

الفصل الأول

التعريف بالبحث الإعلامي وأهدافه

التعريف بمنهج البحث الإعلامي

أولت الدول المتقدمة البحث العلمي اهتماماً كبيراً لأنها أدركت أن عظمة الأمم تكمن في قدرات أبنائها العلمية والفكرية والسلوكية في مجالات البحث العلمي والتي تمكن الأمم في تمتين دعائمها وتحقيق تطورها ورفاهيتها، والمحافظة على مكانتها الدولية. ويمثل الاهتمام بالبحث العلمي ركناً أساسياً في سياسات الدول المتقدمة، إذ تتميز هذه الدول بحجم الإنفاق المادي لحقل البحث العلمي فضلاً عن الدعم المعنوي.

ويلعب منهج البحث دوراً أساسياً في تدوين معلومات البحث، فهو يلزم الباحث على عدم إبداء رأيه الشخصي دون تعزيزه بآراء لها قيمتها، والتقييد بإخضاع أي رأي للنقاش مهما كانت درجة الثقة به، إذ لا توجد حقيقة راهنة بذاتها، وضرورة تقيد الباحث بالدقة في الاعتماد على الروايات والاقتراسات أو التواريخ غير الواضحة أو غير الدقيقة، وكذلك ضرورة الدقة في شرح المدلولات التي يسوقها الباحث.

ولو أجرينا مقارنة بين دول العالم المتقدم والدول العربية، نجد أن هناك هوة كبيرة بينهما، ففي مجال الاهتمام بالبحث العلمي نجد أن الولايات المتحدة الأمريكية تنفق على البحث العلمي مقارنة مع إنفاق الدول العربية بنسبة 1 إلى 120 مما تنفقه الولايات المتحدة الأمريكية، إذ تشير التقارير الصادرة عن منظمة اليونسكو للعلوم والثقافة في العام 2008، إلى أن الدول العربية تنفق 14.7 دولاراً على الفرد في مجال البحث العلمي، بينما تنفق الولايات المتحدة 1205.9 دولار لكل مواطن، والدول الأوروبية حوالي 531 دولار لكل مواطن⁽¹⁾. ويؤكد التقرير الصادر عن منظمة اليونسكو في العام 2010 أن مستوى الإنفاق على البحث العلمي في العالم العربي ضعيف للغاية حتى في دولة كبرى مثل مصر؛ إذ لا يتجاوز ما ينفق فيها على البحث العلمي 0.23% من الموازنة العامة. كما بلغ الإنفاق على البحث العلمي في الأردن 0.34%، وفي المغرب 0.64% وفي سوريا 0.12% ولبنان 0.3% وتونس 1.02% والسعودية 0.05%، والإمارات 0.6%، والكويت 0.09%، من إجمالي الناتج القومي⁽²⁾.

وقد عرف بعض الباحثين البحث العلمي بأنه: محاولة لاكتشاف المعرفة والتنقيب عنها، وتطويرها وفحصها، وتحقيقها بتقصي دقيق ونقد عميق، ثم عرضها عرضاً مكتملاً بذكاء وإدراك. ويشبه أحد الباحثين البحث بالتمثال والباحث بالنحات الذي يجهد نفسه مثابرة دون كلل أو ملل، مستعيناً بمعلوماته العامة وما لديه من خبرة ومهارة من أجل إبراز تمثاله بالهيئة التي يريدها، متوخياً الدقة والمهارة والإخلاص والأمانة. والبحث العلمي هو وسيلة وليس غاية بحد ذاته، لأن الباحث يحاول بواسطته دراسة ظاهرة أو مشكلة ما، والتعرف على العوامل التي أدت إلى وقوعها، ثم الخروج بنتيجة أو الوصول إلى حل أو علاج للمشكلة واكتشاف معرفة جديدة، وعرضها لغايات المقارنة والتحليل والنقد⁽³⁾.

(1) تقرير اليونسكو للتربية والعلوم والثقافة لعام 2008 منشور على الموقع الآتي:

<http://www.unesco.org>

(2) تقرير اليونسكو للتربية والعلوم والثقافة لعام 2010 منشور على الموقع الآتي:

<http://www.unesco.org>

(3) د. فوزي غرايبة (وآخرون): أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط 2،

الجامعة الأردنية - كلية الإدارة والاقتصاد، 1981، ص 6.

ولكي نستطيع تحديد مفهوم منهج البحث لابد من إعطاء تعريف عام وشامل لمصطلح البحث، فالمنهج هو: الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم المختلفة، وذلك عن طريق جملة من القواعد العامة التي تسيطر على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة مقبولة ومعلومة. أما مصطلح البحث فهو: مجموعة من القواعد العامة المستخدمة من اجل الوصول إلى الحقيقة في العلم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة⁽¹⁾. ويمكن القول بان المنهج العلمي هو: (مجموعة القواعد العامة التي تحكم الإجراءات العلمية والعمليات العقلية التي يتبعها الباحث للوصول إلى حقيقة فيما يتعلق بالظواهر المختلفة)⁽²⁾.

ويمكننا أن نسط مفهوم منهج البحث الإعلامي عن طريق التعاريف المبسطة الآتية: كلمة منهج هي مصدر بمعنى طريق أو سلوك. وهي مشتقة من الفعل نهج بمعنى طرق، أو سلك، أو اتبع. أما كلمة البحث: فهي مصدر بمعنى الطلب أو التقصي، وهي مشتقة من الفعل: بحث بمعنى طلب، أو تقصي، أو فتش، أو تتبع، أو تمرس، أو سأل، أو حاول، أو اكتشف. أما كلمة الإعلامي: فهي كلمة منسوبة إلى الإعلام بمعنى المعرفة، والدراية، وإدراك الحقائق ونشرها. ومن هذا التبسيط يمكننا تعريف البحث الإعلامي بأنه: استقصاء دقيق يهدف إلى اكتشاف حقائق وقواعد يمكن التحقق منها مستقبلاً عن طريق الاختبار العلمي أو البحث، والذي هو طريقة للدراسة يمكن التوصل بواسطتها من خلال التحري الشامل والدقيق في جميع الأدلة التي يمكن التحقق منها، والتي لها علاقة بمشكلة معينة.

