكيات، فمن الناحية العلمية تُعتبر الدعاية أسلوبًا من أساليب التأثير على العقول والمشاعر حيث تُستخدم لإقناع الأفراد أو الجماهير بموافق معينة من خلال تقديم حجج وأدلة منطقية تدعم هذه المواقف". (آدم، 2016، صفحة 220)

6-2- مبادئ الدعاية الناجحة:

تتجلى مبادئ الدعاية الناجحة في النقاط التالية: (شاوي، 2012، الصفحات 50-51)

- الدعاية الفعالة تركز على الأفراد بدلاً من الموضوعات وتستدعي المناقشة وتنشط التفكير العقلي، بينما تلك الموجهة للأفراد تركز على التأثير في أخلاقهم وسلوكياتهم وتحفز مشاعرهم وعواطفهم أكثر من تحفيز العقل والتفكير.

- يجب أن تكون الدعاية مخفية ومموجة بحيث لا تُظهر نفسها كدعاية فاشلة.

- ينبغي أن تستند الدعاية إلى معلومات قيمة ومعرفة دقيقة بالسياقات المختلفة مثل اللغة والاتجاهات الثقافية والوطنية.

- الدعاية الناجحة تتعلق بالقضايا التي يعرفها الناس ويجب تناولها بصدق وموضوعية مثل قضايا البطالة والتنظيم والاحتکارات وغيرها.

- يجب أن يتمتع القائمون على تنفيذ الدعاية بحرية الحركة والتنفيذ لضمان نجاحها.

6-3- عناصر الدعاية:

تشمل عناصر الدعاية النقاط التالية: (الهلالي، 2013، صفحة 203)

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

- المصدر: يشير إلى الجهة التي تنطلق منها الدعاية ويشمل تحليل حقيقته (هل هو موثوق أو مشكوك فيء؟)، كيفية ظهوره (من خلال أي وسيلة إعلامية أو شكل من أشكال النشر؟) ومدى استخدامه (إلى أي مدى يتم تكرار الرسالة أو استخدامها في سياقات مختلفة).

- الوقت: يتعلق بتوقيت وصول الرسالة إلى الجمهور وقت إرسالها ومدى تكرار إرسال الرسائل أو تكرار ظهور المصدر، فتوقيت الدعاية قد يكون حاسماً في تأثيرها حيث يمكن أن تتغير فعالية الرسالة باختلاف الأوقات.

- المرسل إليهم: يشير إلى الجمهور المستهدف بالدعاية وقد يكون هذا الجمهور مباشراً (مثل الأفراد أو الجماعات التي توجه إليهم الرسالة مباشرة) أو غير مباشر (مثل وسائل الإعلام أو منصات التواصل التي تنقل الرسالة للجمهور بشكل غير مباشر)، كما قد يتسم بعض الأحيان بالتفاعل غير المنتظم حيث لا يتضح بشكل دائم إذا كان الجمهور مباشراً أو غير مباشر.

- الموضوع: يتعلق بالقضايا أو الأفكار التي تناقشها الدعاية وقد تكون هذه القضايا مرتبطة بمصادر حكومية أو استخباراتية أو قد تكون دعاية مضادة تهدف إلى مواجهة أفكار أو اتجاهات معينة، فقد يتضمن الموضوع تحليلاً للمواقف السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية.

- الواجب: يتعلق بالهدف النهائي للدعاية ضد من أو ما هي المجموعات أو القضايا التي تستهدفها، فالهدف قد يكون التفريق بين الجماعات أو توجيه رسائل تتماشى مع إستراتيجية معينة مثل تأييد جهة معينة أو هجوم على أخرى.

إنما، هذه العناصر تتعاون بشكل تكامل لتشكيل دعاية مؤثرة تنقل رسائل ذات أهداف محددة بطريقة موجهة ومدرورة.

6-4- أنواع الدعاية:

تتعدد وتختلف أنواع الدعاية وفقاً لأهدافها واستراتيجياتها ومدى تأثيرها في الجمهور، وتشمل هذه الأنواع: (كيحول، 2020، صفحة 72)

- الدعاية السياسية مقابل الدعاية الاجتماعية:

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

تهدف الدعاية السياسية إلى تغيير سلوك الجمهور لصالح أجندات سياسية معينة وهي تمارس بشكل منظم من قبل الحكومات والأحزاب السياسية والضغط السياسي، أما الدعاية الاجتماعية فهي أكثر تنوعاً وأقل تنظيماً حيث تتدخل مع الثقافة المجتمعية مثل الترويج للموضوعات أو القيم الثقافية المادية وغير المادية.

- الدعاية التحريرية مقابل الدعاية الاندماجية أو التكاملية:

تهدف الدعاية التحريرية إلى تحفيز الجمهور للمشاركة في الثورات أو الحروب أو لتعزيز الإنتاجية في المجالات الاقتصادية أو الاجتماعية فنتائجها عادة ما تكون مرئية وواضحة ولكن قصيرة الأمد، ومن جهة أخرى تهدف الدعاية الاندماجية إلى تعزيز التوافق الاجتماعي والقبول بالسلطة وهي تستهدف تعزيز القيم الثقافية والأخلاقية للمجتمع.

- الدعاية العمودية مقابل الدعاية الأفقية:

الدعاية العمودية يتم تنفيذها من قبل السلطة بدءاً من القادة السياسيين والنخب وصولاً إلى الجمهور غالباً ما تكون منظمة ورسمية، في حين أن الدعاية الأفقية تأتي من مؤسسات شعبية أو مجتمعية حيث يقوم الأفراد أو الشخصيات الاجتماعية المؤثرة بنقل الرسائل.

- الدعاية العاطفية مقابل الدعاية العقلانية:

تصنف الدعاية إلى غير عقلانية عندما تعتمد على المنطق الخاطئ والحجج العاطفية والمعتقدات والأساطير، بينما تكون الدعاية العقلانية مبنية على الأدلة العلمية والمنطق السليم وتستند إلى الحقائق والمعلومات الملموسة.

5-6- أساليب الدعاية:

تعتمد الدعاية على مجموعة من الأساليب التي تهدف إلى التأثير على عقول الجماهير وتوجههم نحو قبول أفكار أو مواقف معينة، وفيما يلي شرح لأبرز هذه الأساليب: (آدم، 2016، صفحة 228)

- استخدام القوالب النمطية: يعتمد هذا الأسلوب على تبسيط الأفكار أو الفئات الاجتماعية بوضعها في قالب محدد ومبني مما يسهل إيصال الرسالة للجمهور ولكنه يغفل التفاصيل المهمة ويعزز التحيزات.

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

- **التسميات:** يُستخدم هذا الأسلوب لتسمية الأشخاص أو الأفكار بأوصاف معينة سواء إيجابية أو سلبية بهدف التأثير على إدراك الجمهور لهذه الفئة أو الموضوع مثل وصف جهة بأنها "عدوة" أو "بطلة".
- **الاختيار:** يتم تقديم جزء محدد من الحقائق أو المعلومات وتجاهل البقية لإظهار وجهة نظر معينة تخدم أهداف الدعاية.
- **التكرار:** يساعد تكرار الرسائل الدعائية بشكل مستمر على ترسيخها في أذهان الجمهور مما يؤدي إلى قبولها مع مرور الوقت كحقيقة.
- **الحزم في الطرح:** تقديم الرسالة الدعائية بأسلوب حازم ومؤكد يوحي للجمهور بأنها صحيحة ولا تقبل الشك.
- **مستوى الجمهور:** تصميم الرسالة لتناسب المستوى الثقافي والاجتماعي للجمهور المستهدف مما يجعلها أكثر تأثيراً واستيعاباً.
- **التحول:** التركيز على تحويل الانتباه من قضايا رئيسية إلى قضايا ثانوية أو عاطفية تؤثر على مشاعر الجمهور، بهدف صرف الانتباه عن النقاط الأساسية.
- **الدلالة بالاقتران:** ربط الأفكار أو الأشخاص بمفاهيم أو رموز إيجابية أو سلبية لخلق انطباعات مسبقة، فعلى سبيل المثال ربط منتج معين بالنجاح أو الرفاهية.
- **اللحاق بالركب:** إثارة الشعور بالانتماء من خلال الدعوة للانضمام إلى موقف أو فكرة معينة لأن الجميع يفعل ذلك."
- **الإحباط:** استغلال مشاعر الإحباط لدى الجمهور للتبرويج لحلول مزعومة أو دعم أفكار معينة يعتقد أنها تخفف من هذه المشاعر.

كل هذه الأساليب تستخدم بشكل متعمد وممنهج للتأثير على الرأي العام وتحقيق أهداف دعائية، وغالباً ما تستغل الجوانب النفسية والثقافية للجماهير المستهدفة لجعل الرسائل أكثر فاعلية.

