# الفصل الثاني

## الخطوات المنهجية العامة

### تصميم خطة البحث ومنهجيته

إنّ معرفة تقنيات البحث العلمي ضرورية لكل من يرغب في إنجاز بحث علمي أصيل سواء على مستوى المراحل الجامعية الأولية أو العليا. وتكشف مخططات البحث العلمي في الكثير من الجامعات العربية عن غياب الاهتمام بالتقنيات البحثية والأساليب الفنية لإعداد البحوث الرصينة. ويُعبر مخطط البحث العلمي عن التصور المقترح لمشروع البحث العلمي، وهو بمثابة تصميم أولي للموضوع المراد بحثه، وغالباً ما يُنقح المخطط، ويُستدرك عليه إضافة وحذفاً أثناء عملية الإعداد والمراجعة. ويحتاج إعداد المخطط أو خطة البحث من الباحث إلى دراسة مستفيضة؛ وتحقيق عميق؛ قبل الوصول إلى الصورة النهائية التي تتطلب موافقة لجنة من الأساتذة المختصين كما هو معمول به في كثير الجامعات المرموقة.

إنّ تصميم خطة البحث يعكس دائماً جدية الباحث وعزمه، وأهليته كباحث علمي قادر على إنجاز مشروعه البحثي. فالتصميم الجيد علامة التفكير الجيد؛ وهو خطوة أساسية

للعمل العلمي القيّم. وقد شُبه إنجاز البحث وفقاً لتصميم سابق بالسفر المبرمج عبر مسارات محددة قصد اكتشاف المجهول.

ومن الضروري قيام الباحث في هذه المرحلة من مراحل إعداد البحث بتقديم خطة واضحة ومركزة ومكتوبة لبحثه، ويمكننا أن نرتب أهم عناصر خطة البحث فيما يأتي[1]:

### 1- عنوان البحث:

من المشاكل التي يتعرض لها العديد من الباحثين أثناء تقديم بحوثهم لمناقشها أو تقييمها، عدم اختيار العنوان الدقيق والشامل والواضح للبحث. وتوجه انتقادات كثيرة لهذا الجانب لذا فإنه يستوجب على الباحث التأكد من اختيار العبارات المناسبة لعنوان بحثه، فضلاً عن شموليته وارتباطه بموضوع البحث، إذ يتناول العنوان الموضوع الدقيق للبحث والمكان والمدة الزمنية التي يغطيها. مثال ذلك العنوان الآتي: عادات تعرض الشباب الجامعي العراقي لوسائل الإعلام واستخداماته لها والإشباعات المتحققة منها ــ دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة تكريت عام 2009[2] .

### 2- مشكلة البحث:

وتصاغ المشكلة بشكل يعطي انطباعاً واضحاً على أنها موقف غامض أو تساؤل يراود ذهن الباحث، ويحاول إيجاد حل أو جواب مناسب له. ومشكلة البحث في المثال الآنف الذكر هي: التعرف على كيفية تعرض شباب جامعة تكريت إلى وسائل الإعلام العراقية، ورصد عادات التعرض وأهم دوافع التعرض، واستخدامات شباب جامعة تكريت لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة من ذلك الاستخدام.

---

(1) عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، مصدر سابق، ص63-67.

(2) د. سعد سلمان المشهداني: عادات تعرض الشباب الجامعي العراقي لوسائل الإعلام واستخداماته لها والإشباعات المتحققة منها - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة تكريت عام 2009، بحث منشور في مجلة آداب الفراهيدي الصادرة عن كلية الآداب بجامعة تكريت، العدد (1) السنة الأولى كانون الأول 2009، ص505 - 527.

### 3- الفروض أو التساؤلات:

قد تكون هنالك فرضية واحدة شاملة لكل جوانب موضوع البحث أو أكثر من فرضية واحدة. وقد تقدم مشكلة البحث على شكل تساؤلات كما في المثال السابق، حيث قدم الباحث في بداية البحث المشكلة بالتساؤلات الآتية:

أ- ما مدى الانتظام في التعرض لوسائل الإعلام لدى شباب جامعة تكريت؟

ب- ما أنماط التعرض لوسائل الإعلام لدى الشباب الجامعي في جامعة تكريت؟

ج- ما أهم أسباب التعرض لوسائل الإعلام لدى شباب جامعة تكريت؟

د- ما أسباب عدم التعرض (لغير المتعرضين) لوسائل الإعلام لدى الشباب الجامعي في جامعة تكريت؟

هـ- ما عادات تعرض شباب جامعة تكريت لوسائل الإعلام؟

و- ما هي استخدامات شباب جامعة تكريت لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة من ذلك الاستخدام؟

### 4- أهمية البحث:

يجب على الباحث أن يحدد أهمية بحثه في عبارات واضحة مقدمة، وتبرز أهمية البحث في مثالنا السابق من خلال أهمية معرفة رجع الصدى في مجال الإعلام، والمعرفة الهامة لردود الأفعال تجاه ما يقدم للجمهور هامة للمخططين وصانعي القرار لتعديل الرسائل، أو جعلها تتوافق مع الجمهور المتلقي، وتزداد هذه الأهمية عند ربطها بجمهور الشباب الجامعي، والذي يعدّ ركيزة المجتمع وأمله في مستقبل أفضل، كذلك انطلاقاً من كون الشباب الجامعي مشارك وفعال ويستخدم وسائل الإعلام لتحقيق أهداف مقصودة، فضلاً عن أن هذا الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يناسبه ويشبع حاجاته.

### 5- هدف البحث:

هناك خطأ شائع بين الباحثين يتمثل في الخلط بين أهداف البحث وأهميته، فالأهداف تجيب عن سؤال الباحث لنفسه: لماذا يجرى هذا البحث؟ أي توضح ما يسعى الباحث

للوصول إليه من خلال إجراء بحثه. أما أهمية البحث فتعبر عما يضيفه البحث، بعد الانتهاء منه من فوائد إلى الميدان العملي ومجال التخصص العلمي. وهنا يمكننا تحديد هدف البحث بالنسبة لمثالنا السابق فنقول أن الباحث يهدف إلى تحديد عادات تعرض الشباب الجامعي العراقي لوسائل الإعلام للاستدلال على معايير استخدام هذه الشريحة المهمة من المجتمع العراقي لوسائل الإعلام؛ لان العملية الإعلامية والاتصالية في العراق بحاجة ماسة إلى بحوث الجمهور في عملية التخطيط والتنفيذ والمتابعة، انطلاقاً من الأسس والعناصر العلمية اللازمة لتلك العملية.

### 6- منهج البحث:

ويعني الأساليب والإجراءات أو المداخل التي تستخدم في جمع البيانات والوصول من خلالها إلى نتائج أو تفسيرات أو شروح أو تنبؤات تتعلق بموضوع البحث. وينبغي على الباحث عند تقديمه خطة البحث أن يحدد المنهج الذي اختاره لبحثه. ويجب أن يذكر في خطته: نوع منهج البحث الذي سيستخدمه في دراسة موضوعه، (وقد يحتاج لاستخدام أكثر من منهج)، والمبررات التي أدت للاعتماد على هذا المنهج. وقد اقتضت طبيعة البحث في عادات تعرض الشباب الجامعي العراقي لوسائل الإعلام واستخداماته لها والإشباعات المتحققة منها استخدام المنهج المسحي، بوصفه انسب المناهج العلمية المستخدمة لتحقيق هدف البحث.

