الفصل الثالث

صياغة الفروض ونظام العينات

التعريف بالفروض والتساؤلات البحثية

الفروض Hypotheses هي توقعات أو تخمينات ذكية يقدمها الباحث ويعتقد أنها تمثل حلولاً للمشكلة، ولا يصوغها الباحث من محض خياله، إنما في ضوء خبراته وقراءاته واطلاعه على الدراسات والتجارب السابقة. كما يمكن استنباط فروض الدراسة من نظريات علمية معينة للتأكد من مدى صحتها وفقاً لمحددات دراسة معينة لتدعيم صحة هذه النظرية أو تفنيدها.

وتعرف الفروض أيضاً بأنها: إجابة مؤقتة عن الأسئلة البحثية التي تطرحها مشكلة الدراسة، وتتم صياغتها في شكل علاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، أو هي توقعات خاصة للباحث يتصورها من خلال المتغيرات الخاصة بمشكلة البحث. ومن الخصائص التي يتميز بها الفرض العلمي أنه يحدد أولاً المتغيرات التي ستتمحور حولها الدراسة، ويشير ثانياً إلى النتائج المتوقع الوصول إليها، وأخيراً هو بمثابة محاولة لتفسير ظاهرة معينة تستدعي اختباراً للتثبت من صدقها. وتوضع الفروض بعد تحديد مشكلة البحث أو الظاهرة المراد دراستها، وبعد الدراسات السابقة والتعليق عليها؛ لأنها في الأساس معتمدة

عليها، وعلى نتائجها، ومستمدة منها وتتم صياغة الفروض بغرض اختبارها، وهي مرشحة للقبول أو الرفض على حدٍّ سواء، ومن ثَم فإنه ليس من الضروري أن تكون جميع الفروض صحيحة وهناك دراسات تتكون من فرض رئيس ودراسات أخرى لها أكثر من فرض، ومن الأفضل أن يستخدم الباحث عدة فروض. وتختلف الإجراءات والتصميم المستخدم والأدوات والمعالجة الإحصائية من فرض إلى فرض، وأحيانًا في الفرض الواحد. ويمكن أن تفسر الفروض - بصورة تقريبية - أنماطًا سلوكية محددة، ترتبط بظاهرة ما، أو حدث ما، أو واقعة أو مشكلة تامة حدثت يتم التفسير عنها، ويتوقع الباحث أنها سوف تحدث في المستقبل.

ويمكن تعريف الفرض العلمي بأنه: تعميم أو حكم أولي عن العلاقة بين المتغيرات الواردة في البحث. والفروض العلمية هي جوهر العملية البحثية كلها، وقد يؤدي اختبار الفروض إلى إثبات صحتها أو العكس أو إثبات صحة جزء منها وإثبات عدم صحة بقيتها، ونتيجة اختبار فرض أو فروض البحث هي نتيجة البحث ذاته[1]. وتكمن أهمية الفرضيات في عملية البحث العلمي في الفوائد التي تحققها للباحث والبحث العلمي على حد سواء وأهم هذه الفوائد[2]:

1- تحديد مسار عملية البحث العلمي.

2- تساهم في تحديد المناهج والأساليب البحثية الملائمة لموضوع الدراسة.

3- تزيد من قدرة الباحث على فهم المشكلة أو الظاهرة المدروسة من خلال تفسير العلاقات بين المتغيرات والعناصر المختلفة.

4- تساعد في الوصول إلى فرضيات جديدة وقوانين جديدة تعمل جميعها على تراكم المعرفة وتسرع وتيرة البحث.

---

(1) د. راسم محمد الجمال: مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999، ص46.

(2) د. ربحي مصطفى وعثمان محمد غنيم: مناهج وأساليب البحث العلمي، مصدر سابق، ص71.

شروط صياغة الفروض:

هناك مجموعة من الشروط والضوابط التي يجب مراعاتها؛ حتى تكون الفروض قائمة على أسس صحيحة، وهي:

1- أن يتوقع الباحث أن تعطي فروضه حلاً فعليّاً للمشكلة التي يدرسها.
2- الوضوح والإيجاز: بمعنى أن تكون العبارات التي تصاغ فيها الفروض واضحة ومختصرة، وموجزة توحي بوجود علاقة بين المتغيرات.
3- القابلية للاختبار بمعنى إلا تكون ذات عمومية بطريقة يستحيل التحقق منها.
4- أن تعرف المصطلحات التي تتضمنها الفروض إجرائيًّا بألفاظ تجعلها قابلة للقياس.
5- أن تكون صياغة الفروض خالية من التناقض، وألا تكون منافية لوقائع علمية مُتفق عليها، وأن تكون متسقة مع نتائج البحوث الأخرى التي سبقتها في مجالها.
6- أن تكون خالية من الأحكام ذات الصلة بالقيم، وألا تتناول العقائد، فالعقائد لا تخضع للتحقق.

ومن المصادر التي تساعد الباحث على وضع الفروض الخبرة المتخصصة للباحث واطلاعه وقراءاته في النظريات والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع دراسته. كذلك فإن الخيال العلمي للباحث، وقدرته على الربط المنطقي بين خياله والواقع، وهذا ما يسمى بالقدرة الإبداعية؛ لأنه ينطلق من ملاحظة وتجربة سابقة، فضلاً عن المصادر البيئية مثل المجتمع والمحيط الذي يعيش فيه الباحث.

ويقسم الباحثون الفروض إلى فروض بحثية وفروض إحصائية. وتُصاغ الفروض البحثية بطريقة إثباتية تقريرية في صورة جمل قصيرة وبسيطة، يعبر من خلالها الباحث عن تفسيره لظاهرة، أو استنتاجه علاقة سببية أو ارتباطية معينة، وتنقسم إلى فروض موجهة أو مباشرة، وفروض غير موجهة أو غير مباشرة، ويقوم تبني الفروض البحثية على أساس دليل أو برهان أو حقائق علمية، يظهر من خلال الإطار النظري والدراسات السابقة للموضوع. أما الفروض الإحصائية، فتصاغ في صورة رياضية لذلك التفسير أو الاستنتاج، يتم اختبارها من خلال الاختبارات الإحصائية المختلفة والفروض الإحصائية عبارة عن

جملة أو عدد من الجمل تعد باستخدام بعض النماذج الإحصائية ذات العلاقة ببعض خصائص مجتمع البحث، والتي تستخدم من أجل تأكيد العلاقات أو السببية أو الارتباط بين المتغيرات، والتي يسهُل اختبارها إحصائيًّا على شكل فرض صفري أو فرض بديل، وبالتالي قبول أو رفض الفرض الإحصائي.