7- بحوث الإشاعة:

1-7-تعريف الإشاعة:

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

الإشاعة هي "عبارة عن قضية نوعية وموضوعية تحمل مضموناً يتسم بعدم اليقين حيث تُطرح معايير معينة لتصديقها دون التأكيد من مصدرها الحقيقي، قد تكون الشائعة غالباً ذات مواضيع متعددة تنطوي على المبالغة أو التقليل من أهمية حدث معين وتعتبر انعكاساً مشوهاً لواقع ما، كما تنتشر بين أفراد المجتمع عن طريق الروايات الشفوية بشكل خاص أو عبر وسائل الاتصال الجماهيرية بشكل عام بهدف تحقيق أهداف سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو غيرها سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي للحصول على استجابات معينة". (صيد، 2015، صفحة 302)

تعرف الإشاعة بأنها "رسالة نوعية تُستخدم للتأثير على الرأي العام حيث تُنقل عادةً شفهياً بين الأفراد أو تُعرف أيضاً بأنها عملية تداول خبر أو فكرة مرتبطة بواقع معين أو رأي أو صفة مختلفة يتم تناقلها من خلال الكلمة المنطقية، تعكس الإشاعة حالة من الفلق أو الكبت الجماعي وتُعدّ بذلك وسيلة من وسائل التعبير عن العقل الجمعي تجاه الأحداث التي تميز البيئة الاجتماعية المحيطة بهم". (مقدم، 1992، صفحة 33)

7- مراحل انتشار الإشاعة:

تمر الإشاعة خلال فترة انتشارها بعدة مراحل هي كالتالي: (بلعباس وغالب، 2015، صفحة 29)

- **مرحلة ولادة الإشاعة:** تتمثل هذه المرحلة في إنتاج الإشاعة وبدء عرضها على الجمهور من خلال قنوات ووسائل الاتصال المختلفة، تتنوع هذه الوسائل وفقاً لطبيعة الإشاعة والفاعلين والسياقات التي يتم من خلالها نشرها، كما قد يقتصر نشر الإشاعة على شبكة العلاقات الاجتماعية في إطار تواصل جمعي أو قد يتم اللجوء إلى وسائل الإعلام بمختلف أنواعها.

- **مرحلة المغامرة أو المجازفة:** هذه المرحلة تتمثل في انتشار الإشاعة وذريعتها وفقاً لقانون انتشار الإشاعات الذي يعتمد على نقطتين رئيسيتين هما أهمية وغموض الإشاعة بالإضافة إلى ترويجها وقد يختلف مدى انتشار الإشاعة بناءً على مدى تشويقها وتأثيرها على الجمهور.

- **مرحلة موت الإشاعة:** هي المرحلة التي تلي عملية ولادة وانتشار الإشاعة وقد تستمر لفترة زمنية تتراوح من ساعات قليلة إلى أيام أو حتى أسابيع، في هذه المرحلة يقوم مروج الإشاعة بتقييم تأثيرها ومراجعة الآثار التي ترتب عليها على الأصدقاء الاجتماعيين والسياسيين والاقتصاديين والثقافيين، كما يتم من خلال هذه العملية قياس مدى نجاح الإشاعة في تحقيق أهدافها والمخططات التي سعى مروجها لتحقيقها.

7-3- أهداف الإشاعة:

- تهدف الإشاعة إلى تحقيق جملة من الغايات المتنوعة، من أبرزها: (مقدم، 1992، الصفحات 36-

(37)

- **تفتيت الرأي العام:** تسعى الإشاعة إلى تقسيم الرأي العام وتشتيت وحدته مما يسهل السيطرة عليه. يتم ذلك من خلال نشر أخبار تتعلق بالصراعات بين الفئات الاجتماعية أو السياسية.

- **إثارة الفوضى والخوف:** تعمل الإشاعة على زرع البلبلة وإثارة الذعر وافتعال الأزمات مثل نشر أخبار عن اندلاع حرب أهلية أو صدام بين مجموعات مسلحة أو نقص في مواد غذائية أساسية أو تسريح العمال من جهة معينة.

- **تشويه السمعة:** تهدف الإشاعة إلى الإضرار بسمعة بعض القادة أو الحكومات أو الشخصيات العامة بهدف التقليل من شأنهم أو التأثير على صورتهم.

- **توجيه الانتباه:** تُستخدم الإشاعة لتحويل الاتجاهات والأراء ضد أشخاص أو مواقف معينة بهدف خلق معارضة لهم.

- **إضعاف المعنويات:** تعمل الإشاعة على تحطيم الروح المعنوية للأفراد سواء كانوا عسكريين أو مدنيين خاصة أثناء الأزمات أو الحروب مثل نشر أخبار كاذبة حول إحاطة العدو بكل الجهات.

- **رفع المعنويات:** يمكن للإشاعة أن تُستخدم كوسيلة لتعزيز الروح المعنوية وتوحيد الصفوف من خلال نشر أخبار إيجابية أو معلومات مشجعة.

7-4- تصنيفات الإشاعة:

تختلف تصنيفات الإشاعة بناءً على المعايير المستخدمة في التصنيف، فمنها ما يُصنّف وفقاً للترتيب الزمني أو المرحلة الزمنية التي تظهر فيها الإشاعة ومنها ما يُصنّف استناداً إلى الدوافع النفسية التي تقف وراءها، وفيما يلي توضيح لهذه التصنيفات:

- **تصنيف الإشعاعات وفقاً للترتيب الزمني:** (البحش، 2005، صفحة 30)

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

- **الإشاعات الزاحفة:** تنتشر هذه الإشاعات ببطء وبطريقة تدريجية بحيث تظل تتنقل بين الأفراد والمجموعات بشكل هادئ دون إثارة انتباه واسع، غالباً ما تستمر لفترات طويلة حتى تصبح مقبولة كحقيقة دون التحقق منها.

- **إشاعات العنف:** يتم تداول هذا النوع من الإشاعات في أوقات التوترات والصراعات غالباً ما تستهدف تأجيج العداوات وزرع الخوف والذعر بين الناس، كما تتسم هذه الإشاعات بسرعة انتشارها وتأثيرها القوي على استقرار المجتمعات.

- **الإشاعات الغائصة:** تكون هذه الإشاعات خفية وغير ظاهرة للعيان فور إطلاقها لكنها تظل كامنة في الوعي الجمعي لفترة طويلة، إذ تظهر تأثيراتها فجأة في الوقت المناسب غالباً ما تُستخدم في سياقات تهدف إلى التأثير على الرأي العام أو إحداث تغييرات كبيرة في المواقف الاجتماعية.

تصنيف الإشاعات وفقاً للدوافع النفسية: (البحش، 2005، صفحة 31)

- **إشاعة الخوف:** تنشأ هذه الإشاعات نتيجة لحالة من القلق أو التوتر السائد في المجتمع حيث تهدف إلى بث الذعر ونشر المخاوف بين الأفراد غالباً ما تنتشر في أوقات الأزمات والكوارث.

- **إشاعة الأمل:** تركز هذه الإشاعات على تحفيز مشاعر التفاؤل والإيجابية حيث تسعى لإعطاء الناس بارقة أمل في ظل ظروف صعبة، غالباً ما تُروج لتوقعات أو أخبار جيدة حتى وإن كانت غير صحيحة لتخفييف الضغط النفسي.

- **إشاعة الحقد:** تروج هذه الإشاعات بدافع الكراهية أو الانتقام وتستهدف عادةً الإضرار بسمعة أفراد أو مجموعات معينة، كما تسعى إلى زرع الفتنة والخلافات بين الناس وتحتستغل لتعزيز الانقسامات الاجتماعية.

5- آثار الإشاعة:

تتعدى تأثيرات الإشاعة جوانب معينة من الحياة الاجتماعية حيث تترك آثاراً سلبية في عدة مجالات من بينها: (بلغباس وغالب، 2015، صفحة 32)

- **الآثار الاجتماعية:** في المجتمع الذي تنتشر فيه الإشاعات تصبح البيئة الاجتماعية مهددة حيث يسود الشعور بالارتباك والتشویش ويفتح المجال لتداول الأكاذيب والأخبار الضارة ذات النوايا السيئة مما يؤدي إلى تفشي الأمراض الاجتماعية مثل الفساد والفوبي المركب يعزز من تفكك العلاقات الاجتماعية ويزيد من

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

انتشار الفتنة بين الجماعات، كما تؤثر الإشاعات على الصحة النفسية للأفراد، مسببة القلق، التوتر، والإرهاق.

- الآثار الاقتصادية: في ظل المنافسة الشرسة في الأسواق تؤثر الإشاعات المغرضة بشكل كبير على الاقتصادية خاصًّا في القطاعات الإنتاجية والخدمة مثل السياحة، هذه الإشاعات قد تسبب اهتزازات في الثقة الاقتصادية وتؤثر سلبيًّا على النشاطات التجارية

- الآثار السياسية: تهدف الإشاعة إلى زعزعة الموقف السياسي في دولة ما بهدف تحقيق مكاسب سياسية، كما قد تؤدي إلى توتر العلاقات بين الدول أو تغير مواقف القيادة بما يتعارض مع قناعاتها فعلى المستوى الداخلي تظهر الإشاعات في فترات الانتخابات بهدف تحقيق مكاسب سياسية أو النيل من المنافسين.

- الآثار الأمنية: الإشاعات المغرضة قد تؤدي إلى إرباك الأوضاع الأمنية حيث تخلق العداوات والشحناء بين الأطراف المختلفة مما يؤدي إلى عدم الاستقرار في المجتمع، هذا التأثير السلبي ينعكس على الوضع الأمني العام.