### 7- أداة البحث أو أداة جمع المعلومات:

تعرف أدوات البحث بأنها الوسيلة أو الطريقة التي يستطيع بها الباحث حل مشكلته مهما كانت تلك الأدوات حيث أن المشكلة المطروحة هي التي تحدد الأدوات التي يستعملها الباحث في بحثه مما يتناسب مع أداة المشكلة[1]. ويجمع الباحثون على أن الأدوات

(1) د. وجيه محجوب: طرائق البحث العلمي ومناهجه، بغداد، دار الحكمة للطباعة والنشر، 1993، ص133.

التي يمكن استعمالها كطرق لجمع البيانات هي: الملاحظة التي هي الطريقة التي يعتمد فيها الباحث على بصره وإحساسه وإدراكه في تقصي الحقائق وجمع المعلومات[1]. وهناك أداة المقابلة الشخصية التي هي تفاعل لفظي منظم بين الباحث والمبحوث أو بين الباحث وشخص آخر لتحقيق هدف معين وتظهر أهمية المقابلة في الحصول على بيانات ومعلومات جديدة لا يمكن الحصول عليها إلا عن طريقها[2]. ومن الأدوات الأخرى استمارة الاستبيان التي هي أداة من أدوات البحث العلمي تستعمل على نطاق واسع للحصول على بيانات ومعلومات غير مدونة في السجلات أو الإحصائيات الرسمية وتتعلق بأحوال المبحوثين واتجاهاتهم ودوافعهم أو معتقداتهم[3]. ويستطيع الباحث استخدام أكثر من أداة لجمع المعلومات، إذا تطلب الأمر ذلك.

### 8- مجتمع البحث وعينه:

ينبغي أن تتضمن الخطة بيانات عن مجتمع البحث الأصلي والعينة المختارة. ويقصد بمجتمع البحث جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها، سواء أكانت هذه المفردات بشراً، أم مؤسسةً، أم أنشطة تربوية، وغير ذلك. أما عينة البحث فتعني: تلك المجموعة من أفراد المجتمع الذين يختارهم الباحث ليكونوا هم مصدر جمع بياناته في أثناء تنفيذه لبحثه. وتتم عملية اختيار العينة أو تحديدها وفق أسس علمية وأساليب خاصة تتناسب مع موضوع وهدف البحث.

### 9- حدود البحث:

ينبغي على الباحث عند تقديمه لخطة بحثه أن يذكر الحدود الزمانية والمكانية والموضوعية لبحثه. فقد يتعذر على الباحث أن يغطي في دراسته منطقة كاملة أو دولة، لذا يكون من

---

(1) عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، مصدر سابق، ص144.

(2) د. محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة، جدة، دار الشروق، 1990، ص392.

(3) د. وهيب مجيد الكبيسي ويونس صالح الجنابي: طرق البحث في العلوم السلوكية، بغداد، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 1997، ص107.

الضروري عليه أن يوضح المحددات الجغرافية للبحث. وقد يكون من المستحيل أيضاً دراسة المشكلة أو الظاهرة في كل الفترات الزمنية، لذا يكون من الضروري توضيح الحدود الزمنية للبحث. وقد يصعب دراسة كل الجوانب والموضوعات المرتبطة بالظاهرة أو المشكلة، وهنا يكون من الضروري توضيح الجوانب أو الموضوعات التي سيتناوله البحث. وعلى الباحث عند ذكر هذه المحددات أن يوضح المبررات المقنعة التي جعلته يقف على هذه المحددات دون غيرها.

**10- الدراسات السابقة:**

تحتم أصول البحث العلمي رجوع الباحث إلى ما كتب عن موضوع بحثه من دراسات سابقة، إذ تعد عملية عرض التراث العلمي وتقويمه ركناً أساسياً من أركان البحث العلمي انطلاقاً من انه عملية تعتمد على التراكم المعرفي في تطورها، كما تعد الدراسات السابقة إحدى الركائز العلمية التي يمكن أن يستند إليها الباحث في بحثه؛ من اجل توثيق المعلومات والمعرفة في المناهج المتبعة في البحوث المشابهة لدراسته. وتساعد الدراسات السابقة الباحث على الاختيار السليم لبحثه وتجنبه تكرار بحث مشكلات سابقة، ويستطيع الباحث تجنب ما وقع فيه الباحثون الآخرون من أخطاء[1]. وهناك مدرستان في مناهج البحث إزاء التعامل مع الدراسات السابقة المدرسة الأولى ترى أن يتم إجراء تحليل نقدي للدراسات السابقة بعد تصنيفها وفق محاور معينة، وعرض ملخصاً لذلك يبرز الباحث من خلاله موقع بحثه منها، أما المدرسة الثانية فترى توظيف هذه الدراسات في مراحل الدراسة، فهناك دراسات يكون موقعها المقدمة ليستدل بها الباحث على ضرورة القيام ببحثه، وهناك دراسات توضع في الإطار النظري للبحث، وأخرى يُستشهد بها عند مناقشة النتائج وتفسيرها. ويُفضل الاستفادة من المدرستين عند عرض الباحث للدراسات السابقة. وأيا كانت الطريقة التي سيتبعها الباحث فلابد من توظيف الدراسات السابقة في البحث، وعرض ملخص وافٍ، وتحليل نقدي لها في نفس الوقت،

(1) خليفة شحاتة: طرق البحث الاجتماعي، الجماهيرية الليبية، جامعة قاريونس، 1992، ص72.

حتى يتيقن القارئ من أن الباحث قد استعان بالمصادر الأولية في جمعها، ويطمئن إلى أن الدراسة التي يقوم بها الباحث جديدة.

### 11- قائمة المصادر والمراجع:

ونعني بها قائمة المصادر التي ينوي الباحث الاعتماد عليها في بحثه. وتقتضي الأمانة العلمية أن يُضمن الباحث خطته قائمةً تحتوي على جميع المصادر التي استفاد منها في إعداد خطته، وكذلك بعد الانتهاء من تنفيذ الخطة وكتابة التقرير النهائي للبحث، يجب أن يذكر قائمة بالمصادر والمراجع التي تم الاستفادة منها في إعداد خطته، وفي تنفيذ إجراءات بحثه. وبهذا يكون الباحث قد انتهى من إعداد خطة بحثه وجاهزاً لعرضها على المشرف الذي سيقع عليه الاختيار، تمهيداً للموافقة عليها وعرضها على مجلس قسمه ليبدأ في الإجراءات الإدارية المتبعة في كليته وجامعته ليسجل الموضوع باسمه، ثم بعد ذلك يبدأ في وضع خطته موضع التنفيذ، حتى ينتهي من تنفيذها كاملة، ويصبح جاهزاً لمناقشتها أمام لجنة المناقشة.

### المتغيرات البحثية وأنواعها

من العناصر المنهجية التي يجب على الباحث فهمها يأتي المتغير البحثي الذي هو خاصية مقاسة أو عشوائية تختلف باختلاف العناصر، وهو الظاهرة أو الحالة التي تأخذ عدة قيم مختلفة. ويعرّف في مكان أخر: مجموعة خصائص الأشياء وصفاتها أو أية حالة في البحث العلمي قد تتغير كمياً، أو نوعياً.