والبحث الإعلامي بهذا المعنى هو: التحقق المنظم في موضوع أو قضية أو ظاهرة أو

(1) د. عبد الرحمن بدوي: مناهج البحث العلمي، ط 3، القاهرة، وكالة المطبوعات، 1977، ص 5.

(2) هادي نعمان الهيتي: ملاحظات حول حدود ومجالات استخدام مناهج البحث وطرق وأدوات البحث العلمي في بحوث الإذاعة والتلفزيون في الوطن العربي، بحث منشور في مجلة شؤون عربية (تونس) العدد 24، جامعة الدول العربية، 1983، ص 14.

مشكلة إعلامية للكشف عن الحقائق أو النظريات المتعلقة بالجانب الإعلامي أو الاتصالي وتطويرها. ولا تختلف أهداف البحث الإعلامي بصفة خاصة عن أهداف البحث العلمي بصفة عامة، إذ يمكن تلخيص تلك الأهداف بما يأتي⁽¹⁾:

- 1- الكشف عن الحقائق وخصائصها.
 - 2- الكشف عن العلاقات الارتباطية لهذه الحقائق وعناصرها.
 - 3- السيطرة على حركة الحقائق التي تم اكتشافها ومعرفة خصائصها وعلاقاتها.
 - 4- إمكانية التوقع بحركة هذه الحقائق أو مثيلاتها في إطار العلاقات المتجددة والمتغيرة.
- وقد صنف الباحث هارولد لاسويل البحوث الإعلامية المعاصرة إلى خمس مجالات

هي:

- المجال الأول: بحوث القائم بالاتصال وحارس البوابة، أو من قال؟
- المجال الثاني: بحوث المضمون أو الرسالة، أو ماذا قيل؟
- المجال الثالث: بحوث الوسيلة أو القناة، أو كيف قيل؟
- المجال الرابع: بحوث الجمهور أو المستقبلين، أو لمن قيل؟
- المجال الخامس: بحوث التأثير أو بأي تأثير على الفرد أو المجتمع؟

خصائص البحث الإعلامي

أما خصائص البحث الإعلامي فيمكن تلخيصها بما يأتي:

- 1- البحث العلمي عملية منظمة وهادفة: ينجز البحث العلمي بعملية منظمة تبدأ بسؤال في عقل الباحث تتم صياغته على شكل مشكلة بحثية توضع لها حدود ومتطلبات بصورة دقيقة، يلي ذلك إتباع خطة البحث التي يتم وضعها والتي تحدد الخطوات العلمية اللاحقة للبحث العلمي، و يحدد الباحث منهج البحث وإجراءاته وادواته،

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، ط 3، القاهرة، عالم الكتب، 2013،

بحيث يكون مبنياً على أساس من تفهم المادة العلمية منهجياً على أساس الأسلوب العلمي المجرد والبعيد عن التحيز.

2- الأصالة: يتميز البحث الإعلامي بأن الباحث يسعى فيه إلى الوصول إلى أفكار علمية جديدة ذات أهمية علمية من خلال الموضوع الذي يقوم بدراسته، على أن يكون مستقلاً في تفكيره، ومعايشاً للواقع. وتبرز الجودة والأصالة في البحث الإعلامي عند اختيار الموضوع وتحديد المشكلة والأسلوب الذي يستخدمه الباحث لمعالجة الموضوع. كما أن الأصالة يمكن أن تظهر من خلال الأمثلة المحلية التي يستخدمها الباحث، وكذلك النتائج والتوصيات والحلول النابعة من البيئة التي يتوصل إليها الباحث ويقترحها لعلاج المشكلة.

3- الإبداع: تتمثل خاصية الإبداع في البحث الإعلامي في القدرات و المهارات التي يمتلكها الباحث ويسخرها لخدمة موضوع البحث، وليتوصل إلى أفكار ابتكارية متميزة.

4- الأمانة العلمية: يتطلب البحث الإعلامي من الباحث الحيادية التامة، فليس له الحق في تحريف أي معلومة أو تغييرها أو يسمح لنفسه بسرقة جهد الآخرين ونسبته إلى نفسه. والأمانة العلمية من الفضائل الإنسانية النبيلة التي يجب أن يتحلى بها الإنسان بشكل عام ولاسيما الباحث. ومن متطلبات الأمانة العلمية المحافظة على حقوق الغير، بالإشارة إلى المصادر التي استقى منها الباحث معلوماته، وذكر كل البيانات عن المراجع المستخدمة.

5- الموضوعية: تتجلى خاصية الموضوعية عند استخلاص النتائج أو إصدار القرارات، فمن خصائص البحث العلمي انه يتميز بالموضوعية، ويجب على الباحث إلا يتحيز إلى رأيه الشخصي أو أفكاره الخاصة، وإنما يجب عليه الاعتماد على الفكرة المدعومة بالأدلة و البراهين. ومن الموضوعية إلا يسمح الباحث لعاطفته بالسيطرة على أفكاره أو على تفسيراته وتبريراته في أي جانب من جوانب الموضوع، وإنما يجب أن يكون همه هو تحري الحقيقة والبحث عنها، فكلما ابتعد الباحث عن الأحكام الذاتية وتحرر

من التحيز زادت درجة موضوعيته، وذلك لكون الحقائق العلمية مستقلة عن رغبات الباحث الذاتية، ولهذا يجب على الباحث أن يعرف المؤثرات على موضوعية البحث العلمي ليتجنبها.