8- بحوث الإعلان:

1-تعريف الإعلان:

يعرف الإعلان بأنه "فن التعريف ووسيلة اتصالية تهدف إلى إقناع الجمهور بما يتم الإعلان عنه، كما أنه عملية تواصلية تهدف إلى التأثير من البائع إلى المشتري حيث يتم الاتصال عبر وسائل الاتصال العامة، بالإضافة إلى ذلك يُعتبر الإعلان الأداة الرئيسية في نقل الرسالة البيعية". (الهلالي، 2013، صفحة (75)

كما يُعرف بأنه "وسيلة تتيح نشر أفكار أو معلومات ذات طابع اقتصادي بين الأفراد الذين يمتلكون سلعة أو خدمة للعرض أو البيع وبين الأشخاص الذين يظهرون استعدادًا ورغبة في استخدام تلك السلعة أو الخدمة". (Lendrevie & Brenard, 2001, p. 03)

2- خصائص الإعلان:

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

يتميز الإعلان بعدد من الخصائص التي تميزه عن باقي الأنشطة التسويقية الأخرى، منها: (عواج،

(2020، صفحة 134)

- **الانتشار الواسع:** يُستخدم الإعلان بشكل واسع من قبل المنظمات الهدافـة للربح وكذلك من قبل المجموعات الخيرية والنوادي والهيئات الثقافية والاجتماعية مما يجعله أداة فعالة للتواصل مع مختلف الفئات.

- **وضوح شخصية المعلن:** تظهر شخصية المعلن بوضوح في الرسالة الإعلانية حيث يتم ذكر جميع المعلومات الخاصة بالمعلن بشكل صريح مما يساهم في بناء الثقة والشفافية مع الجمهور.

3-8- أطراف الإعلان:

يتطلب إعداد وتنفيذ النشاط الإعلاني تدخل ثلاث أطراف رئيسية، وهي: (عواد، 2011، صفحة

(105)

- **المعلن:** هو الجهة أو الشخص الذي يسعى لترويج منتج أو خدمة معينة سواء كان شركة أو مؤسسة أو فرد حيث يقوم المعلن بتحديد أهداف الحملة الإعلانية ويحدد الرسالة التي يريد توجيهها للمستهلكين.

- **وسائل الاتصال:** تشمل الأدوات والقنوات المستخدمة لنقل الرسالة الإعلانية إلى الجمهور المستهدف، هذه الوسائل قد تكون تقليدية مثل التلفزيون والصحف أو حديثة مثل الإنترنـت ووسائل التواصل الاجتماعي، كما أن اختيار الوسيلة المناسبة يعتمد على الجمهور المستهدف ونوع الرسالة.

- **وكالات الإعلان:** هي المؤسسات المتخصصة في تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلانية حيث تقوم الوكالات بتطوير الاستراتيجيات الإعلانية وإنتاج المواد الإعلانية وتنفيذ الحملة الإعلانية عبر الوسائل المختلفة، كما تعمل الوكالات بالتعاون مع المعلنين لتحقيق أهداف الحملة.

4-8- وظائف الإعلان:

إن للنشاط الإعلاني مجموعة من الوظائف المختلفة والمتحدة سواء بالنسبة للمستهلك أو بالنسبة

للمنتج، **والجدول رقم 04 :** يبرز أهم وظائف الإعلان : (عواج، 2020، صفحة 138)

الوظائف	بالنسبة للمستهلك	بالنسبة للمنتج
المعلومات والتوجيه	- يعد الإعلان المصدر الرئيسي لمعلومات المستهلك عن المنتجات التي تلبي احتياجاته مما يساعد في الحصول على ما يرغب فيه بشكل أسرع وأقل جهداً.	يعتبر الإعلان من أهم الوسائل التي تربط المنتجين بعلاقة مستدامة مع المستهلكين مما يعزز التواصل المستمر بين الطرفين.
تسهيل الاختيار	- يساعد المستهلك في مقارنة السلع والخدمات مما يسهل عليه عملية المفاضلة واتخاذ القرار الأمثل.	- يساهم الإعلان في تحفيز المستهلكين على شراء السلع أو الاستفادة من الخدمات مما يعالج مشكلة الكساد وزيادة الطلب.
توجيه الموقع	- يعلم المستهلك بأماكن تواجد المنتجات مما يوفر عليه وقت البحث عن محلات الأسواق التي تبيع المنتجات المعلن عنها.	- يعمل الإعلان على تعزيز وجود المنتج في الأسواق مما يساهم في زيادة التنافسية بين المنتجات المختلفة.
تقديم النصائح	- يوفر الإعلان للمستهلك مهارات ونصائح قيمة تساعده في اتخاذ قرارات أفضل وتجنب المتاعب.	- يساعد الإعلان المنتجين في إظهار مزايا منتجاتهم بشكل مميز مما يثير اهتمام المستهلكين ويشجعهم على اتخاذ قرار الشراء.

يساعد الإعلان المستهلك في اتخاذ قرارات شراء أفضل من خلال تقديم المعلومات وتسهيل المقارنة وتوجهه لأماكن المنتجات، أما بالنسبة للمنتج فيعزز الإعلان العلاقة مع المستهلك ويحفز الطلب على المنتجات مما يعزز وجودها في السوق.

8-5. أشكال الإعلان:

يمكن تصنيف أشكال الإعلان إلى أربع مجموعات رئيسية حيث يعتمد كل نوع على خاصية معينة تؤثر على المستهلك بطرق مختلفة، هذه الأنواع هي: (عواد، 2011، صفحة 114)

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

- **الإعلان الإخباري والإقناعي:** يهدف هذا النوع من الإعلان إلى تقديم معلومات للمستهلك سواء كانت عن منتج أو خدمة جديدة أو عن خصائص وفوائد معينة للمنتج، بينما يتجه الإعلان الإقناعي إلى التأثير على قرارات المستهلكين من خلال إقناعهم بالشراء باستخدام استراتيجيات نفسية مثل التحفيز العاطفي أو العقلي.

- **الإعلان الإسقاطي:** يعتمد هذا النوع على خلق علاقة بين المنتج والمستهلك عبر تفعيل أفكار أو مشاعر معينة تتعلق بالمنتج، كما يشير إلى أسلوب يستخدم فيه الإعلان الرغبات أو التوقعات المكتوبة لدى المستهلك حيث يتم تفعيل شعور معين يربط الشخص بالمنتج أو الخدمة بشكل لا شعوري.

- **الإعلان الآلي:** يتسم هذا الإعلان بالتركيز على الاستخدام التكنولوجي في عرض المنتجات أو الخدمات حيث يعتمد على الأنظمة الآلية أو الذكاء الصناعي لتوجيه الرسائل الإعلانية إلى الجمهور المستهدف، ويتميز بالقدرة على تخصيص المحتوى استناداً إلى بيانات المستهلك مما يزيد من فعاليته.

- **الإعلان الإيحائي:** يتوجه هذا النوع من الإعلان إلى التأثير على المستهلك عبر إشارات أو رموز غير مباشرة تهدف إلى نقل رسائل أو انطباعات معينة من دون التصريح بها مباشرة، إذ يعتمد الإعلان الإيحائي على بناء صور ذهنية في ذهن المستهلك قد تحفزه لاتخاذ قرار الشراء استناداً إلى التلميحات أو الإيحاءات التي تتضمنها الرسالة الإعلانية.

هذه الأنواع من الإعلانات تختلف في أساليب تأثيرها على العقلية والسلوك الاستهلاكي حيث تتوافق بين نقل المعلومات البسيطة وإقناع الأفراد وتوجيههم نحو اتخاذ قرارات شراء معينة.

9- بحوث الإشهار:

9-1- تعريف الإشهار:

الإشهار هو "عملية اتصالية شاملة تتضمن جميع عناصر الاتصال الأساسية، يبدأ الإشهار بالمرسل وهو الجهة القائمة بالإشهار مثل المنتج أو الموزع وينتقل عبر الرسالة التي تمثل الصيغة الترويجية للمضمون الإعلاني، يتم توصيل هذه الرسالة باستخدام الوسيلة والتي تشمل مختلف وسائل الاتصال الجماهيرية مثل السينما، المسرح، الملصقات، والوسائل الإلكترونية الحديثة". (يختلف، 2010، صفحة

(61)

كما يعرف الإشهار بأنه "وسيلة اتصال فعالة تستهدف الجمهور حيث يختلف شكله وأسلوبه وفقاً للهدف الذي يسعى إلى تحقيقه، كما يمكن تحليل الإشهار كعملية اتصالية تتكون من عدة عناصر متربطة تهدف إلى إيصال رسائل محددة للجمهور المستهدف بحيث يمثل أداة محورية للتواصل بين المؤسسات وجمهورها، مما يساعد على بناء علاقة مستدامة وتحقيق الأهداف التسويقية". (وعلي، 2015، صفحة 279)

9-2- عوامل تطور الإشهار:

مر الإشهار بعدة مراحل من التطور حتى وصل إلى مستوى الحالي من حيث جودة التصميم والإخراج والإبداع الفني. ويرجع هذا التطور إلى التقدم الكبير في فنون الطباعة ووسائل الاتصال العامة. ومن أبرز العوامل التي ساعدت على تطور الإشهار: (كورتل، 2012، صفحة 147)

- **التطور الصناعي:** تجلى هذا التطور في زيادة معدلات التصنيع وحجم الإنتاج الكبير بفضل استخدام الآلات مما أسهم في خلق حاجة كبيرة للإشهار بهدف تجنب الكساد، بالإضافة إلى إنتاج العديد من المنتجات المتشابهة.

- **اتساع السوق:** أدى هذا الاتساع إلى تقليل فعالية الاتصال المباشر بالزبائن مما جعل من الصعب على المنتجين التواصل مع ملايين المستهلكين دون استخدام وسائل إعلانية.