ويمكن تعريف المتغير البحثي كذلك بأنه: أي مفهوم تطبيقي له أكثر من قيمة واحدة أو قيمتين فأكثر. وتبعاً لهذا التعريف تتعدد أنواع المتغيرات التي تستخدم في بناء العلاقات الفرضية وصياغة التعميمات والنظريات العلمية[1].

وتنقسم المتغيرات إلى أنواع متعددة تبعاً لخصائصها أو استخداماتها أو موقعها من العلاقات الفرضية أو النهائية في المعرفة العلمية. فهناك المتغير الكمي والمتغير الوصفي أو

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مصدر سابق، ص30.

الفئوي. **والمتغير الكمي**: هو المتغير الذي يتم التعبير عن التغير في حالته من خلال القيم الكمية مثل التعبير عن كثافة المشاهدة بعدد الساعات التي يقضيها الفرد أمام التلفزيون، أو التعبير عن توزيع الصحف بعدد النسخ التي توزعها يومياً أو منطقة معينة، أو التعبير عن الاستماع إلى برامج إذاعية بعدد الأفراد الذين يستمعون إلى هذه البرامج في وقت معين أو منطقة معينة. كما يمكن التعبير عن المتغير الكمي بالقيم الكمية التي تعكسها الأرقام بالعد أو التكرارات، فإنه يمكن التعبير عنه بالقيم الكمية اللفظية مثل التعبير عن قراءة الصحف بالقيم الكمية (كبير/ قليل) أو قدر الأفراد المؤيدين (كبير جداً/ كبير/ متوسط/ قليل/ قليل جدا)... وهكذا.

ومن المتغيرات الكمية الشائعة في البحوث الإعلامية متغير السن ومتغير الدخل، وعدد أفراد الأسرة وغيرها من المتغيرات التي يمكن قياسها كمياً أو التعبير عنها بقيم عددية أو لفظية كمية. وعلى الجانب الآخر هناك متغيرات أخرى يمكن توزيعها في فئات متجانسة، واستخدام التغير في هذه الفئات في بناء العلاقات واختبارها وهذه المتغيرات يطلق عليها المتغيرات الوصفية أو الفئوية أو النوعية، والتي يتم التعبير عن التغير فيها من خلال وصف الفئات بالصفات المتباينة، مثل الحالة الاجتماعية تضم فئات وصفية (متزوج، غير متزوج) أو الحالة التعليمية. ويمكن وصف فئاتها المتغيرة من خلال الصفات (أمي، يقرأ ويكتب، تعليم متوسط، تعليم جامعي) أو وصف التعرض إلى وسائل الإعلام من خلال فئات (منتظم، غير منتظم) أو مستوى الانتظام في القراءة فيمكن التعبير عنه بقيم كمية (عال، متوسط، منخفض). وقد تستخدم متغيرات كمية في علاقتها بأخرى فئوية أو وصفية مثل العلاقة بين عدد الساعات الدراسية التي أنهاها الطالب (30/ 60/ 90 ساعة فأكثر) ومستوى الانتظام في قراءة الصحف من قبل قراء (منتظمون، غير منتظمين، غير القراء). وقد تستخدم فئوية في علاقتها بأخرى فئوية مثل العلاقة بين متغير المستوى التعليمي (يقرأ ويكتب، تعليم متوسط، تعليم عال) ومتغير تفضيل الموضوعات الصحفية (جادة ، خفيفة)[1].

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص30 – 31.

**المتغير المستقل**: هو المتغير الفاعل في حركة الظاهرة، ويسمى أيضاً بالمتغير المؤثِّر، أو السبب، أو السابق، أو التجريبي، وهذه جميعها نعوت لما يمكن أن يؤدي إليه هذا المتغير مقارنة بغيره، إذ أن هذا النوع يؤثر في غيره من المتغيرات؛ وبالتالي يسبقها فيقود إلى نتيجة تشكل بذاتها متغيراً آخر يعرف بالمتغير التابع. فإذا كان البحث عن العلاقة بين السبب والنتيجة يكون هو السبب في حدوثها، وإذا كان البحث عن علاقة التأثير يكون هو العنصر المؤثر. ويترتب على حركة هذا المتغير النتائج التي تحدث في الظاهرة أو التأثر بحركته. وفي الدراسات الوصفية عندما ندرس العلاقة بين مشاهدة التلفزيون والتحصيل الدراسي، فإن تكرار المشاهدة أو كثافتها يعتبر في هذه الدراسة هو المتغير المستقل الذي يترتب على حدوثه انخفاض التحصيل الدراسي على سبيل المثال، أو يؤثر في التحصيل الدراسي للطلاب الذين يستخدمون التلفزيون بكثافة أعلى.

مما تقدم نستطيع تعريف المتغير المستقل بأنه: هو العامل أو السبب الذي يطبق لمعرفة أثره على النتيجة[1].

**المتغير التابع**: ويعرف أحياناً بالمتغير المتأثر، أو النتيجة، وهي صفات توحي بتبعيته وتأثره بغيره من المتغيرات؛ وخصوصاً المتغير المستقل، ووفقاً لهذه المصطلحات يمكننا التعرف على المستقل والتابع حين نضيف كلمة (يؤثر في) بين المتغيرين، وأيهما يسبق الآخر يكون هو المستقل، والمتأخر هو التابع.

**مما تقدم نستطيع تعريف المتغير التابع بأنه: المتغير الذي يحدث نتيجة لوجود المتغير المستقل، أو هو النتيجة التي يقاس اثر المتغير المستقل عليها**[2].

وفي كثير من الدراسات لا يصبح المتغير المستقل وحده هو السبب أو المقدمة لحدوث

---

(1) محمد زيان عمر: البحث العلمي مناهجه وتقنياته، ط4، جدة، دار الشروق، 1403هـ، ص100.

(2) د. محمد بن عبد العزيز الحيزان: البحوث الإعلامية – أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط2، جدة، (د. ن)، 2004، ص55.

الظاهرة أو ملاحظة النتائج. ولكن توجد متغيرات أخرى تسهم بشكل أو آخر في تفعيل المتغير المستقل وقيامه بدوره في العلاقة مع المتغير التابع. ومن هذه المتغيرات ما يتم تحديده صراحة في مشكلة وصياغة الفروض العلمية، في إطار التنبؤ بالعلاقة بين المتغيرات وهو المتغير الوسيط الذي يرى الباحث في وجوده تأكيداً للعلاقة بين كل من المتغير المستقل والتابع، باعتباره متغيراً محركاً أو دافعاً للمتغير المستقل. فعلى سبيل المثال قد يرى الباحث أن الرجال يميلون أكثر إلى تفضيل الموضوعات الصحفية الجادة، بينما يرى أن النساء يملن أكثر إلى تفضيل الموضوعات الصحفية الخفيفة. وفي نفس الوقت يقيم الباحث صياغته للعلاقة المذكورة على أساس زيادة الوقت المتاح للرجل في المنزل لقراءة الموضوعات الجادة والمتعمقة، بينما يقل هذا الوقت لدى المرأة بتأثير الاهتمامات والأعمال المنزلية لها. وفي هذه الحالة يكون الوقت المتاح متغيراً وسيطاً يعمل على تأكيد العلاقة المتباينة بين الرجل والمرأة في الاهتمام بالموضوعات الصحفية الجادة والخفيفة، فيكون لدينا في هذه الحالة: متغير النوع (متغير مستقل) ومتغير الوقت المتاح في المنزل (متغير وسيط) ومتغير الاهتمام والتفضيل للموضوعات الصحفية (متغير تابع). وبذلك فإن بناء العلاقة مع وجود المتغير الوسيط يساعد على التفسير الخاص بالعلاقة بين كل من المتغير المستقل والمتغير التابع[1].