ويعد اختبار الفروض محور البحث، ولكي يختبر الباحث فرضاً، فإن عليه أن يحدد العينة، ثم يحدد ما هي أدوات القياس المستخدمة، والإجراءات التي سوف يستخدمها؛ حتى يتمكن من جمع البيانات الضرورية، وبعد الانتهاء من جمع البيانات يجب عليه تحليل تلك البيانات التي جمعها على نحو يُتيح له أن يحدد صدق ذلك الفرض، باستخدام معالجات إحصائية معينة؛ ليُبرهن على صحة الفرض، أو عدم صحته.

التساؤلات البحثية:

التساؤلات في البحث العلمي هي ترجمة مفصلة لأهداف الدراسة، وأية دراسة لها هدف رئيس ينبثق منه عدة أهداف فرعية، ولكى تتحقق هذه الأهداف فلا بد من ترجمتها إلى تساؤلات أو فروض. ويرى بعض الباحثين أنه طالما أن تساؤلات البحث هي أهدافه، حيث يغطى كل تساؤل هدفاً معيناً، فإنه لا داعي لذكر الأهداف، لكن البعض الآخر يرى أنه لا مشكلة هناك في ذكر التساؤلات والأهداف، حتى ولو كان هناك تكراراً.

والتساؤلات هي أسئلة استفهامية تلي السؤال الرئيس مباشرة، ويضعها الباحث ليشير من خلالها إلى النتائج المتوقعة في البحث على مستوى كل محور من محاور الدراسة عن طريق ربط كل تساؤل بمحور معين، و يكون عددها غير محدد. وتستخدم التساؤلات عادة في مرحلة الماجستير أما في مرحلة الدكتوراه، فلا يكتفي بعمل تساؤلات فحسب، بل يتم في الغالب الأعم اللجوء إلى صياغة الفروض البحثية. وتستهدف التساؤلات الإجابة على عدد من الأسئلة فقط مثل: (من، ماذا، كيف، ولماذا) بغرض وصف الواقع دون أن تتجاوز هذا الوصف إلى بناء علاقات بينها أو اختبار هذه العلاقات ويجب أن تكون التساؤلات محددة وعميقة، ولا تكون الإجابة معلومة عنها مسبقا. ولا بد أن تتسم أيضا بدقة الصياغة ووضوح المعنى، وتترجم ما تتضمنه المشكلة البحثية.

أهداف التساؤلات:

تفيد التساؤلات في تحديد المحاور الأساسية للدراسة، وعدم خروج هذه المحاور عن هذه التساؤلات، كما تفيد أيضا في ربط عملية التحليل بالأهداف المبتغاة من البحث. ويكتفي الباحث بوضع عدد مناسب من التساؤلات لبحثه أو دراسته إذا كانت الدراسة تمثل نقطة انطلاق لأحد المجالات البحثية الجديدة وعدم توفر القدر الكافي من البحوث والدراسات السابقة، أو إذا كانت تتعلق بدراسة إحدى الظواهر الإعلامية الجديدة.

صياغة التساؤلات:

تصاغ التساؤلات في شكل استفهامي يطرح فيه الباحث ما يتوقعه من نتائج على مستوى المحور المقصود. مثال ذلك: ما هي اتجاهات المقال الافتتاحي في مجلتي نرجس ونون النسوية بعد 9/ 4/ 2003؟ وما هي القضايا والموضوعات التي ركز عليها المقال الافتتاحي في المجلتين المذكورتين؟

الفرق بين الفروض و التساؤلات:

تستخدم التساؤلات غالباً في الدراسات الوصفية الاستطلاعية التي تسعى إلى التعرف على خصائص الجمهور من خلال الواقع دون تجاوز هذا الوصف إلى بناء علاقات واختبارها، ويكون هذا غالبا في التخصصات التي لا تحتوي على تراكم معرفي كبير. أما الفروض فتصاغ في الدراسات التجريبية التي تستهدف وصف أو اختبار العلاقات السببية. ويمكن القول بمعنى آخر أن الفروض هي أجوبة افتراضية مبدئية مقترحة ومؤقتة تحتاج إلى إثبات، وهي علاقة بين متغيرات، ويحاول الباحث اختبار مدى صحة وجود هذه العلاقة.أما التساؤلات فهي أسئلة تحتاج إلى إجابة لوصف الواقع، تصاغ في شكل استفهامي، وتضم متغيرا واحدا فقط. ويتوقف الخيار بين صياغة الفروض العلمية وطرح التساؤلات على عدد من الاعتبارات هي:

1- طبيعة المشكلة أو الظاهرة البحثية وأهدافها.

2- تعدد المتغيرات الحاكمة في المشكلة أو الظاهرة البحثية.

3- وفرة البيانات والحقائق وكفاية الإطار النظري.

أمثلة للتساؤلات:

في دراسة بعنوان: (استخدامات المرأة العربية للمسلسلات التركية والإشباعات المتحققة) كانت التساؤلات على النحو الآتي:

- ما أسباب مشاهدة عينة الدراسة للمسلسلات التركية؟
- ما أكثر القنوات التليفزيونية التي تشاهد فيها؟
- ما أكثر أنواع المسلسلات التركية التي تفضل عينة الدراسة مشاهداتها؟
- ما مدى موافقة عينة الدراسة على مشاهدة أبنائها للمسلسلات التركية؟
- مع من تفضل عينة الدراسة مشاهدة المسلسلات التركية؟
- ما مدى استفادة عينة الدراسة من مشاهدة المسلسلات التركية؟
- ما مثالب مشاهدة المسلسلات التركية على المراهقين والمراهقات؟

صياغة الفروض

يشكل الفرض الجوهر الأساس الذي يعطي البحث قيمته العلمية ، وقد يعد الفرض أساس البحث ، والفروض هي: (تعاميم مبدئية تظل صحتها أو صدقها موضع اختبار، وفي ضوء النتائج وتحليل المضمون يعتمد على الفروض التي تظهر في ضوء قضايا هامة في واقع مشكلة البحث)[1].