- **التنمية الاقتصادية والاجتماعية:** أسفرت هذه التنمية عن ارتفاع مستوى المعيشة وتغيير ميول المستهلكين مما فتح المجال أمام المنتجين للتنافس لجذب عملاء جدد وكان الإشهار هو الوسيلة الرئيسية لتحقيق ذلك.

9-3- أهمية الإشهار:

يمكن إبراز أهمية الإشهار من خلال النقاط التالية: (عرب، 2023، الصفحات 44-45)

- يكتسب الإشهار أهمية كبيرة لدى كل من الشركات والمستهلكين حيث يوفر معلومات تساعد المستهلكين على المفاضلة بين المنتجات المتنوعة، فقد أدى التطور الصناعي وزيادة الإنتاج إلى وفرة المنتجات مما جعل الإشهار وسيلة أساسية لمساعدة المستهلكين في التمييز بين الخيارات، بالإضافة إلى ذلك أسهم التقدم التكنولوجي في تقديم سلع متعددة مما زاد الحاجة للإشهار كأداة لتوضيح الفروقات والميزات.

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

- يساهم الإشهار في إبراز الفروق بين المنتجات حتى عندما تكون الاختلافات طفيفة مثل الاسم التجاري، كما يعمل على ربط المنتجات بمؤثرات نفسية وسلوكية تعزز شعور الإشباع لدى المستهلك
- يساهم الإشهار في توجيه المنتجات إلى فئات مستهدفة بناءً على خصائص مثل الدخل أو العمر أو الجنس، فمن خلال تصميم إعلانات موجهة يمكن للشركات استهداف قطاعات محددة وإيصال الرسائل الملائمة.
- يمثل الإشهار وسيلة فعالة وسريعة لمواجهة الأزمات مثل انخفاض المبيعات أو تراجع الطلب، بخلاف الاستراتيجيات الأخرى التي قد تحتاج إلى وقت طويل للتنفيذ، كما يتيح الإشهار التفاعل السريع مع التغيرات في السوق والتأثير على تفضيلات المستهلكين في الأجل القصير والطويل.
- في ظل سعي الشركات لتجنب المنافسة السعرية أصبح الإشهار وسيلة أساسية لتعزيز تنافسية المنتجات من خلال إبراز ميزاتها وتحسين صورتها في أذهان المستهلكين.
- يساهم الإشهار في تغيير مرنة الطلب على المنتجات مما يؤدي إلى زيادة المبيعات أو تحسين مكانة المنتج بالسوق دون الحاجة إلى خفض الأسعار.

4-9- أهداف الإشهار:

يسعى الإشهار إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من بينها: (وعلي، 2015، صفحة 281)

- **تعريف الجمهور بالمنظمة ومنتجاتها:** يعمل الإشهار على توضيح هوية المنظمة وأهدافها مع تقديم شرح وافي لخصائص المنتجات التي تعرضها ومكوناتها وأشكالها المتاحة بالإضافة إلى أماكن توافرها، بهدف ذلك إلى إرشاد العملاء حول كيفية تلبية احتياجاتهم من خلال هذه المنتجات مع تسليط الضوء على المغريات البيعية.
- **تذكير العملاء بالمنتجات:** يسعى الإشهار إلى الحفاظ على ارتباط العملاء بالمنظمة ومنتجاتها وذلك من خلال حملات تذكيرية تشجعهم على اقتناء المنتجات عند الحاجة.
- **تعليم العملاء استخدام المنتجات الجديدة:** يساهم الإشهار في توعية الجمهور حول طرق استخدام المنتجات الجديدة المطروحة في الأسواق مما يزيد من قابليتها للتبني من قبل العملاء.

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

- **تعزيز الثقة مع العملاء:** يهدف الإشهار إلى بناء الثقة بين المنظمة والعملاء عبر توفير بيانات ومعلومات موثوقة مما يعزز العلاقة بين الطرفين ويساهم في ترسيخ صورة إيجابية عن المنظمة.
- **مواجهة المنافسة والحفاظ على الحصة السوقية:** يلعب الإشهار دوراً أساسياً في التصدي للمنافسة من خلال تسليط الضوء على مزايا منتجات المنظمة مقارنة بمنتجات المنافسين وإقناع العملاء بجودتها وتفوقها.
- **تشجيع زيادة استهلاك المنتجات:** يسعى الإشهار إلى رفع معدل استهلاك العملاء للمنتجات عن طريق تعزيز الاستخدام المتكرر للمنتجات وتشجيع تنوع استخدام المنتجات.
- **فتح أسواق جديدة:** يعمل الإشهار على توسيع قاعدة العملاء من خلال استهداف أسواق غير مستغلة مسبقاً، يتم ذلك عن طريق حملات إعلانية مبتكرة تسعى إلى جذب فئات جديدة من الجمهور أو خلق اهتمام لدى أجيال حديثة بالمنتجات.

5- مميزات الإشهار:

- يتفرد الإشهار عن غيره من وسائل الاتصال مثل البيع الشخصي وترقية المبيعات والعلاقات العامة بخمس خصائص رئيسية، وهي: (كورتل، 2012، الصفحات 148-149)
- **الوصول إلى جمهور واسع:** يتميز الإشهار بقدرته على الوصول إلى جمهور كبير وفي بعض الأحيان يستهدف الملايين مما يجعله الوسيلة الاتصالية الأكثر استخداماً وقبولاً.
 - **التكلفة المنخفضة نسبياً:** على الرغم من أن تكلفة الإشهار عبر وسائل الاتصال قد تكون مرتفعة إلا أن استهداف جمهور كبير يجعل تكلفة الاتصال لكل فرد منخفضة مما يجعله الخيار الأفضل للمعلنين، خصوصاً في مجال السلع ذات الاستهلاك الواسع.
 - **التكرار والاستمرارية:** يعتمد الإشهار على تكرار بث الرسائل الإعلانية بشكل مستمر لتعزيز تأثيره وترسيخ الرسالة في أذهان الجمهور.
 - **الوضوح والشمولية:** تميز الرسائل الإعلانية بالوضوح والتعميم حيث يتم توجيه نفس الإعلان لجميع المستهلكين بخلاف وسائل الاتصال الأخرى مثل البيع الشخصي وال العلاقات العامة التي تعتمد على تخصيص الرسائل للجمهور المستهدف.

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

- المراقبة الدقيقة للمحتوى: يتم إعداد الرسائل الإعلانية ومراجعتها بعناية من قبل المعلن وتبث كما هي دون تعديل أو تغيير من قبل وسائل الإعلام مما يضمن دقة ووضوح مضمون الرسالة.

6-9 أنواع الإشهار:

يتنوع الإشهار حسب الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها والمرحلة التي يمر بها المنتج في دورة حياته، ويمكن تصنيف الإشهار إلى الأنواع التالية: (يخلف، 2010، صفحة 65)

- الإشهار الإعلامي (Publicité informative):

يركز هذا النوع على تعريف الجمهور بوجود منتج جديد وتسلیط الضوء على خصائصه ومزاياه بالإضافة إلى توضیح استخداماته وتطبیقاته الحدیثة، يُعد هذا النوع ضروریاً في مرحلة إطلاق المنتج حيث يتم السعی لجذب انتباھ المستهلكين وتشجیعهم على تجربة المنتج.

- إشهار التذکیر (Publicité de rappel):

يهدف هذا النوع إلى دعم منتج موجود بالفعل في السوق إذ يذکر المستهلكين بخصائصه واستخداماته التي يعرفونها سابقاً، كما يستخدم هذا النوع من الإشهار غالباً في مرحلة التوسيع لتعزيز استمرار استهلاك المنتج وزيادةوعي الجمهور به.

- الإشهار التأکیدي (Publicité de confirmation):

يسعى إلى الحفاظ على استقرار مبيعات المنتج وزيادة ولاء المستهلكين له، إذ يطبق هذا النوع من الإشهار بشكل أساسي في مرحلة النضج حيث يكون الهدف تعزيز ارتباط المستهلك بالمنتج وضمان استمرارية الطلب عليه.

- الإشهار الترویجي (Publicité promotionnelle):

يستخدم في مرحلة تراجع المنتج فعندما يبدأ المنتج في فقدان جاذبيته في السوق يتم اللجوء إلى أساليب ترويجية مختلفة للحد من تدهور مبيعات المنتج مثل تنظيم المسابقات وتقديم الهدايا والعينات المجانية وتخفيض الأسعار واستخدام وسائل تشجيعية أخرى لتحفيز المستهلكين على الشراء.

كل نوع من الإشهار يوجه نحو تحقيق غایيات محددة تتماشى مع احتياجات المنتج والسوق مما يجعله أداة حيوية لاستدامة النجاح التجاري.