6- الدقة: بما أن البحث الإعلامي عمل دقيق، فإنه يتطلب الحرص التام من الباحث، والتأكد من أن المعلومات التي يعتمد عليها في دراسته معلومات دقيقة، وان يسعى في البحث إلى التحقق من دقة تلك المعلومات. هذا بالإضافة إلى أن من أهداف البحث العلمي زيادة درجة تأكيد بعض البيانات والاستنتاجات القديمة. ولهذا فإن الباحث يعتمد في بعض الأحيان إلى التكرار وإعادة الدراسة للتأكد من الدقة، خاصة أن التوصل إلى بعض الحلول لبعض المشاكل قد يكون بداية لظهور مشكلات جديدة مما يدعو إلى ضرورة إجراء بعض الأبحاث الأخرى لتأكيد صحة تلك النتائج أو لصياغة مشكلات بحثية أخرى والتوصل إلى ما ينافيها.

7- الاعتماد على الدليل بدلاً من مصدر الثقة: أن إضافة معرفة جديدة إلى المعرفة الإنسانية ليس بالأمر السهل والبحث العلمي يجب أن يعتمد على الدليل في مقابل رفض الاعتماد على مصدر الثقة مهما كان موثقاً، وذلك لأن النتائج لا تكون صحيحة إلا إذا دعمت بالدليل القاطع.

ويعبر التصميم المنهجي عن مهارة الباحث في تعديل أو تغيير الخطوات المنهجية المميزة لتتنفق مع النماذج المتعددة لمجتمع البحث أو الأهداف الفرعية للبحوث العلمية، أو رغبة الباحث في تأكيد صدق الإجراءات ووثباتها وصدق النتائج والتفسير والاستدلال وبالتالي يعتبر التصميم المنهجي أسلوباً فرعياً للبحث يمكن أن يختلف من بحث لآخر في إطار المنهج العام.

وهناك العديد من المناهج العلمية التي يتم استخدامها مع أنواع الدراسات العلمية، وقد يختلف الخبراء في تصميمها، ولكن هناك اتفاقاً على تصنيف المناهج العلمية في إطار

الدراسات العلمية كالآتي⁽¹⁾:

- 1- الدراسات الاستطلاعية أو الكشفية: وتعتمد على مسح التراث العلمي، وسؤال ذوي الخبرة، وتحليل الحالات والأمثلة التي يمكن الاستدلال من خلالها عن نتائج ثري الدراسة.
- 2- الدراسات الوصفية: وتعتمد على المنهج المسحي بتصميماته المتعددة، ودراسة الحالة، وتحليل النظم، وتحليل المحتوى، والسببية المقارنة، والدراسات الارتباطية والتطورية.
- 3- الدراسات التجريبية: وتعتمد على المنهج التجريبي.
- 4- الدراسات التاريخية: وتعتمد على المنهج التاريخي.

وللمناهج العلمية أدوات قياس أو جمع البيانات يمكن استخدامها مع كل المناهج، وهي الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في قياس المتغيرات أو جمع البيانات عنها بشكل منهجي يتوفر فيه الاتساق والثبات وصدق القياس والصلاحية للاستخدام من اجل الهدف الذي أعدت له. ويختار منها الباحث أو يقوم بتصميمها طبقاً لأهداف البحث.

أهمية البحوث الإعلامية

لقد أدرك الباحثون الحاجة إلى منهج علمي مدروس في البحث، فادخلوا طريقة التجربة وأسلوب الملاحظة في بحوثهم، واعتبروها الأساس المعتمد عليه. وقد قسموا المعرفة إلى نوعين: المعرفة المبنية على الاختبار والتجربة، والمعرفة النظرية، ثم عمدوا إلى مسح الأشياء ووصفها تمهيداً لاختبارها، وأكدوا على مجال مهم في بحثهم العلمي، هو المعاينة والمشاهدة، أي أسلوب الملاحظة. ولذلك فقد أصبح منهج البحث العلمي والتمرس على تقنياته علماً قائماً بذاته⁽²⁾.

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مصدر سابق، ص 21.

(2) عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، 1992، ص 25.

لقد أصبح الهدف من تدريس مادة مناهج البحث الإعلامي لطلاب الدراسة الجامعية الأولية، والدراسات العليا هو إعداد الطلاب إعداداً تربوياً علمياً يؤهلهم ليصبحوا أساتذة وباحثين منهجين، وتوجيههم التوجيه الصحيح ليتفرغوا للبحوث والدراسات العلمية الأكاديمية؛ لأن الهدف الأساسي للتعليم الجامعي ليس هو تخريج المدرسين أو المهنيين وحسب، وإنما هو تخريج باحثين أكاديميين يمتلكون الوسائل العلمية لإثراء المعرفة الإنسانية، بما يقدمونه من مشاركات جادة في مجالات تخصصهم، ويتحلون بالأخلاق السامية التي هي عدة الباحث في هذا الميدان مثل: الصبر، والمثابرة، والأمانة، والصدق، والإخلاص لطلب العلم وحده.

شهدت العقود الخمسة الماضية اهتماماً كبيراً من قبل الدول المتقدمة في مجال البحوث الإعلامية؛ وذلك انطلاقاً من الدور الذي تؤديه تلك البحوث في ترشيد السياسات الإعلامية التي تنطوي عليها كافة الوظائف والوسائل والأساليب وتطوير طرائق وأساليب الممارسات الإعلامية في المؤسسات الإعلامية المختلفة.

إن البحث العلمي بشكل عام هو الذي يقدم للإنسانية شيئاً جديداً، ويساهم في تطوير المجتمعات ونشر الثقافة والوعي والأخلاق القويمة فيها باستمرار. من هنا فإن البحث الإعلامي هو البحث الذي يساهم في دراسة الظواهر والمشكلات التي تتعلق بالإعلام وإيجاد الحلول لها. وتزداد أهمية البحث الإعلامي كلما ارتبط بالواقع أكثر فأكثر، فيدرس مشكلاته، ويقدم الحلول المناسبة لها. وتؤدي بحوث الإعلام دوراً رئيساً في كافة الجوانب الخاصة بالممارسة الإعلامية، وبدون استخدام هذه البحوث من البداية والاعتدال عليها بصفة مستمرة لا يمكن أن تقوم لعدد كبير من الوظائف الإعلامية قائمة⁽¹⁾. ففي الدراسات الإعلامية تستخدم الدراسات الوصفية لأغراض الوصف المجرد والمقارن للأفراد والجماعات ووصف الاتجاهات، والدوافع والحاجات واستخدامات وسائل

(1) د. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي - بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، 2006، ص 17.