وتأتي خطوة صياغة الفروض بعد وضع العنوان، وتحديد مشكلة البحث، كخطوة ثالثة من خطوات إعداد البحث العلمي، إذ يتم وضع الفروض بناءً على مشكلة البحث المراد إيجاد الحلول لها. هل هي فرضية واحدة رئيسة وشاملة لموضوع البحث أم عدة فرضيات، وتعبر الفروض عادة عن المسببات والأبعاد التي أدت إلى المشكلة.

(1) د. هاشم السامرائي: المدخل في تحليل المضمون، مجلة بحوث، بغداد: المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، العدد (28)، 1989، ص 8.

ويعمد الباحث إلى بناء فروض قابلة للقياس تتناسب مع منطق البحث والغرض منه، أي (رسم سلوك المتغيرات بصورة مفردة وكلية في ضوء منطق المشكلة ونتائج الدراسات السابقة لان الفرض هو: عبارة أو قضية تحمل تفسيراً مبدئياً أو حلاً مقترحاً لمشكلة أو موضوع أو حدث أو ظاهرة) [1].

وبناءً على تقدم يمكن القول أن الفروض هي النتائج المسبقة التي يأخذ بها الباحث أو يتوقعها بهدف الوصول بإجراءات البحث لإثبات منطقها لتصبح نظرية ثم قانوناً أو في سبيل ادحاضها، وهي توضح العلاقة السببية بين المتغير المستقل والمتغير التابع. ومثال ذلك بحث صورة إسرائيل في صحيفة الأهرام المصرية أبان انتفاضة الأقصى في فلسطين عن طريق تحليل مضمون المقال الافتتاحي في الأهرام للمدتين من (1 نيسان 2000 لغاية 28 أيلول 2000). **وتمكنت الباحثة من تحقيق أهداف البحث عن طريق اختبار الفروض الآتية**[2]:

- **الفرض الأول**: هناك علاقة ارتباطية بين صورة السياسة الإسرائيلية وفهم تطورات التسوية السلمية على المسارات العربية بعامة، وعلى المسار الفلسطيني بخاصة كما تعكسها صحيفة الأهرام.
- **الفرض الثاني**: ارتباط صورة إسرائيل بقضية الممارسات التعسفية ضد العرب بعامة والفلسطينيين بخاصة كما تعكسها صحيفة الأهرام.
- **الفرض الثالث**: توجد علاقة ارتباطية بين صورة إسرائيل وعلاقاتها الإقليمية والدولية وقراراتها على صعيد المنطقة، وعلى الصعيد الدولي كما تظهر في صحيفة الأهرام.

---

(1) د. حميد جاعد: أساسيات البحث المنهجي، بغداد، شركة الحضارة للطباعة والنشر، 2004، ص 45-46.

(2) زينة عبد الستار مجيد الصفار: صورة اسرائيل في صحيفة الاهرام المصرية إبان انتفاضة الاقصى في فلسطين، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام 2004، ص254 - 255.

- **الفرض الرابع**: ارتباط صورة السياسة الإسرائيلية في المدة الثانية بعد انتفاضة الأقصى بتجميد عملية السلام على المسارات غير الفلسطينية أو إغلاق الملفات على المسار السوري واللبناني كما تعكسها صحيفة الأهرام.
- **الفرض الخامس**: توجد علاقة ارتباطية بين عامل الانتفاضة وبين تحويل الصورة الإسرائيلية إلى صورة أكثر قتامة وسلبية وعدوانية كما تظهرها صحيفة الأهرام.
- **الفرض السادس**: هناك علاقة ارتباطية بين صورة إسرائيل ودور القوى والتكتلات داخل إسرائيل وحقيقة الأوضاع الداخلية الإسرائيلية التي ترسم إستراتيجيتها على مسار الصراع أو السلام مع العرب وكما تعكسها صحيفة الأهرام.
- **الفرض السابع**: استطاعت صحيفة الأهرام عبر خطابها الإعلامي أن تقدم الصورة الحقيقية العدوانية لإسرائيل ضد العرب والحلول السلمية.

ومثال صياغة الفروض في بحث آخر يذكر البحث المتعلق الإعلانات عبر شبكة الانترنت أساليبها ودورها في تنمية السلوك الشرائي لدى الشباب العراقي **نجد أن الباحث في هذه الأطروحة قد ركز على اختبار الفروض الآتية في تحقيق أهداف البحث وهي**[1]:

- **الفرض الأول**: يختلف دور الأساليب المستخدمة في الإعلانات المبثوثة عبر شبكة الانترنت في جذب انتباه المستخدم باختلاف الأسلوب الإعلاني المستخدم.
- **الفرض الثاني**: يختلف الأسلوب الإعلاني ألأكثر جذباً للانتباه باختلاف طبيعة السلعة المعلن عنها.
- **الفرض الثالث**: إن تعرض الشباب العراقي لأساليب الإعلانات المبثوثة عن طريق الانترنت له دوراً يساهم في اختصار مراحل سلوكهم الشرائي.

(1) فاضل عباس خليل: الإعلانات عبر شبكة الانترنت أساليبها ودورها في تنميَّة السلوك الشرائي لدى الشباب العراقي، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام 2006، ص27.

وتنبثق عن هذا الفرض الفروض الفرعية الآتية:

1- وجود علاقة ارتباطية موجبة بين التعرض لأساليب الإعلانات المبثوثة عن طريق شبكة الانترنت واكتشاف الحاجة للمنتج.

2- وجود علاقة ارتباطية موجبة بين التعرض لأساليب الإعلانات المبثوثة عن طريق شبكة الانترنت وجمع المعلومات.

3- وجود علاقة ارتباطية موجبة بين التعرض لأساليب الإعلانات المبثوثة عن طريق شبكة الانترنت وتقييم البدائل.

4- وجود علاقة ارتباطية موجبة بين التعرض لأساليب الإعلانات المبثوثة عن طريق شبكة الانترنت واتخاذ قرار الشراء.

5- وجود علاقة ارتباطية موجبة بين التعرض لأساليب الإعلانات المبثوثة عن طريق شبكة الانترنت وشعور ما بعد الشراء.

مكونات الفرضية:

تشتمل الفروض على متغيرين أساسيين هما: المتغير المستقل والمتغير التابع، فالمتغير التابع هو المتأثر بالمتغير المستقل.فعلى سبيل المثال يتأثر التحصيل الدراسي في المدرسة الثانوية بشكل كبير بالتدريس الخصوصي خارج المدرسة. ففي هذا المثال يمكن اعتبار المتغير المستقل (التدريس الخصوصي). والمتغير التابع (التحصيل الدراسي) المتأثر بالتدريس الخصوصي.