10- بحوث التسويق الإعلامي:

1-10- مفهوم التسويق:

التسويق هو "عملية متكاملة وديناميكية تبدأ بهم دراسة احتياجات ورغبات العملاء المستهدفين وتتواصل عبر مراحل متعددة تشمل تصميم المنتجات أو الخدمات وتسويقه وتوزيعها، ولا تتوقف هذه العملية عند التوزيع فقط بل تمتد لتشمل تحليل ردود أفعال العملاء وتقديرهم تجربتهم مع السلع أو الخدمات المقدمة، كما يعد التسويق سلسلة مترابطة حيث يؤثر أي خلل في إحدى مراحلها سلباً على نجاح عملية الترويج للمنتج وتحقيق أهدافه في السوق". (يسعد، 2017، صفحة 566)

التسويق هو "نشاط إداري يهدف إلى تحديد المنتجات وتطويرها وتسوييرها والترويج لها وتوزيعها بما يتناسب مع احتياجات ورغبات الجماهير المختلفة مع التركيز على الجمهور المستهدف الحالي والمستقبل، كما يهدف التسويق أيضاً إلى تحقيق الفوائد المالية أو الاجتماعية للمنظمة والمجتمع على حد سواء مع السعي لتقليل التكاليف إلى أدنى حد ممكن وضمان تقديم المنتجات في الوقت والمكان المناسبين". (عواد، 2011، صفحة 29)

2- مفهوم التسويق الإعلامي:

يعرف التسويق الإعلامي على أنه "عملية التحليل والتخطيط والتنفيذ التي تهدف إلى ترويج المنتجات باستخدام وسائل الإعلام بهدف تلبية احتياجات ورغبات العملاء، كما يتضمن التسويق الإعلامي مجموعة من الأنشطة والعمليات التي تتيح إيصال الرسائل الإعلامية إلى المتلقى بهدف التأثير عليه وتغيير آرائه وسلوكياته". (حمادي، 2014، صفحة 211)

يعد التسويق الإعلامي أحد الفروع الحديثة للتسويق، ويُعرف بأنه عملية تحليلية تخطيطية وتنفيذية تهدف إلى الترويج للمنتجات باستخدام وسائل الإعلام المختلفة من أجل تلبية احتياجات العملاء ورغباتهم، كما يتضمن التسويق الإعلامي سلسلة من العمليات والأنشطة التي تهدف إلى إيصال الرسالة الإعلامية للمتلقى بغرض التأثير عليه وتعديل آرائه وسلوكياته. (يسعد، 2017، صفحة 567)

3- إجراءات التسويق الإعلامي:

الفصل الثامن: بعض نماذج البحوث في الإعلام والاتصال

تشابه إجراءات التسويق الإعلامي تلك المستخدمة في تسويق المنتجات حيث تقوم على خطوات أساسية تهدف إلى تحقيق أهداف المؤسسة الإعلامية والوصول إلى الجمهور المستهدف بفعالية، حيث تبدأ هذه الإجراءات بما يلي: (يوسف والصميدعي، 2014، صفحة 65)

- **دراسة البيئة:** تُعتبر دراسة البيئة المحيطة الخطوة الأساسية الأولى في التسويق الإعلامي حيث يتم تحليل الظروف الداخلية والخارجية المؤثرة على العملية التسويقية، إذ يشمل ذلك تحليل الجمهور المستهدف من خلال تحديد خصائصه مثل الفئات العمرية والتفضيات والسلوكيات واحتياجاته الإعلامية، كما يتضمن دراسة السوق والمنافسين لفحص استراتيجياتهم ومنتجاتهم الإعلامية مع تحديد نقاط القوة والضعف لديهم، بالإضافة إلى ذلك يتم تقييم العوامل المحيطة مثل الظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية بهدف استكشاف الفرص المتاحة والتحديات المحتملة التي قد تؤثر على السوق الإعلامي.

- **وضع البرنامج التسويقي الإعلامي:** وضع البرنامج التسويقي الإعلامي يعتمد على نتائج تحليل البيئة حيث يتم تصميم خطة شاملة تتضمن تحديد الأهداف التسويقية التي قد تشمل زيادة جمهور المؤسسة وتحسين تفاعل الجمهور مع المحتوى الإعلامي أو تعزيز الإيرادات الإعلانية، كما يتم صياغة رسائل إعلامية جذابة ومخصصة تعكس رؤية المؤسسة وتلبي اهتمامات الجمهور المستهدف، مع اختيار الوسائل الإعلامية المناسبة لنقل هذه الرسائل سواء عبر القنوات التقليدية مثل التلفزيون والصحف أو الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي، إضافة إلى ذلك يتم تخصيص الموارد المالية والبشرية الازمة لتنفيذ الخطة بفعالية مع ضمان التوزيع الأمثل للميزانية، ولضمان نجاح البرنامج يتم وضع مؤشرات أداء رئيسية تتيح متابعة التقدم وتقييم تحقيق الأهداف المحددة.

بهذه الخطوات يصبح التسويق الإعلامي عملية إستراتيجية تهدف إلى تحقيق أقصى تأثير إيجابي على الجمهور وتحقيق أهداف المؤسسة الإعلامية بفعالية.

10- استراتيجيات التسويق الإعلامي:

هناك جملة من الاستراتيجيات التي طرقت إلى التسويق الإعلامي منها: (الحدراوي والزرفي، 2021، الصفحات 175-177)

- **إستراتيجية التركيز الإعلامي نحو الزبائن:** تقوم هذه الإستراتيجية على توجيه جميع الجهود الإعلامية نحو تحديد احتياجات الزبائن وتوفير المحتوى الذي يتناسب مع هذه الاحتياجات بحيث تهدف إلى تعزيز

الفصل الثامن: بعض نماذج البحث في الإعلام والاتصال

العلاقة بين المنظمة والزبائن من خلال فهم عميق لاهتماماتهم ورغباتهم مما يؤدي إلى زيادة التفاعل والولاء للعلامة التجارية.

- **إستراتيجية التوجيه الإعلامي نحو الزبائن:** تعتمد هذه الإستراتيجية على تخصيص الرسائل الإعلامية لتوجيهه الزبائن نحو اتخاذ قرارات معينة تتعلق بالمنتجات أو الخدمات حيث يتم فيها استخدام وسائل الإعلام لنقل رسائل دقيقة تهدف إلى دفع الزبون نحو اتخاذ خطوة إيجابية مثل الشراء أو الاشتراك في خدمة.

- **إستراتيجية الوعي الإعلامي للزبائن:** تهدف هذه الإستراتيجية إلى زيادة وعي الزبائن حول المنتجات والخدمات والعروض المتاحة فمن خلال استخدام الإعلام لتعريف الزبائن بعروض جديدة أو مزايا فريدة تهدف إلى خلق تصورات إيجابية لدى الزبائن حول العلامة التجارية مما يسهم في جذب انتباهم وزيادة اهتمامهم.

- **إستراتيجية القدرة للمنظمات الإعلامية:** تتعلق هذه الإستراتيجية بقدرة المنظمات الإعلامية على توفير المحتوى الإعلامي بطرق فعالة تلبي احتياجات السوق، إذ يشمل ذلك تحسين كفاءة استخدام الموارد الإعلامية وابتكار أساليب جديدة للانتشار والتأثير مما يسمح للمنظمات الإعلامية بتحقيق أكبر قدر من الوصول والقبول لدى الجمهور المستهدف.

كل واحدة من هذه الاستراتيجيات تستهدف تعزيز العلاقة بين المنظمة والزبائن مما يسهم في بناء صورة قوية للعلامة التجارية وزيادة التفاعل والولاء.

10-5- المستفيد من التسويق الإعلامي:

إن البناء الهيكلي لأي مجتمع وخاصة المجتمع الإعلامي لابد من أن يتكون من عدد من مجتمعات أو فئات ذات أغراض وأهداف تكون مشتركة للمجموعة أو التجمع الواحد ومختلف فيما بين هذه المجتمعات، وبشكل عام هناك مجموعتان رئسيتان تؤثران بشكل كبير على حياة أي مجتمع وتضغطان عليه وهما: (يوسف والصميدعي، 2014، صفحة 67)

- **الرأي العام:** يمثل الرأي العام الاتجاهات الجماعية والأفكار السائدة بين أفراد المجتمع حول قضايا أو مواقف معينة في وقت محدد، حيث يتشكل هذا الرأي نتيجة التفاعل بين الأفراد والتأثير المتبادل بينهم وبين وسائل الإعلام التي تلعب دوراً رئيسياً في صياغة الأفكار والآراء، فالرأي العام ليس ثابتاً بل هو

متغير يتأثر بالظروف الاجتماعية والسياسية الثقافية وبالاخص بالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في إثارة القضايا أو تهميشها.

- **القوى الضاغطة:** تشير القوى الضاغطة إلى المجموعات أو الجهات التي تسعى للتأثير على السياسات العامة أو القرارات داخل المجتمع من خلال وسائل ضغط مختلفة مثل النقابات أو الأحزاب السياسية أو جماعات المصالح الخاصة، هذه القوى تعمل على تحقيق أهداف محددة سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية وذلك عن طريق توجيه الرأي العام أو ممارسة ضغوط مباشرة على صانعي القرار، هذه القوى تمثل عنصر ديناميكي في المجتمع حيث تسعى لتحقيق مصالحها الخاصة باستخدام أدوات مثل الإعلام أو الحملات أو حتى المظاهرات ما يجعلها جزءاً محورياً من التفاعلات داخل المجتمع.

خلاصة الفصل:

تبرز البحوث في الإعلام والاتصال كأداة أساسية لتحديد وفهم الأنماط المعقّدة التي تحكم عملية التواصل بين الأفراد والجماعات ووسائل الإعلام، فمن خلال التعمق في دراسة تأثير هذه الوسائل على المجتمعات يمكن تطوير استراتيجيات فعالة لتحسين جودة الرسائل الإعلامية وتعزيز قدرة الجمهور على تحليل وتفسير المعلومات، كما تساهم هذه البحوث في مواجهة التحديات التي تطرأ على الإعلام مثل التضليل الإعلامي وتفاوت الوصول إلى المعلومات مما يؤدي إلى تعزيز الحوار البناء والتفاعل المسؤول بين الإعلام والمجتمع.