الإعلام والتفضيل والاهتمام، وكذلك وصف النظم والمؤسسات الإعلامية والوقائع والأحداث، ثم وصف النظم بين هذه العناصر وبعضها في إطار علاقات فرضية يمكن اختبارها⁽¹⁾.

وتُعين بحوث الإعلام مخططي الاستراتيجيات الإعلامية على تحديد المدخلات الإعلامية الصحيحة في التعرف على المخرجات المستحقة، ومدى مطابقتها للأهداف المحددة سلفاً، مما يسهم في تقديم كفاءة الجهود الإعلامية وتطويرها وتنميتها باستمرار. ومما يزيد من أهمية هذا الدور وجود مجموعة من العوامل المرتبطة بالنشاط الإعلامي والمؤثرة فيه، والتي تؤكد مدى الاحتياج المتزايد إلى استخدام البحوث، ومن أهم هذه العوامل ضرورة جمع بيانات ومعلومات دقيقة عن المشكلات البيئية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية السائدة، ومدى ما يمكن أن يسهم به الإعلام في مواجهتها، والحاجة المستمرة إلى توفير البيانات والمعلومات المستمرة عن الرأي العام والاتجاهات والمعتقدات والآراء ووجهات النظر المختلفة، ودرجات المعرفة والوعي والإدراك ومراكز الاهتمام، والانطباعات لدى الجماهير المختلفة داخلياً وخارجياً، نظراً لأهمية دراسة الرأي العام وقوة تأثيره في النشاط الإعلامي، كذلك ضرورة دراسة جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين بما يوفر المعلومات المتكاملة عنهم، والتي تفيد في توجيه المواد الإعلامية الملائمة إليهم، إلى جانب دراسة الوسائل الإعلامية المختلفة بخصائصها وجوانبها الفنية، وقياس اثر النشاطات الإعلامية وتقييم فعالية الجهود الاتصالية، بالإضافة إلى كافة البيانات المتعلقة بأنشطة الاتصال وأنهاطه ونهاذجه، وأساليب الممارسات الإعلامية وغيرها من العوامل التي تؤكد على حتمية بحوث الإعلام وتساعد الاحتياج إليها⁽²⁾.

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 5، القاهرة، عالم الكتب، 2015، ص 15-16.

(2) د. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي - بحوث الإعلام، مصدر سابق، ص 17 - 18.

ومما لا شك فيه أن أهمية البحوث الإعلامية التي يكتبها المتخصصون في مجال الإعلام، تبرز من خلال التعريف بالأهداف والتصميمات المنهجية الآتية:

- 1- وصف الظاهرة الإعلامية وعناصرها.
- 2- وصف العلاقات السببية واختبارها.
- 3- تحليل محتوى الإعلام.
- 4- تحليل محتوى المواقع الإعلامية.
- 5- تقديم دراسات تاريخية ومستقبلية في مجال الإعلام.
- 6- تقديم الدراسات الكيفية والبحث النقدي.

ويميل البحث الإعلامي اليوم للتخصص في مجال الإعلام، فهناك بحوث تتعلق بوسائل الإعلام تسمى (بحوث الوسيلة)، وهناك بحوث تتعلق بجمهور وسائل الإعلام تسمى (بحوث الجمهور)، وهناك بحوث تتعلق باستطلاعات الرأي حول ظاهرة معينة تسمى (بحوث الرأي العام) وجميع هذه البحوث تهتم بمعالجة أدق الجزئيات بالتفصيل، وتسلب الضوء على أسباب الظواهر أو المشكلات الإعلامية ونتائجها، وتوازن هذه البحوث بين الأمور لتبين صحتها، وتهدف إلى إبراز حقيقة ما، أو تضع حلاً لمشكلة ما: ثقافية، أو علمية، أو اجتماعية، أو أدبية، أو تتوصل إلى اكتشاف جديد، أو تطوير استخدام أو إشباع في وسيلة إعلامية، أو تصحيح خطأ شائعاً في المجالات الإعلامية المتعددة.

من هنا يجب على الباحث الإعلامي الذي يعرف أهمية البحوث الإعلامية التقيد والالتزام الصارم بطرق البحث العلمي ومواصفاته التي يجب أن تراعي العوامل الآتية:

- 1- أن تكون هناك مشكلة تستدعي الحل.
- 2- وجود الدليل الذي يحتوي عادة على الحقائق التي تم إثباتها بخصوص هذه المشكلة، وقد يحتوي على رأي أصحاب الاختصاص.
- 3- التحليل الدقيق للدليل وتصنيفه، حيث يمكن أن يرتب الدليل في إطار منطقي، أو في إطار شرعي علمي؛ وذلك لاختياره وتطبيقه على المشكلة.

4- استخدام العقل والمنطق لترتيب الدليل في حجج وإثباتات حقيقية علمية، دون اللجوء إلى الانفعال والعواطف والأغراض الشخصية.

أهداف البحوث الإعلامية

يحدد علماء المنهجية أهداف البحث العلمي بأربعة أهداف رئيسة هي⁽¹⁾:

- 1- اكتساب المعرفة بظاهرة ما أو التوصل إلى معرفة جديدة عن هذه الظاهرة.
- 2- تحديد تكرار حدوث شيء ما أو التكرارات المرتبطة بشيء ما يصحب ذلك الاستعانة بفرض مبدئي محدد.
- 3- اختيار فرض ما عن علاقة سببية بين متغيرات معينة.
- 4- التصوير الدقيق لخصائص أو سمات فرد ما أو موقف أو جماعة معينة.