سمات و شروط صياغة الفروض:

1- معقولية الفرضية وانسجامها مع الحقائق العلمية وأن لا تكون خيالية أو متناقضة معها.

2- صياغة الفرضية بشكل دقيق ومحدود قابل للاختبار وللتحقق من صحتها.

3- قدرة الفرضية على تفسير الظاهرة وتقديم حل المشكلة.

4- أن تتسم الفرضية بالإيجاز والوضوح في الصياغة والبساطة والابتعاد عن العمومية أو التعقيدات واستخدام ألفاظ سهلة حتى يسهل فهمها.

5- أن تكون بعيده عن احتمالات التمييز الشخصي للباحث.

6- قد تكون هناك فرضية واحدة رئيسة للبحث أو قد تمد الباحث على مبدأ الفروض المتعددة (عدد محدود) على أن تكون غير متناقضة أو مكملة لبعضها البعض.

7- أن تكون للفرضيات الموضوعة علاقة بمشكلة البحث بحيث يحمل إجابة محتملة لمعالجة مشكلة البحث حيث يدور الفرض حول مشكلة البحث وليس غيرها.

ومن مصادر صياغة الفروض نجد ما يأتي:

1- الحدس والتخمين: أن الحدس ظاهرة طبيعية تحدث أو حدثت مع كل منا، فالفروض القائمة على الحدس يصعب ربطها بإطار عام يشملها، فالفكرة التي يتوصل إليها الباحث عن طريق الحدس قد تكون هي الحل الصحيح للمشكلة البحث، أو تساعد في التوصل إلى إدراك العلاقات بين الأشياء وفهمها.

2- الملاحظة والتجارب الشخصية: بحيث يعتمد الباحث على ملاحظاته الشخصية وتجاربه وخبراته في وضع فرضيات محددة.

3- الاستنباط من نظريات علمية: يطلع الباحث على النظريات العلمية في هذا المجال ويدرس أجزاءها وبناءً على ذلك يضع فرضياته.

4- المنطق:قد تبنى الفرضية على أساس المنطق وحكم العقل الذي يبررها، وتتم صياغة الفرضية بما يتفق مع المنطق.

وعند صياغة الفروض يمكن أن يكون للبحث فرضية واحدة رئيسة، أو عدة فرضيات ويشترط فيها أن تغطي كل الجوانب التي يعنيها البحث. ويمكن أن تصاغ النظرية بالإثبات أو النفي ولا تكون لنفس الموضوع بالنفي والإثبات. ولا يستحسن أن تكون الفرضية طويلة أو معقدة بحيث يصعب التعرف على متغيري الفرضية (المتغير المستقل والمتغير التابع).

وعلى الباحث عند صياغة الفروض التأكد من تأثير المتغير المستقل على التابع.وتعد المعرفة والخبرة الجيدة في صياغة الفرضية من المتطلبات الأساسية لصياغة الفرضية، إذ لا

مجال للتفسير العشوائي أو الاعتباطي. وبعد التأكد من صحة الفرضية قد تتحول فيما بعد إلى حقيقة ونظرية.

العينات في البحوث الإعلامية

العينات Samples:

العينة هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجياً، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة. ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع.

المفردة Item:

هي الوحدة في هذه العينة والتي قد تكون الطالب أو الطالبة من بين الطلاب، أو اليوم في الأسبوع الدراسي، أو الفرد من جمهور المشاهدين للبرامج التعليمية، أو مستخدمي أجهزة الكومبيوتر. ويختار الباحث المفردة من إطار العينة ويشكل مجموع هذه المفردات حجم العينة الذي يتم تحديده عادة بنسبة من مجتمع البحث، وكلما زاد عدد مفردات العينة وارتفعت نسبة هذا العدد (حجم العينة) كلما كانت أكثر تمثيلاً لمجتمع البحث[1].

ويتوقف تحديد حجم العينة على عدد من الاعتبارات التي تؤثر في هذا القرار، من هذه الاعتبارات ما يأتي[2]:

1- قدر التجانس بين مفردات المجتمع في الخصائص أو السمات، فكلما زادت درجة التجانس بين مفردات المجتمع أمكن اختيار عدد أقل من المفردات لبناء العينة.

---

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مصدر سابق، ص278.

(2) المصدر نفسه: ص278 – 279.

2- التوزيع الجغرافي للمفردات وهو ما يعكس تشتتها وانتشارها، وذلك انه كلما زاد انتشار المفردات أو كانت موزعة على مناطق جغرافية متباعدة كلما تطلب الأمر زيادة حجم العينة.

3- كفاية المعلومات التي يوفرها إطار العينة لاختيار المفردات، فكلما كان إطار العينة شاملاً كاملاً يلبي حاجة البحث، يمكن اختيار عينة أقل حجماً بينما يجب زيادة الحجم في حالة غياب بعض المعلومات أو البيانات أو عدم استخدام أطر للعينة تلبي حاجات الأخيار وشروطه.

4- عدد الفئات التي سوف يتم دراستها والتغيرات التي يتم وصف المجتمع من خلالها. واختيار العينة من فئة واحدة هي فئة الطلاب تقل في حجمها عن عينة أخرى يتم توزيع الطلبة والطالبات على أساسها مثل التخصصات الأكاديمية، أو الفرق الدراسية.

أنواع العينـات وطرق اختيارها:

يتفق الخبراء على تقسيم العينات إلى أنواع رئيسة تبعاً لتدخل الباحث في اختيار الطريقة والمفردات وخضوعها بالتالي لقوانين الاحتمالات، أو عدم خضوعها لهذه القوانين، حيث تتأثر في الحالة الأخيرة بتدخل العامل الشخصي في الاختيار. ولذلك نجد هناك تصنيفاً للعينات على أساس أنها احتمالية أو عشوائية حيث لا يتدخل الباحث في اختيارها، ولكنها تختار بطريقة عشوائية. أو أنها غير احتمالية أو عمدية حيث يسمح بتدخل العامل الشخصي في الاختيار. وباستعادة طرق اختيار العينات تطبيقياً نجد أن الباحث يقدم وصفاً للعينة المختارة من خلال العنصرين معاً. فالباحث عادة يختار العينة الطبقية على سبيل المثال، ثم يختار المفردات بعد ذلك من بين الفئات بالطريقة العشوائية أو المنتظمة. لان تمثيل العينة لخصائص المجتمع تفرض عليه اختياراً من بين الأنواع ثم يفرض اختيار الحجم اختياراً مكملاً للأول. ولذلك نعرض أنواع العينات التي توفر الشكل المناسب الذي يحقق تمثيل العينة لخصائص المجتمع وكما يأتي:

العينة الطبقية Stratified Sample:

وتعد من أكثر الطرق شيوعاً في الدراسات التربوية وبصفة خاصة الطلاب في المؤسسات التعليمية حيث توفر هذه الطريقة التمثيل النسبي لخصائص المجتمع التي تعتبر مطلباً في الدراسة. وتمثيل العينة للمجتمع يفرض على الباحث الوقوف على نسبة تمثيل هذه الفئات في مجتمع البحث، لتحديد عدد المفردات من كل فئة في العينة بنفس النسبة. فإذا كانت نسبة الذكور إلى الإناث في المجتمع تعادل 55٪: 45٪ وكانت العينة قوامها 1000 مفردة فإن الباحث يجب أن يحدد عدد الذكور في العينة 550 مفردة والإناث 450 مفردة.

العينة الحصصية Quota samples:

نظراً لأنه قد تكون هناك صعوبة في الحصول على التمثيل النسبي للطبقات أو الفئات في مجتمع البحث، لعدم كفاية أطر البيانات أو تقادمها، أو غياب المصادر الأصلية لها أساساً أو زيادة الوقت والجهد في الحصول على البيانات الخاصة بالفئات. في هذه الحالة يلجأ الباحث إلى تحديد عدد المفردات لكل فئة في العينة بناء على تقديراته وأحكامه الذاتية أو بناءً على خبرات سابقة. وفي هذه الحالة يحدد الباحث المتغيرات والفئات التي يدرسها ثم يختار عدداً من المفردات يمثل كل فئة في العينة دون الحاجة لنسبة تمثيلها في المجتمع بحيث تكون حصة كل فئة هي الرقم الذي حدده الباحث. فإذا لم يكن لديه إحصاءات لنسب تمثيل الفئات في المجتمع فإنه قد يختار أن يوزع العينة بالتساوي بين الذكور والإناث 500 ذكور / 500 إناث وقد يرى نسبة أخرى (حصة) لفئات تخصص المعلمين مثلا: معلمي العلوم 50٪ ومعلمي الآداب 25٪ المعلم النوعي 25٪ ويقسم نسبة منها بين الإناث والذكور بنسبة 50٪. وعلى الرغم من وجود الفئات داخل بناء العينة إلا أن غياب مستوى تمثيلها، يجعل العينة غير ممثلة وبالتالي يصعب التعميم من خلال نتائج دراستها. ولذلك لا ينصح باستخدامها إلا في حالات صعوبة اختيار بديل آخر مثل العينة الطبقية أو مبرر قوي لاختيارها. ولكن في جميع الأحوال يظل الحذر من التعميم من أهم عيوب هذا النوع.

عينة التجمعات Clusters Sample:

يعتبر التمثيل الجغرافي ضرورة في كثير من البحوث لأغراض المقارنة مثل دراسة استخدام الطلاب لوسائل الإعلام بين أقاليم مختلفة أو ثقافات متباينة، ومن خلال التقسيم الطبقي أيضاً داخل الأقاليم أو المدن أو المحافظات. ويشكل اختيار العينة في هذه الحالة صعوبة في تحديدها من بين كل المدن أو القرى التي تنتمي للإقليم أو المحافظة. على أساس عدد من المفردات في كل مدينة أو كل قرية فيها. ولذلك يكتفي الباحث باختيار تجمع واحد داخل الإقليم أو المحافظة يمثلها ويختار من هذا التجمع مفردات العينة التي سوف يتعامل معها الباحث؛ ولذلك تسمى أيضاً العينة المساحية حيث يتم تقسيم المجتمع إلى مساحات أو أقاليم أو مناطق أو قطاعات جغرافية، ثم يختار من كل منها تجمعاً يختار من بينه مفردات العينة[1]. ونظراً لهذا التدريج في الاختيار (محافظة/ قضاء/ ناحية/ قرية/ مفردات) فإنه يطلق عليها العينة العنقودية.

العينة العمدية purposive sample :

يختار الباحث المفردات في هذه العينة بطريقة عمدية طبقاً لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث. مثل دراسة آراء واتجاهات أعضاء هيئة التدريس المتخصصين أو معدي البرامج التعليمية أو البرامج التعليمية في القنوات الفضائية أو نظام التعليم عن بعد في جامعة القاهرة[2].

العينات العشوائية البسيطة Simple random sample :

يتم اختيار المفردات عشوائياً من بين قوائم إطار أو أطر العينة. وبذلك تعطى لجميع المفردات فرصاً متساوية في الاختيار. هذا النوع من العينات يعني تكافؤ الفرص لجميع عناصر المجتمع لتكون أحد مفردات العينة، ويتم اختيارها أما باستخدام القرعة، أو

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مصدر سابق، ص288.

(2) المصدر نفسه، ص289.

جداول الأرقام العشوائية، ويتطلب استخدام هذه الطريقة ضرورة حصر ومعرفة كامل العناصر التي يتكون منها مجتمع الدراسة، وبذلك تكون فرصة الظهور لكل عنصر معروفة ومحددة مسبقاً. ويصعب تطبيق هذه الطريقة في المجتمعات الدراسية المتناثرة أو المتباعدة أو الكبيرة من حيث العدد، وهي أفضل أنواع العينات أن أمكن تطبيقها[1].

العينة المنتظمة Systematic Sample:

يحاول الباحث في هذا النوع من العينات تجنب خطأ الصدفة، أو خطأ العشوائية الذي يترتب عليه زيادة احتمالات التحيز، أو الميل نحو اختيار كم أكبر من خصائص، أو سمات معينة. فقد يميل الاختيار في معظمه إلى ربع القائمة الأول أو الأخير وهو ما يعكس سمات معينة للمجتمع على سبيل المثال. ولذلك يتم استخدام العينة المنتظمة لضمان ثبات توزيع الاختيار على إطار العينة كله من البداية إلى النهاية. فإذا كان مجموع مفردات مجتمع البحث 100.000 مفردة ومجموع مفردات عينة البحث 500 مفردة فيحسب مجال العينة بقسمة مفردات المجتمع على مجموع مفردات العينة.

$$\text{مجال العينة} = \frac{100.000}{500} = 200 \text{ مفردة}$$

وهذا يعني اختيار مفردة من بين كل 200 مفردة على التوالي، فالمفردة الأولى يتم اختيارها من الـ 200 الثانية وهكذا حتى الـ 200 رقم 500. فإذا اختار الباحث المفردة رقم 2 من المجال الأول، فالمفردة الثانية ستكون رقم 202 والثالثة 402 والرابعة 602..... والأخيرة 99.802 [2].