خاتمة

إن دراسة الاتصال الجماهيري تمثل مجالاً بحثياً حيوياً وضرورياً في العلوم الاجتماعية وعلوم الإعلام، حيث تركز على فهم كيفية تأثير الرسائل والمعلومات على الجماهير وكيفية تفاعلها معها. تعتبر منهجية دراسة الاتصال الجماهيري أساسية لأنها توفر الإطار النظري والأدوات الازمة لتحليل هذا التأثير بشكل علمي ومنهجي.

في بداية الدراسة، يتم التركيز على تحديد المتغيرات الرئيسية في عملية الاتصال الجماهيري، مثل المرسل (المنظمة أو الفرد الذي يبث الرسالة) والرسالة نفسها ووسائل الاتصال المستخدمة. يهدف ذلك إلى تحديد العوامل التي تؤثر في قدرة الرسالة على الوصول إلى الجمهور المستهدف بشكل فعال.

ثم يأتي دور تحليل استجابة الجمهور، حيث يدرس الباحثون كيفية استقبال الجمهور للرسائل وتفاعلها معها. يتضمن ذلك دراسة الاستجابات العاطفية والسلوكية والمعرفية للجمهور تجاه الرسالة، ويساعد في تقييم مدى تأثير الرسالة وفعاليتها في تحقيق الأهداف المنشودة.

بالإضافة إلى ذلك، تتضمن منهجية دراسة الاتصال الجماهيري أيضاً تقنيات البحث المتقدمة مثل دراسات الحالات والاستطلاعات والتحاليل الإحصائية. تلعب هذه الأدوات دوراً أساسياً في جمع البيانات وتحليلها بشكل دقيق لفهم أعمق لعملية الاتصال الجماهيري وتأثيراتها.

حيث تعد منهجية دراسة الاتصال الجماهيري عملية شاملة ومتكاملة تهدف إلى فهم أعمق لдинاميكيات الاتصال بين المرسل والجمهور. إن تطبيق هذه الأساليب بشكل دقيق يمكن أن يساهم في تحسين استراتيجيات الاتصال وزيادة فعالية الرسائل في تحقيق أهدافها بنجاح في المجتمعات المختلفة.

كما يتضح مما سبق أن منهجية البحث العلمي ليست مجرد خطوة تنظيمية ضمن الدراسة بل هي جوهر العملية البحثية التي تضمن سلامة النتائج ومصداقيتها حيث تمثل منهجية البحث الركيزة الأساسية التي يستند إليها الباحث لفهم الظاهرة المدروسة وتحليلها من منظور علمي دقيق فهري توفر الإطار النظري والعملي الذي يحدد كيفية جمع البيانات وتحليلها مما يتبع للباحث القدرة على الإجابة عن الأسئلة البحثية وصياغة حلول علمية ومنطقية للمشكلة قيد الدراسة.

الالتزام بمنهجية علمية واضحة يضمن الموضوعية والحيادية وهو ما يعد مطلباً أساسياً لتحقيق نتائج يمكن الوثوق بها والبناء عليها، كما تظهر المنهجية العلمية قدرة الباحث على التفكير النقدي واستخدام الأدوات البحثية المناسبة مما يسهم في تطور الحقل العلمي الذي ينتمي إليه البحث، ومن الجدير بالذكر أن المنهجية العلمية تساعده أيضاً في توجيهه الباحث نحو اتخاذ قرارات واعية ومنهجية في جميع مراحل الدراسة بدءاً من صياغة الإشكالية وحتى تحليل النتائج وتقديم التوصيات، لذلك يمكن اعتبار المنهجية العلمية وسيلة للتواصل مع المجتمع العلمي حيث تمكن الآخرين من تقييم البحث والتأكد من إمكانية تكراره أو البناء عليه في دراسات مستقبلية، وعليه فان اختيار المنهجية بعناية وإتباعها بدقة يعد من أهم عوامل نجاح البحث العلمي ويعكس التزام الباحث بالممارسات العلمية السليمة وسعيه لإثراء المعرفة الإنسانية بطريقة علمية ومنهجية.

قائمة المصادر والمراجع:

قائمة المصادر والمراجع العربية:

- أبكر عبد البنات آدم. (2016). فاعلية الدعاية وأثرها على المتلقى. مجلة الساورة للدراسات الإنسانية والاجتماعية (03)، 216 - 235.
- احمد بدر. (1996). اصول البحث العلمي ومناهجه. القاهرة - مصر: المكتبة الأكاديمية.
- أحمد بن مرسلي. (د س). مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال (الإصدار الطبعه الرابعة). ديوان المطبوعات الجامعية.
- أحمد توفيق محمد الانصاري. (2020). الأسس العامة لاعداد الاعلاميين. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- أسماء خويلد. (2015). العينة في بحوث العلوم الإنسانية. مجلة المداد ، 03، (02)، 161- 167.
- اسماعيل ابراهيم. (2017). مناهج البحوث الاعلامية (الإصدار الطبعه الأولى). القاهرة - مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- اسماعيل شهابي. (2023). مواصفات الباحث العلمي المتميز وأخلاقياته. مجلة بحوث سيميائية ، 10 (18)، 35 - 42.
- البحث العلمي ومشكلاته في الوطن العربي. (2006). القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- السيد عبد العزيز عبد العزيز. (2012). التوجهات والمقاربات النظرية في بحوث الاعلام الجديد - دراسة تحليلية. مجلة كلية الآداب بقنا (39)، 461- 490.
- الطاهر جواد. (1970). منهج البحث الأدبي. العراق: مطبعة العاني.
- العبد الله مي. (2010). البحث في علوم الاعلام والاتصال من الأطر النظرية الى الاشكاليات البحثية. بيروت - لبنان: دار النهضة العربية.
- أمانى عبد الفتاح علي. (2018). مهارات الاتصال والتفاعل والعلاقات الانسانية. مكتبة الأنجلو المصرية.

- ايمان عطية البربار. (2024). *أثر فاعلية وسائل الاعلام في توجيه الوعي لادارة الأزمات: دراسة نظرية لقضايا إقليمية*. المجلة الافريقية للدراسات المتقدمة في العلوم الانسانية والاجتماعية ، 190-198 .(03)
- باديس لونيس. (2015). *صحافة المواطن وإعادة تشكيل مفهوم الجمهور*. مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والإتصالية ، 45-28 .(03)
- باسم سرحان. (2017). *طرائق البحث الاجتماعي الكمية (الإصدار الطبعة الأولى)*. بيروت: المركز العربي للباحثين والدراسات السياسية.
- باقر خضير الحدراوي، و علي رحيم الزرفي. (2021). *استراتيجيات التسويق الاعلامي ودورها في تعزيزوعي الزبون الرقمي*. المجلة العربية للنشر العلمي (38)، 164-190.
- برهان شاوي. (2012). *الدعاية والاتصال الجماهيري عبرالتاريخ (الإصدار الطبعة الأولى)*. بيروت- لبنان: دار الفارابي.
- بغداد بن ديدة، و خلف الله قاضي. (2022). *أثر استخدام التكنولوجيا الحديثة الرقمية على أداء وسائل الاعلام والاتصال*. مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية ، 511-519 .(04)
- بلحضري بلوفة. (2018). *الاعلام وادارة الأزمات*. مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية ، 232-246 .(07)
- بلقاسم سلطانية، و حسان الجيلاني. (2004). *منهجية العلوم الاجتماعية*. الجزائر: دار الهدى للطباعة.
- بلحضري بلوفة. (2024). *الملاحظة العلمية*. مجلة الناصرية للدراسات الاجتماعية والتاريخية ، 15-253 .(02)
- جاسم رمضان الهلالي. (2013). *الدعاية والاعلان والعلاقات العامة في المدونات الالكترونية (الإصدار الطبعة الأولى)*. الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع.
- جهاد الغرام، و خالد بلجوهر. (2014). *البحوث الإعلامية في الوطن العربي: واقعها الراهن وإمكانات تطويرها*. مجلة العلوم الاجتماعية ، 147 - 170 .(01)

- حاتم صيد. (2015). انتشار الاشاعة وعلاقتها بتصديق الرأي العام الطلابي الجامعي: دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة. مجلة العلوم الاجتماعية (20)، 299-316.
- حسن أحمد الشافعي، و آخرون. (2009). مبادئ البحث العلمي في التربية البدنية والرياضية والعلوم الإنسانية والاجتماعية. مصر: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر والتوزيع.
- حسين عبد الحميد رشوان. (2003). في مناهج العلوم. الإسكندرية: شباب الجامعة.
- حسين علي ابراهيم الفلاحي. (2014). الاعلام التقليدي والاعلام الجدي د. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- خالد حامد. (2013). الرأي العام وحرية التعبير. مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية ، 06 (01)، 97-110.
- ديفيد راندال. (2007). الصافي العالمي. (معين الامام، المترجمون) الرياض: مكتبة العبيكان.
- راضية وعلي. (2015). الاشهار ودوره في ترويج السلع. مجلة الاقتصاد الجديد ، 02 (13)، 279-286.
- ربي عبد القادر الجديلي. (2011). مناهج البحث العلمي. المكتبة الأكاديمية.
- رحيم يونس كرو العزاوي. (2008). مقدمة في منهج البحث العلمي (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: دار دجلة ناشرون و موزعون.
- رحيمة الطيب عيساني. (دس). مدخل الى الاعلام والاتصال: المفاهيم الاساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الاعلامية. عالم الكتب الحديث.
- ردينة عثمان يوسف، و محمود جاسم الصميدعي. (2014). التسويق الاعلامي: المبادئ والاستراتيجيات (الإصدار الطبعة الأولى). عمان -الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- زهية يسعد. (2020). الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين -دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا-. المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام ، 03 (01)، 122-144.