ويمكن تحديد أهداف الدراسات والبحوث الإعلامية من خلال التشخيص الذي قدمه الباحث الأمريكي ولبر شرام حول مسؤولية علماء الاتصال في إدراك وفهم الاتصال الشخصي قائلاً: أن مسؤولية علماء الإعلام والاتصال تكمن فيما يأتي⁽²⁾:

- 1- دراسة الاتصال الجماهيري.
- 2- معرفة تنظيم مؤسسات الاتصال وأساليب السيطرة الاجتماعية عليها ومراكز المؤسسة في التنظيم الاجتماعي العام وظيفتها وجمهورها ومسؤولياتها وطرق قياس تلك المسؤوليات.
- 3- دراسة طبيعة التأثير والسبيل إلى تحقيق فاعلية الاتصال.
- 4- اختيار الوسائل الملائمة وطبيعة كل وسيلة ونوع الجمهور المستقبل لها ومشكلة نقل المعاني.

(1) د. محمد منير حجاب: أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط2، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص 40-42.

(2) د. سمير محمد حسين: بحوث الإعلام - مدخل عام، دراسة منشورة في كتاب (بحوث الإعلام في الوطن العربي) الذي أصدرته المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، القاهرة، 1980، ص 14.

ومن هنا يمكن تحديد أهم أهداف الدراسات والبحوث الإعلامية بالنقاط الآتية⁽¹⁾:

1- الوصف:

تهدف الدراسات الإعلامية إلى وصف حركة الظواهر الإعلامية وعلاقتها واتجاهاتها والعوامل المحركة والدافعة لعناصرها، وعلاقات هذه العناصر ببعضها، وتأثيراتها المتبادلة في إطار السياق الاجتماعي العام. وتسعى بعض البحوث والدراسات الإعلامية إلى تحقيق أهداف وصفية تتمثل في اكتشاف حقائق معينة، أو وصف واقع معين، إذ يقوم الباحث بجمع المعلومات التي يستطيع من خلالها تفسير بعض الظواهر وصياغة بعض الفرضيات. وفي الدراسات الإعلامية تستخدم الدراسات الوصفية لأغراض الوصف المجرد والمقارن للأفراد والجماعات، ووصف الاتجاهات والدوافع والحاجات واستخدامات وسائل الإعلام، والتفضيل والاهتمام، وكذلك وصف للنظم والمؤسسات الإعلامية، والوقائع والأحداث، ثم وصف وتفسير العلاقات المتبادلة بين هذه العناصر وبعضها في إطار علاقات فرضية يمكن اختبارها.

2- التنبؤ:

يركز البحث العلمي في المجالات الإعلامية للتنبؤ في وضع تصورات واحتمالات عن ما يمكن أن يحدث في المستقبل لبعض الظواهر من حيث التطورات الممكنة، والتوقع بحركة الظاهرة الإعلامية والحقائق المتصلة بها، وصياغة التفسيرات الأولية لاتجاهات الظاهرة الإعلامية، وعلاقتها في وجود العلاقات والتأثيرات والعوامل الدافعة أو المحركة لها. وكذلك يركز على أوضاع بعض الظواهر إذا ما ظهرت في ظروف مختلفة.

3- التفسير:

يعمل الباحث الإعلامي الذي يهدف إلى تقديم شرح لظاهرة إعلامية معينة على توضيح كيف ولماذا تحدث هذه الظاهرة؟ حيث لا يتوقف عند الإجابة على سؤال كيف

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص 10 - 16.

تحدث الظاهرة، وإنما يسعى إلى معرفة لماذا تحدث هذه الظاهرة؟. ومن الصعب عزل تفسير الظاهرة الإعلامية عن مقدمات هذا التفسير، وبصفة خاصة تأثير ذاتية الباحث في التفسير واتجاهاته. مما يشير إلى تعدد التفسيرات الخاصة بالظاهرة الإعلامية الواحدة بتعدد الباحثين واتجاهاتهم، حيث يصعب الضبط الكمي الدقيق في دراسة هذه الظاهرة.

4- التقويم:

تهدف بعض الأبحاث العلمية إلى تقويم الظاهرة، والتعرف على ما إذا تم تحقيق أهداف المنظمة، وإلى أي مدى تم تحقيق أهداف برامجها مثلاً، كما يتم من خلال هذا الهدف للبحث العلمي التعرف على نتائج غير مقصودة سواء أكانت مرغوبة أو غير مرغوبة.

5- الدحض (التفنيد):

كثيراً من البحوث العلمية لا تستطيع الجزم بقبول فرضية معينة، ولكن ذلك قد يكون ممكناً لو سعت إلى دحض أو رفض فرضية أخرى.

6- التثبيت:

ترتكز بعض البحوث العلمية التي تهدف إلى التثبيت على أن الباحث يقوم بإجراء دراسة للتثبيت من حقيقة موضوع سبق دراسته من قبل باحث آخر، ولكنه يأخذ عينة وبيئة مختلفة. والبحث العلمي الذي يهدف إلى التثبيت يقوم بدراسة الموضوع نفسه، ولكن في مؤسسة مختلفة بحيث يمكن المقارنة بينها وبين المؤسسات الأخرى. وكثيراً ما تتم البحوث التي تهدف إلى تأكيد نتائج بحوث سبقتها وذلك في ظل اختلاف العينة والبيئة؛ مما يقوي الفرضية السابقة ويزيدها صلابة، كنتيجة طبيعية لتوفر أدلة إضافية على ما توصلت إليه.