## التعريف بالمشكلة البحثية وتحديدها

يُعدُّ الإحساس بالمشكلة وتحديدها وصياغتها من ضرورات البحث العلمي لكونها قضية أو فكرة تحتاج إلى البحث، وهي تمثل أساساً للعمل العلمي الذي يؤدي فيما بعد إلى إيجاد الحلول[2]. ويمثل الإحساس بمشكلة البحث نقطة البداية في البحث العلمي، وانتقاء الباحث لمشكلة معينة ينتقيها من بين عدة مشكلات هي الخطوة الأولى للبحث

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص33 – 34.

(2) عقيل حسين علي: فلسفة مناهج البحث العلمي، القاهرة، مكتبة مدبولي، 1999، ص29.

والتي تؤثر تأثيراً أساسياً في جميع الخطوات العلمية اللاحقة به، من فرضيات، وإجراءات، وأدوات، وأنشطة ميدانية ونظرية أخرى سيقوم بها الباحث أثناء إجراء البحث.

ويمكن تعريف المشكلة في البحث العلمي بأنها: (عبارة عن موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية وإعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم. وتعد مهمة تحديد مشكلة البحث بشكل دقيق أصعب بكثير من إيجاد الحلول لها؛ وذلك لان التحديد الدقيق يعنى وضوحاً في رؤية الباحث والغرض من مشروع البحث الذي ينبغي عليه أن يقوم والنتائج المتوقعة من البحث) [1].

وبعد أن يحس الباحث بالمشكلة ويقتنع بأهمية البحث عنها يقوم بتحديدها وحصرها في هيكل بحثي بناء على ما قراه أو سمعه أو شاهده حولها، وتنبع مشكلة البحث من شعور الباحث بحيرة وغموض تجاه موضوع معيَّن[2]. ومن الضروريِّ التمييز بين مشكلة البحث ومشكلات الحياة العاديَّة، فمشكلةُ البحث هي موضوع الدراسة، وهي كلُّ ما يحتاج إلى حلٍّ وإظهار نتائج، أو هي تساؤل يدور في ذهن الباحث حول موضوع غامضٍ يحتاج إلى تفسير، وتزول مشكلةُ البحث بتفسيرها أو بإيجاد حلٍّ لها؛ فإذا ما توصَّل الباحث إلى تفسير منطقي للمشكلة فإنه يكون قد حلَّ المشكلة دون أن يكون مطلوباً منه أن يضعَ العلاج للأبعاد السلبيَّة فهذه مشكلةٌ بحثيَّةٌ أخرى، وعموماً فمشكلة الدراسة قد تكون نتيجةً للشعور بعدم الرضا، أو الإحساس بوجود خطأٍ ما، أو الحاجة لأداء شيء جديد، أو تحسين الوضع الحالي في مجالٍ ما، أو توفير أفكار جديدة في حلِّ مشكلة موجودة ومعروفة مسبقاً.

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص110.

(2) د. صالح بن حمد العساف: المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، الرياض، شركة العبيكان للطباعة والنشر، 1989، ص18.

## تحديد مشكلة البحث

بعد الشعور والإحساس بمشكلة البحث ينتقل الباحثُ خطوةً بتحديدها؛ وتحديد مشكلة البحث بشكل واضح ودقيق يجب أن يتمَّ قبل الانتقال إلى مراحل البحث الأخرى. وهذا أمرٌ مهمٌّ لأنَّ تحديدَ مشكلة البحث هو البداية البحثيَّة الحقيقيَّة، وعليه تترتَّب جودة وأهميَّة واستيفاء البيانات التي سيجمعها الباحثُ ومنها سيتوصَّل إلى نتائج دراسته التي تتأثَّر أهميَّتُها بذلك. وهذا يتطلَّب منه دراسةً واعيةً وافيةً لجميع جوانبها ومن مصادر مختلفة، علماً أن تحديد مشكلة البحث بشكلٍ واضح ودقيق على الرغم من أهميَّة ذلك قد لا يكون ممكناً في بعض الأحيان، فقد يبدأ الباحث دراسته وليس في ذهنه سوى فكرة عامة أو شعورٍ غامضٍ بوجود مشكلةٍ ما تستحق البحث والاستقصاء وبالتالي فإنه لا حرج من إعادة صياغة المشكلة بتقدُّم سير البحث ومرور الزمن، ولكن هذا غالباً ما يكلِّفُ وقتاً وجهداً، وإذا كانت مشكلة البحث مركبة، فعلى الباحث أن يقوم بتحليلها، وردها إلى عدة مشكلات بسيطة تمثِّل كل منها مشكلة فرعية يساهم حلُّها في حل جزء من المشكلة الرئيسة.

وهناك اعتبارات تجب على الباحث مراعاتها عند اختيار مشكلة بحثه وعند تحديدها، وعند صياغتها الصياغة النهائية، منها ما يأتـي:

1- أن تكون مشكلة البحث قابلةً للدراسة والبحث، بمعنى أن تنبثقَ عنها فرضيَّاتٌ قابلة للاختبار علميّاً لمعرفة مدى صحتها.
2- أن تكون مشكلة البحث أصيلة وذات قيمة؛ أي أنها لا تدور حول موضوعٍ تافه لا يستحق الدراسة.
3- أن تكون مشكلة البحث في حدود إمكانات الباحث من حيث الكفاءة والوقت والتكاليف، فبعض المشكلات أكبر من قدرات باحثيها فيضيعون في متاهاتها ويصابون بردة فعل سلبية، ويعيقون باحثين آخرين عن دراستها.
4- أن تنطوي مشكلةُ الدراسة بالطريقة التجريبية على وجود علاقة بين متغيرين وإلا أصبح من غير الممكن صياغة فرضية لها.

5- أن يتأكَّد الباحث بأن مشكلة دراسته لم يسبقه أحد إلى دراستها، وذلك بالاطِّلاع على تقارير البحوث الجارية وعلى الدوريات، وبالاتصال بمراكز البحوث وبالجامعات، وربَّما بالإعلان عن موضوع الدراسة في إحدى الدوريَّات المتخصصة في مجال بحثه إذا كان بحثُـه على مستوى الدكتوراه أو كان مشروعاً بنفس الأهميَّة.