- زهية يسعد. (2017). التسويق الإعلامي لصورة اللاجئين السوريين عبر القنوات الفضائية العربية "دراسة تحليلية". مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية (31)، 565-574.
- سارة جابري. (2021). وسائل الاعلام الجماهيرية ومواجهة الازمات من خلال الحملات الاعلامية رؤية في الوظائف والتطور التاريخي. مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية ، 06 (03)، 210-220.
- سامية عواج. (2020). الاتصال في المؤسسة: المفاهيم- المحددات- الاستراتيجيات. مركز التاب الأكاديمي.
- سعد الحاج بن جحدل. (2021). المعرفة العلمية: الاطار الاستدلالي والأصل المنجي. المجلة الخلدونية للعلوم الإنسانية والاجتماعية ، 13 (01)، 98 - 108.
- سعد سلمان المشهداني. (2017). مناهج البحث الإعلامي (الإصدار الطبعة الأولى). الجمهورية اللبنانية: دار الكتاب الجامعي.
- سفيان تومي، و رابح رياض. (2022). الأخبار الزائفية على موقع التواصل الاجتماعي وخوارزميات الكشف. مجلة أفاق للبحوث والدراسات ، 05 (02)، 595-614.
- سليمان ابراهيم العسكري. (2019). التربية الإعلامية في العصر الرقمي. مجلة مستقبليات تربية ، 04 (03)، 26-30.
- سمير محمد حسين. (2006). دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الاعلام. القاهرة: عالم الكتب.
- سيف الاسلام سعد عمر. (2009). الموجز في منهج البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية (الإصدار الطبعة الأولى). دمشق: دار الفكر.
- شاقا فرانكفورت، و ناشمياز داقيد. (2004). طرائق البحث في العلوم الاجتماعية (الإصدار الطبعة الأولى). (ليلي الطويل، المترجمون) دمشق - سوريا: بترا للنشر والتوزيع.
- شفيقة مهري. (2019). قضايا ورهانات بحثية راهنة . دروب للنشر والتوزيع.

- صابر بحري، و منى خرموش. (2019). الاستبيان كأحد أدوات جمع البيانات: بين دواعي الاستخدام ومعيقات التطبيق في الدراسات الاجتماعية. مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية ، 02 (02)، 343-353.
- صالح بن بوزة. (1995). مناهج بحوث الإعلام: التصنيفات المختلفة وبعض القضايا الخلافية. المجلة الجزائرية للاتصال ، 05 (1211)، 35-70.
- صلاح مراد، و فوزية هادي. (2002). طرائق البحث العلمي: تصميماتها واجراءاتها. الكويت: دار الكتاب الحديث.
- طالب كيحول. (2020). الدعاية عبر الواقع التواصل الاجتماعي دراسة في المفهوم والممارسات. مجلة ستراتيجيا (14)، 81-67.
- ظاهر حسو الزيباري. (2011). أساليب البحث العلمي في علم الاجتماع (الإصدار الطبعة الأولى). بيروت - لبنان: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
- طه عبد العاطي نجم. (2015). مناهج البحث الإعلامي (الإصدار الطبعة الأولى). الاسكندرية: دار الكلمة للنشر والتوزيع.
- عامر قنديلجي، و ايمان السمرائي. (2009). البحث العلمي الكمي والنوعي. الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- عائشة نواري. (2022). البحث الإعلامي بين المقاربة الكيفية والمقاربة الكمية. المجلة الدولية للدراسات الإنسانية ، 01 (01)، 132-155.
- عبد الباسط عبد المعطى. (1997). البحث الاجتماعي. مصر: دار المعرفة الجامعية.
- عبد الباسط محمد حسن. (1963). أصول البحث الاجتماعي. القاهرة: مطبعة لجنة البيان العربي.
- عبد الحفيظ مقدم. (1992). الاشاعة (مفهومها اسسها السيكولوجية، مجالات استعمالها والوقاية منها). مجلة دراسات نفسية و تربوية ، 08 (01)، 33-56.
- عبد الرحمن سيد سليمان. (2014). مناهج البحث. عالم الكتب.

- عبد الرزاق محمد الدليمي. (2016). *نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين*. دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- عبد السلام شكرى. (2019). *الاعلام التوعوي: المفاهيم وال المجالات*. مركز الكتاب الاكاديمي.
- عبد الغنى عراب. (2023). الإشهار وماهيته (الوظائف والعناصر). مجلة أقلام ، 02 (02)، 37-59.
- عبد الله بوجلال. (1991). الرأي العام: مفهومه، تكوينه، خصائصه، ومظاهره وأهمية قياسه. *المجلة الجزائرية للاتصال* ، 03 (05)، 27-7.
- عبد المالك عثماني. (2013). مفهوم وأهمية المنهج في البحث العلمي. *مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية* ، 01 (01)، 146 - 160.
- عبد المنعم نعيمي. (د/س). *تقنيات إعداد البحوث العلمية القانونية المطولة والختصرة*. دار بلقيس للنشر.
- عبد الوهاب إبراهيم أبو سليمان. (2005). *كتابة البحث العلمي صياغة جديدة (الإصدار الطبعة التاسعة)*. الرياض: مكتبة الرشد.
- عبده علي عبد الله البخش. (2005). *الحرب النفسية الأمريكية تجاه العرب والمسلمين: دراسة تحليلية في مضمون الخطاب الاعلامي الأمريكي*. الأردن: دار الكتاب الثقافي.
- عبود عبد الله العسكري. (2004). *منهجية البحث العلمي في العلوم القانونية (الإصدار الطبعة الثانية)*. دمشق - سوريا: دار النمير.
- عبيادات ذوقان، و آخرون. (1984). *البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه*. دار الفكر.
- عبيادات ذوقان، و آخرون. (2015). *البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه (الإصدار الطبعة السابعة عشر)*. عمان: دار الفكر ناشرون وموزعون.
- عصام حسن الدليمي، و علي عبد الرحيم صالح. (2014). *البحث العلمي: أسسه ومناهجه (الإصدار الطبعة الأولى)*. عمان: دار الرضوان للنشر والتوزيع.

- عقيل حسين عقيل. (2010). خطوات البحث العلمي (من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة). دار بان كثیر.
- علي سليم العلاونة. (1996). **أساليب البحث العلمي في العلوم الادارية** (الإصدار الطبعة الأولى). عمان - الأردن: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.
- علي عبد الرزاق جبلي. (2012). **المناهج الكمية والكيفية في علم الاجتماع**. مصر: دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع.
- عليان مصطفى رحي. (2004). **البحث العلمي: أسسه، مناهجه واساليبه، اجراءاته**. عمان: بيت الافكار الدولية.
- عمار بوحوش. (2019). **منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية**. برلين: المركز الديمقراطى العربى للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية.
- عمار بوحوش، و محمد محمود الذنوبات. (1999). **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحث**. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- عمار عوابدي. (دمس). **مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في ميدان العلوم القانونية والإدارية** (الإصدار الطبعة الرابعة). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- عيسى محمد الحسن. (2012). **الصحافة الاستقصائية مهنة المتابع والأخطار** (الإصدار الطبعة الأولى). الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع.
- غازي عنيزان الرشيدى. (2020). **دراسة الحالة: مدخل منهجي في البحث النوعي** (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- فاضل محمد البدراني. (2015). **الصحافة الاستقصائية منهج جديد لكشف الفساد وتحقيق القيم الاجتماعية**. مجلة العلوم الاجتماعية (13)، 31-08.
- فاطمة الزهراء تنيو. (2020). **الملاحظة: تقنية كثيرة الورود ونادرة التوظيف**. مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية ، 13 (01)، 43-63.
- فاطمة حسين عواد. (2011). **الاتصال والاعلام التسويقي** (الإصدار الطبعة الأولى). عمان - الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

- فاطمة صابر عوض، و ميرفت علي خفاجة. (2002). **أسس ومبادئ البحث العلمي.** الاسكندرية: مكتبة ومطبعة الاشاعع الفنية.
- فاطيمة بن أحمد، و عبد الرحمن بغداد. (2023). **أخلاقيات الباحث العلمي و مجالات تطبيقها.** مجلة بحوث سيميائية ، 10 (18)، 56 - 66.
- فان دالين ديوبولد. (1985). **مناهج البحث في التربية وعلم النفس.** (محمد نبيل نوفل، و آخرون، المترجمون) القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية.
- فايزه يخلف. (2010). **الأبعاد النظرية لمفهوم الاشهار، الاعلان، الدعاية.** المجلة الجزائرية للاتصال (02)، 59 - 70.
- فايزه يخلف. (2015). **الثورة الرقمية ومسوغات الفكر الاتصالي الحديث.** المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي ، 02 (2/1)، 06 - 24.
- فريد كورتل. (2012). **مدخل للتسويق** (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: كنوز التعرفة.
- فكري لطيف متولي. (2016). **دراسة الحالة في علم النفس** (الإصدار الطبعة الأولى). مكتبة الرشد.
- فوزي غرابية، و آخرون. (1977). **أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والانسانية.** نشر بدعم من الجامعة الأردنية.
- قاشي علال. (2021). **المنهج المقارن في البحث العلمي في ميدان الدراسات القانونية.** مجلة الاستيعاب (07)، 151 - 169.
- كريم دواجي، و سجنون نسيمة. (2023). **آليات محاربة الأخبار الكاذبة في الواقع التواصل الاجتماعي.** مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية ، 07 (01)، 349 - 359.
- كمال قاسم. (2024). **المعرفة العلمية ودورها في تطوير المجتمعات المعاصرة.** مجلة البحوث والدراسات المعاصرة ، 02 (01)، 208 - 217.
- لامية مجذوب. (2023). **خصوصية المنهج المقارن وأليات تطبيقه.** مجلة الحقوق والعلوم السياسية ، 10 (01)، 287 - 300.