خطوات البحث الإعلامي

إن من أهم ما يميز البحث الإعلامي، ويجعل المختصين قادرين على تحديد مستواه، هو الخطوات المتبعة في تنفيذ هذا البحث. فكثير من الباحثين الذين يمتلكون الهيمنة، والتمكن الكامل في مواضيعهم المختارة لدراستها، ولكن قد يخطئون في إتباع الخطوات

الصحيحة المتبعة في عمل البحث الإعلامي. فينتج عن ذلك أبحاث ضعيفة لا لجهل الباحث بموضوعه، ولكن لجهله في الطريقة المنهجية الصحيحة المتبعة لإنجازه. ويتم البحث الإعلامي في إطار خطوات وإجراءات منتظمة ومحددة تتمثل فيما يأتي:

1- اختيار مشكلة البحث وتحديدها:

يعد اختيار مشكلة البحث الإعلامي هماً شاغلاً للباحثين المبتدئين، والمهم معرفة من أين نبدأ، ولحسن الحظ هناك عدد من المصادر المتاحة لاستقاء الموضوعات البحثية، مثل الدوريات العلمية التي تهتم بالدراسات والبحوث الإعلامية والملخصات البحثية للمؤتمرات العلمية في المجال الإعلامي والبحوث والدراسات الإعلامية الموجودة على شبكة الانترنت⁽¹⁾. ويمكن تعريف مشكلة البحث بأنها: عبارة عن تساؤل أو بعض التساؤلات الغامضة التي تدور في ذهن الباحث حول موضوع البحث أو الدراسة التي اختارها، وهي تساؤلات تحتاج إلى تفسير يسعى الباحث إلى إيجاد إجابات شافية ووافية لها. وقد تكون المشكلة البحثية عبارة عن موقف غامض يحتاج إلى تفسير وإيضاح⁽²⁾. وتعد مشكلة البحث إحدى أصعب خطوات البحث الإعلامي التي تواجه الباحث، لافتراض استكشافه، وتحديد الحقائق، والمتغيرات، والتفسيرات التي تسبب المشكلة، وتتبع علاقات متداخلة يقوم بعرضها في صياغة تعطي صورة كاملة عن مشكلة البحث⁽³⁾.

2- مراجعة التراث العلمي:

لا يمكن البدء في تنفيذ فكرة بحثية دون الرجوع إلى دراسات سابقة أو دراسات مرتبطة، ودون الرجوع إلى التراث العلمي الذي يثري البحث وفكر الباحث واتجاهاته نحو المشكلة وخطوات حلها، والوصول إلى النتائج المستهدفة، واتجاهات تفسير هذه

(1) د. شيباء ذو الفقار زغيب: مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2009، ص 30.

(2) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مصدر سابق، ص 17 - 18.

(3) د. سمير محمد حسين: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، 1976، ص 70.

النتائج. فالدراسات السابقة تشير إلى الدراسات التي درست في نفس المجال الخاص للمشكلة التي يقوم بدراستها الباحث؛ بحيث تمثل بالنسبة للمشكلة المطروحة قاعدة معرفية أولية لها، وتمثل نتائج المشكلة المطروحة إضافة مباشرة إلى نتائج الدراسات السابقة، ولذلك تظهر أهميتها أكثر في تطوير المشكلة العلمية، أو الفروض البحثية، وصياغة الإطار النظري، وتفسير النتائج الخاصة بالبحث.

3- وضع الفروض أو التساؤلات:

تعدّ صياغة الفروض العلمية والعلاقة بين المتغيرات خطوة منهجية من خطوات البحث العلمي، وإجراءً منظماً للوصول إلى النتائج الخاصة بالبحث، ولكنها ليست ملزمة للباحث في جميع الأحوال؛ لأن الإجراءات قد تستهدف الإجابة على عدد من التساؤلات البحثية التي تتفرع عن المشكلة الرئيسة دون الحاجة لاختبار العلاقات أو تجريبها⁽¹⁾. والفرض العلمي هو: تعميم مبدئي تظل صلاحياته محل اختبار، أو أنه حدث مؤقت لم يثبت بعد، أو أنه علاقة أولية بين متغيرين لم تثبت صحتها بعد. فإنه عند ثبوت صحة هذا الفرض من خلال الملاحظة العلمية والتجريب، وعدم وجود فروض أخرى تنقضه أو تتعارض معه، فإن الفرض يتحول بعد ذلك إلى تعميم نهائي بين هذه المتغيرات، ويأخذ هذا التعميم شكل القانون الذي يحكم العلاقة بين هذه المتغيرات وحركتها. مما لا يحتاج إلى تجريبه مرة أخرى، ويمكن تطبيقه مباشرة بعد ذلك على الحالات المماثلة، وبذلك تصبح العلاقة في شكلها الأخير عامة ومجردة لا ترتبط بحالة بذاتها. ومن كل ما تقدم نستطيع القول أن الفرض هو جملة تعبر عن توقع مدروس لاحتفال وجود علاقة بين متغيرين أو أكثر، وهذا التوقع قد يثبت صحته أو خطأه. ويلاحظ أن وضع الفروض يرتبط بنوع الدراسة. فالدراسات الاستطلاعية تخلو من الفروض، على حين أن الدراسات الوصفية قد تتضمن فروضاً إذا كانت المعلومات المتوفرة لدى الباحث تمكنه من ذلك، أما الدراسات التجريبية فإن من الضروري أن تتضمن فروضاً دقيقة محددة؛ بحيث تدور الدراسة بعد

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص 181.

ذلك حول محاولة التحقق من صحتها أو خطئها. أما التساؤل فيهدف إلى إعطاء مؤشرات عن شيء ما، وليس بالضرورة لمعرفة وجود علاقة بين متغيرات من عدمه. ويلجأ الباحث إلى وضع التساؤلات عندما لا تكون لديه خلفية معلوماتية كافية تؤهله لوضع فروض، وتنفيذ المعلومات التي يتوصل إليها الباحث في هذه المرحلة في صياغة الفروض فيما بعد. ومن أمثلة التساؤلات البحثية: ما التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض لشركات الأخبار؟ هل توجد علاقة بين مشاهدة أفلام الكارتون والسلوك العدواني للأطفال؟ ما هي مضامين الدعاية الصهيونية الموجهة إلى العراق عبر الإذاعة الإسرائيلية خلال الحرب العراقية الإيرانية؟ ومن أمثلة الفروض البحثية: توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض للبرامج الإخبارية ومستوى المشاركة السياسية للشباب. كلما زاد حجم التعرض للإعلانات، زاد معدل الاستهلاك. وكلما زاد حجم التعرض للبرامج الأجنبية، زاد مستوى الاغتراب الثقافي⁽¹⁾.