ولما كانت بداية البحث هي الإحساس بالمشكلة، فإن ما سيتيح عملية الإحساس بها يتطلب القيام بخطوات ومهارات علمية، لتحديدها وصياغتها وتقويمها، وتكوين المشكلة في صياغتها النهائية يُعّدُ حجر الزاوية في المسار المستقبلي لجهد الباحث، لان خطوات البحث اللاحقة تقوم عليها في تحديد المنهج العلمي والطرق والأدوات البحثية اللاحقة اللازم استخدامها (الإجراءات العلمية) وطبيعة المعلومات المطلوبة منها، واختيار البحث يعني تحديداً لموضوع البحث ومجالاته. وانتقاء مشكلة البحث أو موضوع البحث عموماً يرتبط بعوامل منها: ذاتية (Personality) وأخرى موضوعية (objective)، فالعوامل الذاتية ترتبط بالباحث وما لديه من خبرات وقدرات وطموح واتجاه فكري وانتماء أيديولوجي، أما العوامل الموضوعية فإنها تمثل الظروف الاجتماعية والفكرية التي تحيط بالباحث، ومدى ما توفرت له شروط ومستلزمات مقترنة بخوض المشكلة ذاتها.

ويمكن عرض مفهوم المشكلة العلمية من خلال بعض الأمثلة فمثلاً: استخدام مستحدثات جديدة لأول مرة مثل انتشار القنوات الفضائية، ويرتبط بذلك الكشف عن أنماط الاستخدام ومستوياته وعلاقاته، وتأثير استخدام هذه المستحدثات على المشاهدين. وكذلك حالات انتشار الصحف الحزبية والمستقلة وتعددها، وما يرتبط بها تطوير اتجاهات القراء والقراءة. وقد يرى الباحث انتشار نظريات أو تعميمات حديثة في مجتمعات أخرى، ولم يثبت بعد إمكانية تطبيقها على المجتمعات المحلية، فيرى الباحث دراستها في إطار المجتمع المحلي وسياقه الثقافي مثل تطبيق نظريات التأثير التي قامت على فرض الغرس الثقافي، أو وضع الأجندة وذلك لمعرفة مدى إمكانية تطبيق هذه النظريات في مجتمعاتنا أو اختبار فروضها؛ من خلال العلاقة بين وسائل الإعلام وسلوك المتلقين، وتأثيرها في

الثقافة المحلية[1].

مما تقدم يمكننا القول أن تحديد المشكلات كان أصعب بكثير من أيجاد الحلول لها، وان هذه الصعوبة مردها أسباب متعددة منها:

1- في ظل ضعف الاهتمام بالبحوث الميدانية في الدراسات الأولية، وضعف تراكم الخبرة البحثية تصبح عمليات الإحساس بالمشكلات وتحديدها أمراً غاية في الصعوبة، إذ إنها تتطلب مراناً وتجربة ليس من السهل على الباحث المبتدئ تجاوزها أو الإلمام بها في فترات معينة.

2- إن تراكم المعرفة العلمية على مستوى الاختصاصات جميعاً بالاتجاهين العمودي (التراكمي) والعرضي، قد جعل من اختيار وتحديد المشكلات يتطلب جهداً متواصلاً واتصالاً تفاعلياً مع القنوات الإعلامية العلمية، كالدوريات وملخصات البحوث، والكتب، والبرامج العلمية والانترنت، وهذا الأمر لم يفطن له العديد من الطلبة والباحثين إلا وقت تحديد المشكلة أو بعدها.

3- لم يوضح مفهوم المشكلة البحثية بشكل وافٍ ودقيق في مراجع البحث العلمي بالشكل الذي يعين الباحث على المران والتجربة، ولا يوجد اتفاق تام وجلي على أولويات المشكلات وشروطها وطريقة تحديدها وعرضها، إذ تداخلت المدارس وتنوعت الآراء الشخصية، وغدت هذه راجعة لتقييمات شخصية، أو دلالية ظرفية.

4- عدم الفهم الواضح والدقيق لأساسيات البحث العلمي بسبب قلة مراجعه، وضعف تدريبه جعل الباحث يتخبط في مفاهيم مصطلحاته وإجراءاته وتقنياته الأساسية، إذ غالباً ما تخضع هذه الأمور للسلطة العلمية (المشرف أو المدرس).

5- غالباً ما تظهر هذه الصعوبة حينما يتجاور معها تدني في المستوين العلمي والثقافي للباحث وضعف نشاطه التفاعلي مع الاختصاص، أو اعتماده على الآخرين في الاختيار والتحديد، بغض النظر عن الشروط العلمية لحسن الاختيار.

---

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص111.

6- التحيز وعدم الفهم الدقيق الذي يصيب الباحث في أحيان كثيرة نتيجة اختياره مشكلات براقة، أو واسعة أو غير صالحة؛ بسبب اعتماده على مسبب واحد في ذلك الاختيار، دون النظر إلى الدواعي الأخرى التي تشكل أنموذجاً علمياً للاختيار.

### أسس اختيار مشكلة البحث

يتفق علماء المنهجية على أن مشكلة البحث تعد شرطاً مسبقاً للقيام بالبحث العلمي، وهو الأساس الذي يتم الانطلاق منه[1]. وتعد مشكلة البحث إحدى أصعب خطوات البحث التي تواجه الباحث والتي تنبع من شعور الباحث بحيرة أو غموض تجاه موضوع معين. والمشكلة هي تساؤل يدور في ذهن الباحث حول موضوع غامض يحتاج إلى تفسير، وإحاطة الباحث بالمشكلة من جميع جوانبها يقود إلى التمكن من صياغة المشكلة وتوافر إمكان بحثها، أي أن تحديد المشكلة مرتبط بمدى فهم الباحث لها، وقدرته على صياغتها بدقة إلى حد ما، وتمكنه من بناء الإطار المنهجي لبحثها ودراستها. ولاشك أن مشكلة البحث هي الركيزة التي تبنى على أساسها هيكلية البحث، ومراحل انجاز البحث في كل متطلباته، وتتجسد مشكلة البحث عندما يدرك الباحث من خلال ملاحظاته أو تجاربه أو اطلاعاته أن شيئاً معيناً ليس صحيحاً، ويحتاج إلى مزيد من الإيضاح والتفسير والتحليل[2]. وبهذا المعنى فإن مشكلة البحث تعني سؤالاً يحتاج إلى توضيح وإجابة، أو موقفاً غامضاً يحتاج إلى تفسير، أو حاجة لم تشبع، أو فروض يحتاج إلى إثبات أو نفي.

وهناك عدد من الأسس التي تمثل المقاييس التي تساعد الباحث في تحديد أحقية وأهمية المشكلة المراد بحثها. ونستطيع أن نحدد أسس اختيار المشكلة عن طريق طرح

(1) د. محمد عبيدات (وآخرون): منهجية البحث العلمي، ط2، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 1999، ص38.

(2) د. سمير محمد حسين: تحليل المضمون ومناهجه ومحدداته، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 1996، ص111.