(1) المصدر نفسه، ص290 – 291.

(2) المصدر نفسه، ص292.

العينة العشوائية المنتظمة العينات العشوائية البسيطة

Systematic Random Sample

يتجنب الباحث في هذا النوع التحيز الناتج عن الاختيار العمدي للمفردة الأولى، ولذلك يختار المفردة الأولى بشكل عشوائي من بين مجال الاختيار الأول، ثم تترك مسافة الاختيار بما يعادل المجال بين كل مفردة والتي يليها. فإذا كان مجال الاختيار في المثال السابق هو 200 مفردة فنختار مفردة من بين الـ 200 مفردة الأولى بشكل عشوائي. ويختار الرقم التالي بما يعادل رقم المفردة الأولى مضافاً إليه مسافة الاختيار التي تعادل مجال اختيار العينة. فإذا اختيرت المفردة الأولى بشكل عشوائي وكانت رقم 115 فالمفردة الثانية ستكون رقم 315 والثالثة 515.... وهكذا وتكون المفردة الأخيرة رقم 99.915[2].

مثال: يريد عميد كلية الآداب أن يعرف رأي طلبة قسم الإعلام في مستوى تدريس أحد أساتذة القسم. فإذا كان عدد طلبة القسم 1000 طالب، وحجم العينة المطلوبة يساوي 200 طالب. وللحصول على العينة بسرعة، يختار من كل 1000 مقسوماً على 200 ويساوي 50 طالب.

$$\text{مجال العينة} = \frac{1000}{200} = 50 \text{ مفردة}$$

فمن أول خمسين طالباً في قوائم الطلبة، يختار طالباً عشوائياً، وليكن رقم 39. وعليه فإن العينة هي أرقام الأشخاص الموجودين في قوائم الطلبة: 39 ، 89 ، 139 ، ... ، 9989.

ومن أهم أنواع العينات التي تستخدم في البحوث والدراسات الإعلامية ما يأتي[1]:

1- العينة الطبقية Stratified Sample.

2- العينة الحصصية Quota Sample.

---

(2) المصدر نفسه، ص293.

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مصدر سابق، ص 128 ـ 149.

3- عينة التجمعات Clusters Sample

4- العينة العمدية Purposive Sample.

5- العينة المتكاثرة أو المتضاعفة Snowball Sample.

6- العينة العشوائية البسيطة Simple Random Sample.

7- العينة العشوائية المنتظمة Systematic Random Sample.

8- العينة المنتظمة Systematic Sample.

9- العينة متعددة الأبعاد Dimensional Sample.

10- العينة المتعددة المراحل Multi Stage Sample.

مصطلحات ومفاهيم البحث

يعد تحديد المفاهيم والمصطلحات أمراً ضرورياً لأي بحث أو دراسة، إذ أن من واجب الباحث عند صياغته للمشكلة تحديد المفاهيم التي سيستخدمها، وكلما كان تحديد المفاهيم دقيقا، سهل على القراء الذين يتابعون البحث إدراك المعاني والأفكار التي يريد الباحث التعبير عنها، من دون أن يختلفوا في فهم ما يقول[1].

ولا بد أن يحدد الباحث المعاني والمفاهيم التي تتناسب أو تتفق مع أهداف بحثه وإجراءاته، وتعريف المصطلحات يساعد الباحث في وضع إطار مرجعي يستخدمه في التعامل مع مشكلة بحثه، وتنبغي منه الإشارة إلى مصادر تعريفات مصطلحات بحثه إذا استعارها من باحثين آخرين، أو أن يحدد تعريفات خاصة به، هذا إضافة إلى ما سيستخدمه البحث من مصطلحات أخرى على الباحث أن يوضح مفهومه لها في المبحث النظري من بحثـه. ويمكن أن تكونَ مؤقتاً في مواضع استخدامها لتساعده على تقدم بحثه لتنقل لاحقاً إلى مكانها الذي يعتاده الباحثون في صدر البحث. ولعل من الواجب على

(1) عبد الباسط محمد حسن: أصول البحث الاجتماعي، ط3، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1971، ص173.

الباحث الالتزام به هو تحديد معنى كل مفهوم يستخدمه في بحثه إلى جانب قيامه بتعريف المصطلحات العلمية التي يستعين بها في تحليلاته، لأنَّ مثل هذا وذاك خدمة له ولقرائه، إذ يتمكَن بذلك من التعبير عما يريد قوله بطريقة واضحة وسليمة بحيث لا ينشأ بعدها جدل حول ما يعنيه بهذه المفاهيم أو يقصده من تلك المصطلحات الفنيَّة والعلمية وكثيراً ما يكون أساس الجدل والاختلاف في الرأي نتيجة لعدم وضوح الباحث فيما يرمي إليه من مفاهيم وتعابير، مما قد يترتب عليه فهمٌ خاطئ لهذا الباحث، والمفهوم هو الوسيلة الرمزية التي يستعين بها الإنسان للتعبير عن الأفكار والمعاني المختلفة بغية توصيلها للناس، والمصطلحات هي أدوات تحصر المفاهيم وتقلِّصها وتحددها.

المفهوم:

يمثل المفهوم باعتباره مجموع المفردات اللغوية الأساسية، ظاهرة معينة أو شيئاً معيناً أو إحدى الخصائص للشيء المذكور ومعناه، أي المفهوم يتحدد بقدر إشارته إلى الظاهرة التي يمثلها. وعليه يمكن القول أن كل موضوع علمي له مفهومه الذي يتميز به. ويكتسب بعده الحقيقي حين يتعامل معه بصفته موضوعة لفكرة معينة توجه الفهم، وتتعلق بطبيعة شيء معين أو علاقاته بالأشياء الأخرى. وغالباً ما تمكننا هذه العلاقة من تصنيف الظواهر بواسطة الملاحظة والوقائع الميدانية، وهي ضرورية لعملية التعميم[1].