4- تحديد التصميم الملائم للبحث:

يقصد بتصميم البحث هو خطة منظمة ومنطقية لتوجيه البحث وتحديد أهدافه ومنهجه والأساليب التي يجب تبنيها لتحقيق الأهداف⁽²⁾. أما تحديد التصميم الملائم للبحث فيقصد به تحديد نوعية البحث والمنهج المستخدم وتحديد الأدوات التي ستستخدم في جمع البيانات بناءً على طبيعة البيانات المطلوبة وبناءً على نوعية الجمهور الذي تطبق عليه الدراسة. فعلى سبيل المثال إذا كان هدف الباحث قياس تأثير نوعية برامج الأطفال على المهارات اللغوية لدى أطفال ما قبل المدرسة، فإن البحث في هذه الحالة يكون من البحوث السببية التي تقيس التأثير، والمنهج الأنسب لهذا البحث هو المنهج التجريبي الذي يعتمد على أداة التجربة في جمع البيانات التي تستهدف اختبار الفروض. أما إذا كان هدف البحث على سبيل المثال معرفة دور الصحف المستقلة في إدارة المواقف الصراعية

(1) د. شيباء ذو الفقار زغيب: مصدر سابق، ص 39.

(2) د. منذر الضامن: أساسيات البحث العلمي، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2007، ص 224.

داخل المجتمع وتشكيل اتجاهات القراء نحو الأداء الحكومي فيعتمد هذا البحث على المنهج المسحي في مستوييه الوصفي والتحليلي باستخدام أسلوب تحليل المضمون لوصف وتحليل التصورات المطروحة داخل مانشيتات إحدى الصحف خلال مدة زمنية محددة، وكذلك وصف وتحليل اتجاهات قراء الصحيفة (المأخوذة في عينة البحث) حول الأداء الحكومي في علاقته بقراءة تلك الصحيفة عن طريق استمارة استبيان يعدها الباحث لهذا الغرض⁽¹⁾. ويعدّ المنهج المسحي من ابرز المناهج العلمية المستخدمة في مجال البحوث والدراسات الإعلامية، ولا يقتصر على استخدام أسلوب واحد في عملية جمع البيانات، ويلجأ إلى استخدام مختلف الأساليب كالاستقصاءات، والمقابلات، والملاحظة المقننة، وغيرها من طرق جمع البيانات والمعلومات⁽²⁾. كذلك فإن المنهج الوصفي باستخدام أسلوب (تحليل المضمون) يعد من أنسب المناهج العلمية التي تستخدم في بحوث الإعلام، والتي تقوم على الرصد والمتابعة الدقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في مدة معينة من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون، وصولاً إلى بناء نتائج وتعميمات تساعد على فهم الواقع وتطويره⁽³⁾.

5- جمع البيانات:

على الباحث أن يجمع بيانات البحث التي تشتمل على نوعين هما: البيانات الأولية وهي التي يجمعها الباحث بنفسه لأغراض البحث الذي يقوم به، مثل المقابلة أو الملاحظة أو الاستبيان أو التجربة أو استمارة تحليل المضمون، وتحدد الأداة المستخدمة حسب المنهج

(1) د. سعد سلمان المشهداني: دور الصحف المستقلة في تشكيل اتجاهات القراء نحو الأداء الحكومي في العراق، بحث منشور في كتاب التعددية والوحدة الوطنية - الواقع والطموح، بغداد، بيت الحكمة، 2009، ص 249 - 280.

(2) د. عبد الباسط محمد عبد المعطي: البحث الاجتماعي - محاولة نحو رؤية نقدية لمنهجه وأبعاده، ط3، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1993، ص 369-386.

(3) د. ربحي مصطفى وعثمان محمد: مناهج وأساليب البحث العلمي - النظرية والتطبيق، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2000، ص 43.

المستخدم والجمهور المستهدف من البحث، وحسب الهدف من إجراء البحث. أما النوع الثاني التي يجمعها الباحث فهي البيانات الثانوية التي يعتمد عليها الباحث، ويكون قد جمعها باحثون غيره في دراسات سابقة لأغراض بحثية أخرى⁽¹⁾. ومن الخطوات المهمة في البحث الإعلامي عند جمع بياناته تحديد مجتمع البحث، حيث يجب على الباحث أن يقوم بمسح شامل لمجتمع البحث إذا كان صغيراً، واخذ عينة محددة ومثلة بشكل جيد للمجتمع الأصلي إذا كان مجتمع البحث كبيراً.

6- تحليل البيانات وتفسيرها:

يتوقف الوقت والمجهود اللازمان لتحليل البيانات وتفسيرها على الهدف من البحث وعلى المنهج المستخدم؛ فقد يتراوح الوقت من عدة أيام إلى عدة شهور، وعندما تكتمل عملية تحليل البيانات ينبغي على الباحث أن يتساءل عن مدى دقة النتائج، وهل تتمتع بالصدق الداخلي والصدق الخارجي أم (لا)؟. وبعد مراجعة البيانات ينبغي على الباحث أن يصنف البيانات في نسق معين يتيح للخصائص الرئيسة أن تبدو واضحة جلية، وينبغي على الباحث أن يفرغ البيانات أما بالطريقة اليدوية، أو بالطريقة الآلية، ويتوقف ذلك على عدد الاستمارات التي جمعها الباحث. وتتم عملية جمع البيانات وتحليلها احصائياً لإعطاء صورة وصفية دقيقة للبيانات التي أمكن الحصول عليها، ولتحديد الدرجة التي يمكن أن تعمم بها نتائج البحث على المجتمع، الذي أخذت منه العينة وعلى غيره من المجتمعات، ويستعان في ذلك بالأساليب الإحصائية المختلفة التي تفيد في هذا المجال. وتشمل عملية تحليل البيانات وتفسيرها الخطوات الآتية:

أ - تصنيف البيانات: أي ترتيب البيانات التي تم جمعها بطريقة كيفية للمعلومات التي تحتوي على صفات لا يمكن عدّها وقياسها وطريقة أخرى كمية وهي البيانات التي تحتوي على صفات كمية يمكن عدّها وقياسها، والتصنيف هنا يهدف إلى إظهار علاقة البيانات بعضها ببعض وتبسيطها والخروج بنتائج معقولة.