مجموعة من الاستفسارات التي يجب على الباحث الإجابة عليها وعلى النحو الآتي[1]:

1- هل تستحوذ المشكلة على اهتمام الباحث وتنسجم مع رغبته في هذا النوع من الموضوعات؟
2- هل يستطيع الباحث القيام بالدراسة المقترحة بضوء مشكلاتها المطروحة؟
3- هل تتوفر المعلومات اللازمة عن المشكلة؟
4- هل توجد مساعدات إدارية ووظيفية لبحث المشكلة؟
5- ما هي أهمية مشكلة البحث وفائدتها العلمية والاجتماعية؟
6- هل هي مشكلة جديدة؟ وما هي علاقتها بمشاكل بحثية أخرى؟ وهل قام باحث آخر بمعالجة هذه المشكلة أو مشكلة تقرب منها؟
7- هل هناك إمكانية في تعميم النتائج التي سيحصل عليها الباحث في معالجته للمشكلة على مشاكل أخرى متشابهة في مؤسسات ودوائر مشابهة؟
8- هل للمشكلة علاقة بدائرة أو وحدة إعلامية أو اقتصادية أو سياسية محددة على الصعيد المحلي أو الإقليمي؟

وهناك بعض النقاط والملاحظات التي يجب أن تؤخذ بنظر الاعتبار عند اختبار مشكلة وتحليل المعلومات التي لها علاقة بجوانبها المختلفة التي يمكن أن نوضحها بالاتي[2]:

1- الأسباب والعوامل المتعددة التي أدت (أو تؤدي) إلى حدوث مشكلة وعدم اقتصارها على مجموعة محددة من التفسيرات والمكونات، وعلى هذا الأساس فإنه كلما زادت قابلية الباحث في اكتشاف المزيد من التفسيرات والمكونات التي لها علاقة بالمشكلة وتجلت له النظرة الصحيحة والشمولية الواسعة في استجلاء أسباب المشكلة.
2- جمع المعلومات عن المشكلة تؤدي إلى وضع التفسيرات المختلفة لها سواء كانت تفسيرات حقيقية أو محتملة، وجمع المعلومات يفيد جداً في زيادة التعرف على طبيعة

(1) عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات ، ص52 – 53.
(2) عامر إبراهيم قنديلجي: المصدر السابق، ص52-53.

المشكلة ومكوناتها كما وتوجد لدى الباحث فرصة أفضل في اختيار وتحديد الأسباب الفعلية للمشكلة وذلك على أساس في الدقة والموضوعية، بعيداً عن التسرع والتخمين العشوائي.

3- يؤدي الجهد الواسع والتعمق في جمع المعلومات ووضع التفسيرات المحتملة عن المشكلات إلى إدراك الباحث لمدى التركيب والتعقيد في الظواهر والحالات التي يقوم بدراستها، وذلك بعكس التصورات الأولية عنها.

4- يؤدي التحري والتنقيب الجيد والشامل عن المكونات وتصنيفها إلى إدراك الباحث لأمور جوهرية قد تغيب عن أذهان العديد من الباحثين، وتمثل تلك الأمور بوجود أبعاد وزوايا مختلفة للمشكلة الواحدة يصعب على الباحثين المتخصصين في مجال معين تناولها جميعاً.

### مصادر التعرف على مشكلة البحث

على الرغم من أن هناك مصادر كثر وطرق عدة تساعد الباحث في الحصول على مشكلة البحث، إلا أن هناك اتجاهان رئيسيان للتعرف على المشكلات التي تستحق البحث والدراسة وهما:

**الاتجاه الأول**: وهو القراءة المتعمقة والناقدة لأدبيات المجال العلمي العام والخاص ذات العلاقة بتخصص الباحث أو انتمائه العلمي، وتعدد مصادر هذه الأدبيات ومستوياتها. ولكنها يمكن أن تتمثل إجمالاً فيما يأتي [1]:

1- **المراجع العامة**: التي يبدأ بها الباحث للتعرف على باقي المصادر الخاصة بالمشكلة البحثية مثل الكتب، والمقالات، والملخصات، والموسوعات، والوثائق التي ترتبط بمشكلة البحث.

2- **المصادر الأولية**: التي تبحث مباشرة في موضوع البحث، مثل المجلات العلمية

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص143 – 144.

المتخصصة، ورسائل الماجستير والدكتوراه في التخصص التي تم إجازتها في الجامعات المحلية والخارجية.

3- **المصادر الثانوية**: وتشمل المطبوعات والإصدارات التي تعتمد على تقارير أو موضوعات لم يتم كتابتها بملاحظة وقائعها بشكل شخصي ومباشر، مثل الكتب الدراسية، والكتب السنوية.

**أما الاتجاه الثاني**: فهو الملاحظة الميدانية للتطبيقات والممارسات التي يمكن أن تعكس أنماط الممارسة المهنية واتجاهاتها وتقويمها (محيط العمل والخبرة العملية)، إذ يستطيع الإنسان من خلال تجاربه العملية وخبرته الفردية في المحيط الذي يعمل فيه، أو المؤسسة التي ينتسب إليها أي شخص عدد من المواقف والحالات التي تعكس مشكلات قابلة للبحث والدراسة، كالموظف الذي يستطيع أن يبحث في مشكلة الأخطاء اللغوية أو الفنية وأثرها على جمهور المستمعين والمشاهدين[1]. ويمكن للباحث أن يتعرف على المشكلات التي تستحق البحث عن طريق دراسة صور العلاقات بين عناصر العملية الإعلامية، والقوى المؤثرة في تخطيط وتنفيذ السياسات والأهداف ومخرجات العملية الإعلامية التي تتمثل في شكل ومحتوى البرامج أو الصفحات واتجاهاتها، وتسجيل نتائج هذه الملاحظة بما يمكن أن تثيره من دراسات أو بحوث تدعم نتائج الملاحظة أو تحاول تحليلها وتقويمها. ويعرض التعرض المستمر للفكر العلمي، وملاحظة الممارسة المهنية والتطبيقية سؤالاً حول: صلاحية إعادة بحث مشكلات علمية سبق دراستها وانتهى الآخرون إلى نتائج وتعميمات خاصة بها. وفي هذا الإطار يجب أن نعي أن المشكلات التي سبق دراستها انتهت إلى نتائج محدودة بحدود الزمان والمكان، وكذلك خصائص مفردات البحث، ومناهج الدراسة وأدواتها؛ بحيث أن إعادة بحث المشكلة في إطار سياق اجتماعي أو مهني، أو في وقت آخر، أو من خلال استخدام أدوات ومناهج مختلفة قد تنتهي إلى نتائج مختلفة عن نتائج الدراسة الأولى.

(1) عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، مصدر سابق، ص50.

ويعاني طلاب الدراسات العليا كباحثين مبتدئين من التوصل إلى مشكلات بحوثهم، ويلجأ بعضهم إلى الاستعانة بأساتذتهم أو مرشديهم وقد يطرح عليهم بعض أولئك مشكلات تستحق الدراسة، ولكن ذلك يجعلهم أقل حماسة وبالتالي أقل جهداً ومثابرة، مما يجعلهم يحققون نجاحات أدنى من أولئك الذين توصلوا إلى تحديد مشكلاتِ دراساتهم بأنفسهم. ويُنصح الباحثون المبتدئون ويُوَجَّهُون إلى أهم مصادر ومنابع المشكلات البحثية وهي المصادر أو المنابع الآتية:

1- **الخبرة الشخصية**: فالباحث تمر في حياته تجارب عديدة ويكتسب كثيراً من الخبرات، وهذه وتلك تثير عنده تساؤلاتٍ حول بعض الأمور أو الأحداث التي لا يستطيع أن يجد لها تفسيراً؛ وبالتالي فإنه قد يقوم بإجراء دراسة أو بحثٍ لمحاولة الوصول إلى شرحٍ أو تفسيرٍ لتلك الظواهر الغامضة، والخبرة في الميدان التربوي مصدر مهم لاختيار مشكلة بحثية، فالنظرة الناقدة للوسط التربوي بعناصره المتعددة وأشكال التفاعل بين هذه العناصر مصدر غني لكثير من الأسئلة التي تحتاج إلى إجابات مبنيَّة على أساس قوي وموثوق من المعرفة.