ويعرف المفهوم بأنه اصطلاح يعبر عن فكرة مجردة وتركيب منطقي يتم التوصل إليه من خلال الملاحظة المنظمة والخبرات المتراكمة، ويتسم في أغلب الأحوال بأنه مقبول ومتفق عليه من قبل عدد كبير من العلماء والباحثين. وتبرز أهمية المفهوم وتحديده بدقة في البحوث كونه يمثل أحد متطلبات المنهج العلمي وأحد شروطه الموضوعية ويقوم بإرشاد الباحث إلى أنواع الحقائق التي يقوم بتجميعها وتحليلها[2].

---

(1) صلاح قنصوه: الموضوعية في العلوم الاجتماعية، ط 2، بيروت، دار التنوير للطباعة والنشر، 1984، ص79.

(2) د. راسم محمد الجمال: مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999، ص43.

وتكتسب الحقائق والأشياء قيمتها من المعاني والصور المشتركة التي يرسمها الأفراد لها، ويتفقون عليها في البيئة الواحدة. وهذه المعاني والصور تصاغ في شكل رموز ذات دلالة، بحيث تستدعي هذه الرموز بمجرد ذكرها المعاني والصور، وكذلك يتم استدعاء هذه الرموز بمجرد ذكر المعاني والصور التي تعبر عنها. ونظراً لاختلاف هذه الرموز ودلالاتها باختلاف العلوم، حيث أصبح لكل علم أو مجال علمي رموزه المتميزة، فإنه يتم التعبير عن الرمز ودلالاته أو معناه في المجال العلمي الواحد بالمفهوم Concept؛ ولهذا يقال دائماً أن لكل علم مفاهيمه الخاصة[1]. لذلك يعامل المفهوم وسيلة رمزية يستخدمها الباحث للتعبير عن الأفكار والوقائع بهدف توصيلها إلى الناس. ولا يكتسب المفهوم معناه إلا بالقدر الذي يقدم فيه الظاهرة التي يمثلها.

ولكي يتمكن الباحث من بناء خطوات بحثه يقتضي منه أن يعرف الأشياء التي يدرسها ويتعامل معها تلك التي تشكل معياراً لمنهجية الباحث واتجاهات بحثه. ولا يكتسب التعريف موضوعيته، إلا إذا عبر عن مضمون الظواهر الفعلية، وليس الأفكار والتصورات الذهنية والعشوائية التي يتم استلالها من مصادر متباينة ومتناقضة.

إن المفهوم كلمة أو مجموعة كلمات تعبر عن فكرة عامة تتعلق بطبيعة شيء معين أو علاقاته بالأشياء الأخرى، وغالباً ما تمدنا هذه الفكرة بمقولة لتصنيف الظواهر، وهي تعتبر ضرورية لعملية التعميم. ولهذا فإن استخدام عدد من المفاهيم والمصطلحات السائدة في العلوم المعنية بالبحث، أو المفاهيم المستخدمة في البحث هو لغرض بيان الهدف المقصود من الاستخدام المذكور وخاصة في الإعلام الذي أصبح علماً قائماً بذاته، له مبادئه ومجالاته ومنهجه التي تحدد تصوراته العلمية. والتحكم في هذه المصطلحات يجب أن يمر عبر مفاهيم دقيقة. فعندما نقول أن الأطفال في المرحلة المبكرة يتميزون بكثافة مشاهدة التلفزيون، فإن استخدام مفهوم كثافة المشاهدة في بحوث التعرض إلى التلفزيون يشير إلى الجلوس أمام التلفزيون لفترات طويلة مقارنة بالكثافة المتوسطة أو المحدودة. ويعدُّ

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مصدر سابق، ص 25.

غموض المفاهيم أو عدم الاتفاق على تعريفات محددة لها، من أبرز المشكلات التي تؤثر أيضاً في أساليب دراسة الظواهر العلمية ومعالجتها وتطوير البحث العلمي في المجالات العلمية المختلفة. ولذلك يعتبر التعريف أمراً ضرورياً وملازماً للمفهوم حيث يتم من خلاله الاتفاق على المحددات الخاصة بكل مفهوم لتأكيد الاتفاق حول التعميمات والتفسيرات العلمية التي تقوم على بناء المفاهيم [1].

ويعمد الباحث إلى تثبيت المفاهيم في البحث، لضمان غرضين أساسيين الأول: تثبيت المفاهيم النظرية الخاصة بالبحث، تلك التي يأخذ بها الباحث دون غيرها كي يتجنب الاعتراضات التي تأتي من الباحثين الذين يحملون وجهات نظر تختلف مع منطق البحث واتجاهاته، أي تجنب الباحث التساؤلات التي يمكن أن تثار حول البحث والمفاهيم التي يعتمدها وكي يتجنب الباحث، فضلاً عن ذلك تكرار المفهوم المعني أينما اقتضت الضرورة. والغرض الثاني تثبيت المفاهيم الإجرائية تلك التي تبين الإجراءات والمقاييس التي يعتمدها الباحث[2].

ويقسم الخبراء التعريف إلى نوعين رئيسيين:

1- **التعريف الاصطلاحي**: أي تعريف المفهوم من خلال بناءات لفظية تشير إلى المعنى كما يراه الباحث. ويتعرض هذا النوع إلى نقد شديد في الاستخدام نظراً لندرة الاتفاق على الرؤى الخاصة بالمفكرين أو الباحثين للمفاهيم أو المصطلحات.

2- **التعريف الإجرائي**: ويقصد به التعريف الذي يحدد المفهوم من خلال سلسلة من الإجراءات أو التعليمات أو العمليات التي تشرح وجود المفهوم من خلال سلسلة القياس أو المعايرة. وبصفة خاصة عندما يتعامل الباحث مع هذا المفهوم خلال البحوث

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مصدر سابق، ص 26.

(2) أ.م.د حميد جاعد محسن: من هو الإعلامي – الصحفي؟، بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي (بغداد)، العدد (6 –7) حزيران – أيلول 2009، ص 33 – 35.

التجريبية أو التطبيقية، أو خلال ملاحظته لحركة هذا المفهوم وعلاقاته واتجاهاته[1].

وفي العلوم الاجتماعية والإنسانية، يمكن تعريف الإجرائية بأنها:عملية تعريف مفهوم غامض بحيث يصبح المفهوم النظري قابلاً للتمييز أو القياس بوضوح وفهمه من منطلق الملاحظات التجريبية. وبمعنى أشمل، فإنها تشير إلى عملية تحديد امتداد المفهوم -لتصف ما يمثل جزءً منه وما ليس كذلك. وكثيراً ما تعني الإجرائية وضع تعريفات إجرائية وتعريفات نظرية.