(1) د. شبهاء ذو الفقار زغيب: مصدر سابق، ص 40.

- ب- تفرغ البيانات: وهي تشمل طريقة يدوية عندما تكون البيانات قليلة وطريقة أخرى آلية باستخدام الكمبيوتر عندما تكون كبيرة.
- ج- تحليل البيانات: يعتمد الباحث في تحليل بياناته على العمليات والأساليب الإحصائية العلمية والتحليل قد يكون كفي يعتمد على المعلومات التي تم جمعها ومحاولة إيجاد العلاقات والظواهر والربط فيما بينها من دلالات وأفكار وقد يكون كمي يستخدم فيه الباحث العمليات الإحصائية كالنسب المئوية والانحراف المعياري ومقاييس الارتباط.
- د- تفسير البيانات: ويعتبره الباحثون أرقى طريقة في البحث العلمي والتي تبين قدرات الباحث الذهنية، معتمداً على الخبرات والمعرفة، وعند طريق التفسير يمكن للباحث الكشف عن العوامل المؤثرة في الظاهرة، الأسباب التي أدت إلى ظهور مثل هذه الظاهرة والربط فيما بينها وتفسير العلاقات بنتائج تبين الدلالات وراء تلك المشكلة.
- هـ- استخلاص النتائج: وتعني حصيلة ما توصل إليه الباحث من نتائج ومدى اتفاق النتائج مع الفروض التي افترضها، ومدى إجابة نتائج البحث على تساؤلاته.
- و- الوصول إلى حلول وتوصيات: في حالة الرغبة إلى تضمين البحث توصيات فإن مكانها في نهاية البحث. أما في حالة عدم الرغبة بالتوصيات فيكتفي الباحث بوضع ملخص في نهاية البحث لما تم عرضه وما توصل إليه من نتائج.

7- كتابة تقرير البحث:

يتوقف أسلوب كتابة تقرير البحث على الهدف من البحث؛ فالبحث الذي ينشر في إحدى الدوريات العلمية يتبع الأسلوب الذي تحدده كل دورية للنشر بها من حيث أسلوب الكتابة وإثبات المراجع⁽¹⁾. ويقوم الباحث عند كتابته البحث بتحليل وتفسير البيانات بعد الانتهاء من هذه الخطوة، تبدأ خطوة كتابة تقرير البحث. وعن طريق هذه

(1) د. شبهاء ذو الفقار زغيب: مصدر سابق، ص48.

الخطوة يستطيع الباحث أن ينقل إلى القراء ما توصل إليه من نتائج، كما يستطيع أن يقدم بعض المقترحات والتوصيات التي خرج بها من البحث، ويشترط أن تكون هذه المقترحات ذات صلة وثيقة بالنتائج التي أمكن الوصول إليها، وأن تكون محددة تحديداً دقيقاً. وتتجلى مهارة الباحث في الربط بين ما يتوصل إليه من نتائج وبين ما يقترحه من حلول للمشكلات التي أسفرت عنها الدراسة، والتي تشير إليها نتائج البحث بدون مبالغة أو حشو أو إسهاب.

وهناك ملاحظة تبرز لنا عند كتابة البحوث الإعلامية وتتعلق بالبحوث الكمية والكيفية، فبينما تتم كتابة البحوث الكمية بأسلوب مختصر فعال ومحدد مسبقاً، وان كان غير جذاب تتم كتابة البحوث الكيفية بأسلوب أكثر حرية ويميل إلى الأسلوب الأدبي. وهناك ثلاثة أساليب مختلفة لكتابة البحوث الإعلامية الكيفية: الأسلوب الأول هو الأسلوب الواقعي ويقوم على تقديم وجهة نظر موضوعية غير عاطفية باستخدام ضمير الغائب، والأسلوب الثاني هو الأسلوب الاعترافي ويقوم على تقديم وجهة نظر الباحث باستخدام ضمير المتكلم، والأسلوب الثالث هو الأسلوب الانطباعي ويقوم على استخدام الاستعارات والصور الحية للتأثير على القارئ. وتنتج البحوث الكيفية كما كبيراً من البيانات، ويعد التحدي الأكبر هو اختصار هذا الجزء ليصل إلى حجم مناسب وهناك مبدآن يساعدان في هذا الصدد هما أولاً: تذكر أنه من المستحيل أن تقول كل شيء في تقرير البحث، وحاول أن تقدم صوراً قلمية موجزة وأمثلة توضيحية ومقتبسات تساعد في توضيح النتائج، وثانياً: اختر البيانات التي توضح مدى تنوع المعلومات التي تم جمعها بما في ذلك المواقف غير التقليدية.

الفصل الثاني

الخطوات المنهجية العامة

ويشتمل هذا الفصل على النقاط الآتية:

- ✍ تصميم خطة البحث ومنهجيته
- ✍ المتغيرات البحثية وأنواعها
- ✍ التعريف بالمشكلة البحثية وتحديدتها
- ✍ أسس اختيار مشكلة البحث
- ✍ مصادر التعرف على مشكلة البحث
- ✍ صياغة مشكلة البحث
- ✍ اختيار عنوان البحث