2- **القراءة الناقدة التحليلية**: أن القراءة الناقدة لما تحتويه الكتب والدوريات وغيرها من المراجع من أفكار ونظريات قد تثير في ذهن الباحث عدة تساؤلات حول صدق هذه الأفكار، وتلك التساؤلات تدفعه إلى الرغبة في التحقق من تلك الأفكار أو النظريات؛ وبالتالي فإنه قد يقوم بإجراء دراسة أو بحث حول فكرة أو نظرية يشكُّ في صحتها.

3- **الدراسات والبحوث السابقة**: حيث أن البحوثَ والدراساتِ العلمية متشابكة ويكمل بعضها البعض الآخر؛ ومن هنا قد يبدأ أحد الباحثين دراسته من حيث انتهت دراسة لغيره، وكثيراً ما نجد في خواتيم الدراسات إشارات إلى ميادين تستحق الدراسة والبحث ولم يتمكن صاحب الدراسة من القيام بها لضيق الوقت أو لعدم توفّر الإمكانات أو أنها تخرج به عن موضوع دراسته الذي حدَّدَه في فصولها الإجرائية، فلفت النظر إلى ضرورة إجراء دراسات متممة، ومن هنا قد يكون ذلك منبعاً لمشكلات بحثية أخرى لباحثين آخرين.

4- **آراء الخبراء والمختصِّين**: فالباحث يرجع إلى من هو أعلمُ منه في مجاله مستشيراً ومستعيناً بخبرته، فالمشرف على دراسته الذي يكون في بادئ الأمر مرشداً، وأساتذة الجامعات، وغيرهم من الخبراء في ميادينهم ومجالاتهم وبخاصَّة أولئك الذين جرَّبوا البحث ومارسوه في إطار المنهج العلمي وبصروا بخطواته ومراحله ومناهجه وأدواته.

## صياغة مشكلة البحث

إن إحاطة الباحث بالمشكلة من جميع جوانبها يقود إلى التمكن من صياغة المشكلة وتوافر إمكانية بحثها، أي أن تحديد المشكلة مرتبط بمدى فهم الباحث لها، وقدرته على صياغتها بدقة إلى حد ما، وتمكنه من بناء الإطار المنهجي لبحثها ودراستها[1]. ويقوم الباحث بصياغة المشكلة صياغة دقيقة محددة، يتمكن من خلالها وضع المشكلة في قالب محدد، يسهل معه التعامل مع المشكلة ودراستها، أن هذا التحديد يساعد الباحث نفسه في المقام الأول على القيام بالخطوات اللازمة لإنجاز البحث بيسر وسهولة. فيما يأتي بعض الطرق لصياغة المشكلة[2]:

1- صياغة لفظية تقديرية.

2- صياغة على هيئة سؤال.

3- صياغة على هيئة فرض.

**أمثلة:**

- **صياغة لفظية تقديرية، مثل**: الصحافة السرية للأحزاب السياسية العراقية 1935–1958.
- **صياغة على هيئة سؤال، مثل**: ما مدى اعتماد النخبة الاكاديمية العراقية على القنوات الفضائية العراقية في وقت الأزمات؟.

---

(1) خليفة شحاته: مصدر سابق، ص72.

(2) أ.د عبد الرشيد بن عبد العزيز حافظ: أساسيات البحث العلمي، جدة، مطابع جامعة الملك عبد العزيز، 2012، ص7 – 17.

- **صياغة على هيئة فرض، مثل:** دور الصحف المستقلة في تشكيل اتجاهات القراء نحو الأداء الحكومي في العراق.

يمكن ملاحظة أن الصياغة الأولى تهدف إلى الاستطراد والاستكشاف، بينما تهدف الصياغة الثانية إلى الحصول على إجابة محددة، وتهدف الصياغة الثالثة إلى إثبات أو نفي وجود علاقة بين متغيرين.

ومن الأمثلة التي تذكر على مواصفات المشكلة البحثية مثلاً في المجال الإعلامي والتي روعي فيها أن تكون مقتبسة من الواقع العملي والدراسات الفعلية قدر الإمكان والتي يمكن للباحث أن يستخدم أحد الصياغات الثلاث فيها ما يأتي:

### 1- الصياغة اللفظية

هي الصياغة التي يستخدمها الباحث إذا كان موضوعه من الموضوعات العامة التي تحتاج إلى استكشاف، وجمع معلومات عامة، بمعنى لا توجد في ذهن الباحث أسئلة معينة يبحث عن إجابات لها، فهو يريد التوصل إلى أكبر قدر ممكن من المعلومات عن المشكلة.

**مثال:** الصحافة السرية للأحزاب السياسية العراقية 1935-1958.[1]

**صياغة مشكلة البحث:** يلاحظ في هذه الصياغة أنها صياغة عامة تلائم موضوعاً يسعى الباحث من خلال المعلومات التي يقوم بجمعها إلى اكتشاف حقائق تتعلق بصحافة الأحزاب السياسية في العراق المعاصر، للتعرف على واقع الصحافة السرية للأحزاب السياسية العراقية خلال العهد الملكي، وهي مدة معاصرة وحافلة بالأحداث وتتفرد بخصائص وسمات متميزة في تاريخ العراق والأمة العربية.

(1) د. سعد سلمان المشهداني: الصحافة السرية للأحزاب السياسية العراقية 1935 – 1958، بحث منشور في مجلة كلية الآداب بجامعة بغداد العدد (55) لسنة 2001، ص323 – 359.

### 2- صياغة على هيئة سؤال

يقوم الباحث بصياغة المشكلة على هيئة سؤال عندما تكون المشكلة واضحة، وهناك سؤال أو أكثر يرغب الباحث في معرفة الإجابة عليها.

**مثال:** ما مدى اعتماد النخبة الأكاديمية العراقية على القنوات الفضائية العراقية في وقت الأزمات؟[1]

**صياغة مشكلة البحث:** يلاحظ أن هذه الصياغة أكثر تحديداً من الصياغة اللفظية التقديرية، وتتضمن سؤالاً مباشراً يبحث الباحث عن إجابة له، يتوقع أن يحصل الباحث على إجابة محددة. ويهدف هذا البحث إلى التعرف على مدى اعتماد النخبة الاكاديمية على القنوات الفضائية العراقية خاصة وقت الأزمات من خلال طرح هذا الهدف على شكل السؤال الآتي: ما مدى اعتماد النخبة الأكاديمية العراقية على القنوات الفضائية العراقية وقت الأزمات؟ إلى أي مدى استطاعت تلك القنوات من خلال التغطية الإعلامية لحادث الاقتحام الإرهابي لمبنى مجلس محافظة صلاح الدين (العراق) يوم الثلاثاء 29/ 3/ 2011 جذب أفراد النخبة الأكاديمية إليه، في ظل وجود قنوات وشبكات محلية وإقليمية ودولية تتسابق على تحقيق تغطية إخبارية لتلك الحوادث.

### 3- صياغة على هيئة فرض

يقوم الباحث بصياغة المشكلة على هيئة فرض أو مجموعة من الفروض التي تلائم المشكلة التي يكون فيها متغيران أو أكثر يريد الباحث التعرف على العلاقة التي تربطهما، وتحديد شكل تلك العلاقة، وهل هي علاقة طردية أو عكسية.