- لويزة سعدي. (2016). أسباب اختيار الموضوع (مشكلة البحث) في علم الاجتماع. مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية ، 08 (02)، 56-62.
- محسن علي عطية. (2009). البحث العلمي في التربية مناهجه، أدواته، وسائله الإحصائية. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- محسن علي عطية، و علي عبد الرزاق جبلي. (2012). المناهج الكمية والكيفية في علم الاجتماع. مصر: دار المعرفة الجامعية.
- محمد الغريب عبد الكريم. (دس). البحث العلمي: التصميم والمنهج والإجراءات. الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
- محمد الغريب عبد الكريم. (دس). البحث الكمي: التصميم والمنهج والإجراءات (الإصدار الطبعة الثانية). الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
- محمد جاسم العبيدي، و آلاء محمد العبيدي. (2010). طرق البحث العلمي (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: ديبونو للطباعة والنشر والتوزيع.
- محمد حمادي. (2014). تسويق محتوى الصحف والإقناع في الرسالة الإعلامية. مجلة الحوار الثقافي ، 03 (01)، 210-216.
- محمد خان. (2011). منهجية البحث العلمي وفق نظام LMD. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- محمد خليل عباس، و آخرون. (2007). مدخل إلى مناهج البحث في التربية وعلم النفس (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- محمد رضا بلمخطار. (2013). الاعلام الجماهيري وتنشئة الطفل: التقاطع والمفارقة؟ المجلة الجزائرية للطفولة وال التربية ، 01 (02)، 11-31.
- محمد سرحان علي المحمودي. (2019). مناهج البحث العلمي (الإصدار الطبعة الثالثة). صنعاء: دار الكتب.
- محمد عبد الحميد. (2000). البحث العلمي في الدراسات الاعلامية. القاهرة: عالم الكتب.

- محمد عبد الحميد. (1987). دراسة الحمّور في بحوث الاعلام. لبنان: دار الفكر.
- محمد عبد العال النعيمي، و آخرون. (2015). طرق ومناهج البحث العلمي. عمان: دار الوراق للنشر والتوزيع.
- محمد عبيادات، و آخرون. (1999). منهجية البحث العلمي. دار وائل للنشر.
- محمد علي محمد. (1986). علم الاجتماع والمنهج العلمي: دراسة طرائق البحث وأساليبه. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- مروان عبد المجيد إبراهيم. (2000). أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية (الإصدار الطبع الأول). عمان: مؤسسة الوراق.
- مرورة حمزة. (2021). ثوظيف المنهج المقارن في الدراسات الاعلامية: قراءة في الأدبيات المتخصصة. المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام ، 04 (02)، 216-226.
- مصطفى حميد الطائي، و أبو بكر خير ميلاد. (2007). مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم السياسية (الإصدار الطبع الأول). الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- مصطفى عليان ربيعي. (2004). البحث العلمي: أسسه، مناهجه وأساليبه، إجراءاته. عمان: بيت الأفكار الدولية.
- منال أبو الحسن. (2007). أساسيات علم الاجتماع الاعلامي: النظريات والوظائف والتأثيرات. مصر: دار النشر للجامعات.
- منذر الضامن. (2007). أساسيات البحث العلمي (الإصدار الطبع الأول). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- منير أبو راس، و آخرون. (2012). الصحافة الاستقصائية: مفهومها وماهيتها، نشأتها وتطورها، علاقتها بالبحث العلمي. غزة: الجامعة الاسلامية.
- نادية بلعباس، و عبد الوهاب غالب. (2015). دور وسائل الإعلام في نشر الإشاعة وكيفية الحد من آثارها السلبية : دراسة في طرق النشر ودور السياق والفاعل الاجتماعي. مجلة الرواق ، 01 (02)، 26-34.

— نجلاء محمد ابراهيم بكر. (2010). **أساسيات التفكير المنطقي والبحث العلمي**. مصر: دار طيبة أكاديمي.

— قائمة المصادر والمراجع الأجنبية:

- Durozoi, G., & Nathan, A. R. (2003). **Dictioinnatre de philosophie**. France: Imprimé en France par I.M.E.
- Kerlinger, F. (2001). **Multiple regression in behavioral research**. Holt, Rinehart and Winston.
- Lendrevie, J., & Brenard, B. (2001). **Publicitor** (éd. 5 éme édition). Paris: Dalloz.
- Mucchielli, R. (1998). **L'analyse de Contenu des Document et des Communication** (éd. Ed 5). Paris.
- Phelps, N. (1986). **Setting Up A Criss Recovery Plan**. Journal Of Business Strategy , 06 (04).
- Travers, R. (1958). **Introduction to Educational Research**. New York: The Macmillan Co.

لمحة عن الكتاب

إن الاتصال الجماهيري يشكل جزءاً أساسياً من الحياة الاجتماعية والسياسية والثقافية في المجتمعات المعاصرة. يعد فهم الأسس والمنهجيات التي تتبع في دراسة الاتصال الجماهيري أمراً بالغ الأهمية لفهم التأثيرات الاجتماعية والسياسية للرسائل الإعلامية والإعلانية وغيرها من وسائل الاتصال على الجمهور. لذا، يهدف هذا البحث إلى استكشاف المنهجيات المستخدمة في دراسة الاتصال الجماهيري وتحديد أهدافها والتحديات التي قد تواجهها.

بداية، يحب فهم الهدف الرئيسي للدراسات التي تتناول الاتصال الجماهيري، والذي يتمثل في فهم كيفية تأثير الرسائل الإعلامية والإعلانية والاتصالات العامة على الجمهور المستهدف. يسعى الباحثون في هذا المجال إلى تحليل القنوات والوسائل التي يتم من خلالها نقل هذه الرسائل، وكيفية استقبال الجمهور لها وتفاعلها معها. بالإضافة إلى ذلك، تتناول الدراسات أيضاً تأثيرات هذه الرسائل على سلوك الفرد واعتقاداته وقناعاته.

حيث تضمن المنهجيات المستخدمة في دراسة الاتصال الجماهيري عدة مراحل أساسية، بدءاً من جمع البيانات وتحليلها وصولاً إلى تفسير النتائج. يستخدم الباحثون مجموعة متنوعة من الأدوات والتقنيات مثل المسوحات الاستقصائية، والمقابلات الشخصية، وتحليل المضمون لفهم التفاعلات الاجتماعية والثقافية والسياسية. بالإضافة إلى ذلك، يعتمد البحث في هذا المجال على النظريات الاجتماعية والسيكولوجية التي تساعد في تفسير سلوك الجمهور وتفاعلاته مع الرسائل الإعلامية.

مع وجود هذا التطور السريع في وسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، تواجه دراسة الاتصال الجماهيري تحديات جديدة. من أبرز هذه التحديات هو تغير طبيعة الوسائط الاجتماعية وسرعة انتشار الرسائل والمعلومات، مما يجعل من الصعب تتبع بتأثيراتها على الجمهور. كما تواجه الدراسات التحديات المتمثلة في تحديد جمهور الدراسة بشكل دقيق والحفاظ على مستوى عالٍ من الدقة والموضوعية في جمع البيانات.

حيث تعد دراسة الاتصال الجماهيري من المجالات الحيوية والمتطرفة التي تساهم في فهم عميق لتأثيرات الاتصال والإعلام على المجتمعات البشرية. من خلال تطبيق منهجيات علمية متقدمة، يمكن للباحثين تحقيق أهدافهم في استكشاف وتفسير هذه التأثيرات، ومواجهة التحديات التي قد تتعارض طريقهم في هذا المجال المعقد والمتحير باستمرار.

ISBN: 978-9931-251-63-7



9 789931 251637

منشورات كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية
جامعة المسيلة

الإيداع القانوني: جانفي 2025





المسيلة في: ٣٠ فبراير ٢٠٢٥

الرقم: ٦٤١٤١٧ ت ب ع خ ٢٠٢٥

مستخرج من محضر اجتماع المجلس العلمي للكلية

جلسة يوم: ١١ نوفمبر ٢٠٢٤

بخصوص الموافقة على الكتاب

يشهد رئيس المجلس العلمي للكلية أن الكتاب البيداغوجي المقدمة للمجلس
العلمي للكلية في دورته العادية يوم: 2024/11/11

• للأستاذ (ة): لعجال عفيفة

• عنوان الكتاب: منهجية دراسة الاتصال الجماهيري

• الفئة المستهدفة: طلبة علوم الإعلام والاتصال

تمت الموافقة عليها بعد ورود تقارير الخبراء الإيجابية.
سلمت هذه الشهادة للمعنى (ة) بطلب منه (ا) لاستعمالها في استخراج وثيقة الدروس على الخط.

رئيس المجلس العلمي