---

(1) د. سعد سلمان المشهداني: مدى اعتماد النخبة الأكاديمية العراقية على القنوات الفضائية العراقية في وقت الأزمات، بحث منشور في كتاب وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، عمان، دار أسامة للطباعة والنشر والتوزيع، 2013، ص251 – 268.

**مثال:** دور الصحف المستقلة في تشكيل اتجاهات القراء نحو الأداء الحكومي في العراق[1].

**صياغة مشكلة البحث:** يفترض الباحث في هذا البحث أن هنالك علاقة بين اعتماد القارئ على الصحيفة المستقلة كإحدى مصادر المعلومات الخاصة بالأداء الحكومي في العراق، وتكوين اتجاهات سلبية لديه عند تقييم هذا الأداء، على أساس أن المعالجة الصحفية داخل الصحف المستقلة المتعلقة بأداء الأجهزة التنفيذية بالدولة تأخذ اتجاه الانحياز المضاد، لا سيما من خلال عنوان الخبر الرئيسي أو مانشيت الصحيفة. وفي إطار هذا الفرض يتحقق البحث من ثلاثة فروض فرعية أخرى تتعلق بتأثير ثلاثة متغيرات أخرى وسيطة تتدخل في تحديد هذه العلاقة وتتمثل هذه الفروض فيما يأتي:

1- تتأثر العلاقة بين قرّاء الصحف المستقلة وتكوين اتجاهات سلبية لدى القارئ حول الأداء الحكومي بدرجة اعتقاده في صحة المعلومات المنشورة داخل هذه الصحف.
2- لا تتأثر العلاقة بين قراء الصحف المستقلة وتكوين الاتجاهات السلبية لدى القارئ حول الأداء الحكومي بدرجة اعتقاده في صحة المعلومات المنشورة داخل هذه الصحف.
3- لا تتأثر العلاقة بين قراء الصحف المستقلة وتكوين اتجاهات لدى القارئ حول الأداء الحكومي بدرجة اعتقاده في توازن المعالجة الصحفية لمسألة الأداء الحكومي داخل هذه الصحف.

## اختيار عنوان البحث

يتصدر عنوان البحث أو المشكلة العرض المنهجي العام لمشروع البحث. ويشير العنوان إلى المشكلة العلمية وعناصرها ومتغيراتها، والعلاقات بين هذه العناصر أو المتغيرات ومجالات التطبيق في صياغة موجزة، قد تتفق مع تكوينها مع صياغة تحديد

(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، ص249-280.

المشكلة، أو تعتبر اختصاراً لها أيضاً، خصوصاً في الحالات التي يتم فيها صياغة المشكلة في عبارات تقريرية مطولة، أو أسئلة فرعية متعددة[1].

من الأخطاء الشائعة بين كثير من الباحثين، أن يبدأ الباحث بحثه بصياغة عنوان بلا فكرة مسبقة، ويترتب على ذلك أن يجبر نفسه على الإحساس بمشكلته البحثية وتأكيدها، ومن هنا فإن صياغة العنوان صياغة صحيحة تستلزم أن يبدأ الباحث بفكرة معينة، ثم يحدد كل المتغيرات في ضوء هذه الفكرة، ثم يصيغها في صورة معبرة وواضحة، وبذلك يأتي العنوان معبراً عن مضمون الفكرة والمتغيرات المرتبطة بها. ويقوم الباحث عادة باختيار موضوع بحثه بعد اطلاعه على الدراسات السابقة، ومن خلال خبرته الشخصية، فإذا اختار موضوع بحثه بناءً على ذلك، كان العنوان مرشداً وموجهاً لموضوع البحث. وقد يشعر الباحث بعد قراءة بعض الدراسات السابقة، أنه يميل إلى عنوان بعينه أكثر من غيره، أو أنه يحتاج إلى مزيد من البحث والدراسة، وقد يجذب انتباهه أكثر من عنوان، وفي هذه الحالة يقوم الباحث بعملية اختيار أكثر هذه العناوين مناسبة لمجال بحثه.

**ويتميز عنوان المشكلة العلمية بالاتي[2]:**

1- الإيجاز: حيث يتم صياغة العنوان في جملة أو عبارة واحدة ، تقدم رؤية شاملة لجوانب البحث وأبعاده.

2- الشمول: وفي نفس الوقت لا يؤثر الإيجاز على ضرورة ذكر عناصر المشكلة أو متغيراتها، والعلاقات بينها ومجال التطبيق.

**وهاتان السمتان تفرضان أن يتضمن العنوان ما يأتي:**

- عناصر المشكلة التي يقوم بدراستها أو المتغيرات الحاكمة فيها.

---

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص136.

(2) المصدر نفسه، ص 137-139. وكذلك ينظر: د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مصدر سابق، ص204-206.

- العلاقة بين هذه العناصر والمتغيرات التي يهدف الباحث إلى دراستها.
- الإطار البشري للبحث والذي يوضح مجتمع البحث أو مفرداته البشرية.
- الإطار الجغرافي للبحث والذي يوضح ميدان أو مكان التطبيق أو التجريب.
- الإطار الزمني خصوصاً في الدراسات التاريخية.
- الإطار الوثائقي الذي يوضح مجتمع البحث أو مفرداته من الوثائق ففي بحوث الصحافة تعد الصحف وصفحاتها الإطار الوثائقي للدراسة، وفي الراديو والتلفزيون تعد تسجيلات البرامج كذلك.

3- ترتيب بناء العنوان طبقاً للقواعد اللغوية والمنهجية معاً: فلا يجوز تأخير العناصر أو المتغيرات الفاعلة عن غيرها، أو تقديم مجال التطبيق عن بناء العلاقة بين العناصر.

4- تجنب الغموض في بناء العنوان: والأسباب التي تؤدي إلى هذا الغموض مثل الأسباب المرتبطة باللغة كالتقديم والتأخير أو استخدام المبني للمجهول، أو استخدام الكلمات والألفاظ الإنشائية، أو التعقيدات اللفظية أو الكلمات المهجورة على سبيل المثال.

5- تجنب التحيز في بناء العلاقات أو تقرير النتائج بشكل نهائي فيها: حيث أن العنوان يشير إلى منهج العمل والأهداف أكثر منه إشارة إلى النتائج أو التعميمات.

6- مراعاة الجوانب الأخلاقية والضوابط الاجتماعية في اختيار الكلمات أو بناء العبارات.

7- الفصل في بناء العنوان بين ما يشير إلى العلاقات أو يشير إلى الأداء أو المجالات.

8- تخليص العنوان من الإشارات الزائدة التي توضح المعنى أو الأسلوب أو استخدام الأدوات أو العينات: مثل أوصاف دراسة ميدانية أو تحليلية أو مقارنة لان مهارة بناء العنوان تظهر في توضيح هذه الأمور دون الحاجة إلى الإشارة إليها صراحة.

# الفصل الثالث

## صياغة الفروض ونظام العينات

**ويشتمل هذا الفصل على النقاط الآتية:**

- التعريف بالفروض والتساؤلات البحثية
- صياغة الفروض
- العينات في البحوث الإعلامية
- انواع العينات وطرق اختيارها
- مصطلحات ومفاهيم البحث
- توظيف النظريات في البحوث الإعلامية