توظيف النظريات في البحوث الإعلامية

تزخر أدبيات البحث العلمي في مجال النظريات الإعلامية، بالعديد من المؤلفات والمراجع العلمية عن النظريات ونشأتها وتطورها وأنواعها. ويقسم الباحثون النظريات الإعلامية إلى الأنواع الآتية:

1- النظريات المتعلقة بالجمهور:

يرتبط هذا النوع من النظريات بالجمهور المستخدم للمواد الإعلامية. ويقوم هذا النوع من النظريات على أساس أن الجمهور يستخدم وسائل الإعلام بسبب دوافع نفسية أو اجتماعية. ومن هذه النظريات ما يأتي:

أ - **نظرية الاستخدامات والإشباعات:** تفترض هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات كامنة لديه، وأن دور وسائل الإعلام هو تلبية الحاجات فقط. ومثال ذلك البحث الذي يدرس (دوافع التعرض لوسائل الإعلام في العراق واتجاهات الجمهور العراقي نحو تفضيل الوسيلة الإعلامية الأقرب لاهتماماته) [2]،

(1) د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في تكنولوجيا التعليم، مصدر سابق، ص 27 – 28.

(2) د. سعد سلمان المشهداني: التعرض لوسائل الإعلام في العراق واتجاهات الجمهور العراقي نحو تفضيل الوسيلة الإعلامية الأقرب لاهتماماته، بحث منشور في مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية المجلد (14) العدد (5) جمادى الأولى 1428 هـ أيار 2007، ص 348-380.

حيث تنطلق هذه الدراسة من مدخل الاستخدامات والإشباعات الذي يهتم بتفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام ودوافع ذلك التعرض، والإشباعات التي تحققها من وجهة نظرهم وأنماط هذا التعرض.

ب- **نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام**: تعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي نعيش داخله، على أن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف. ومثال ذلك البحث الذي يدرس (مدى اعتماد النخبة الأكاديمية على القنوات الفضائية العراقية في وقت الأزمات - دراسة حالة على الاقتحام الإرهابي لمبنى مجلس محافظة صلاح الدين عام 2011) [1]، حيث يعتمد هذا البحث على نموذج اعتماد الفرد على وسائل الإعلام وهو جزء من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والذي يشكل بدوره علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام.

ج- **نظرية الاستقبال**: اهتمت العديد من الدراسات والنظريات بتأثيرات وسائل الإعلام على الفرد ومستويات هذا التأثير ، وانتهت إلى وصف جمهور وسائل الإعلام بأنه إيجابي ونشط في مواجهة محتوى وسائل الإعلام. وتعد نظرية الاستقبال أحد النظريات التي تناولت تفسير عملية استقبال المتلقي للمعلومات عبر وسائل الإعلام، ويقوم الفرض الرئيس للنظرية على أن الفرد المتلقي للمعلومات في أي موقـف يعتمد بشكل أساسي على وسائل الإعلام في استقبال المعلومات، ويتأثر في ذلك بالعديد من العوامل مثل نمط استخدام الوسيلة، نوع المضمون، واهتمامات

(1) د. سعد سلمان المشهداني: مدى اعتماد النخبة الأكاديمية على القنوات الفضائية العراقية في وقت الأزمات - دراسة حالة على الاقتحام الإرهابي لمبنى مجلس محافظة صلاح الدين عام 2011، بحث منشور في كتاب وسائل الإعلام - أدوات تعبير وتغيير، عمان، منشورات جامعة البترا، 2013، ص251 -268.

المتلقي واتفاق المضمون مع اتجاهاته الراهنة [1]. مثال ذلك البحث الذي يدرس (العوامل المؤثرة في استقبال الصحف الجامعية – دراسة تحليلية وميدانية).

2- النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال:

تصنف بعض النظريات على أنها مرتبطة بالمرسل أو القائم بالاتصال، ومن هذه النظريات ما يأتي:

أ- **نظرية الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد:** تعتمد هذه النظرية على أن وسائل الإعلام تؤثر تأثيراً مباشراً، وسريعاً في الجمهور، وأن الاستجابة لهذه الرسائل مثل رصاصة البندقية تؤثر بعد انطلاقها مباشرة.

ب- **نظرية الغرس الثقافي:** تفترض هذه النظرية أن الجمهور يتأثر بوسائل الإعلام في إدراك العالم المحيط به، وتزيد معارفهم، خاصة الأفراد الذين يتعرضون بكثافة لوسائل الإعلام.

ج- **نظرية ترتيب الأولويات:** تصنف هذه النظرية على أنها من نظريات القائم بالاتصال، ذلك لافتراض النظرية أن وسائل الإعلام هي من يقوم بترتيب اهتمامات الجمهور من خلال إبراز القضايا التي تستحق، وإهمال قضايا أخرى؛ فيبدي الجمهور اهتمامه بهذه القضايا دون غيره.

3- النظريات المتعلقة بنوع التأثير الإعلامي الذي تحدثه وسائل الإعلام في الجمهور:

وهو على ثلاثة أنواع:

أ- **التأثير المباشر (قصير المدى):** يرى هذا النوع من النظريات، التأثير المباشر لوسائل الإعلام في الجمهور. ومن هذه النظريات نظرية الرصاصة الإعلامية. مثال ذلك

---

(1) د. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب، 1997، ص199-200.

البحث الذي يحمل عنوان: (تأثير استخدام الإنترنت على القيم والاتجاهات الأخلاقية للشباب الجامعي) [1].

ب- **نظريات التأثير التراكمي (طويل المدى)**: يرى هذا النوع من النظريات أن تأثير وسائل الإعلام لا يظهر مباشرة، وإنما بعد فترة زمنية طويلة من خلال تراكم المتابعة الإعلامية. ومن أمثلة هذا النوع نظرية دوامة الصمت القائمة على فرضية: أن قيام وسائل الإعلام بعرض رأي الأغلبية، يقلل من أفراد الرأي المعارض.

ج- **نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام**: يرى المنظرون لهذا التصنيف أن وسائل الإعلام تعمل داخل نظام اجتماعي، وتراعي الخصائص النفسية والاجتماعية للجمهور، وأنه ينبغي مراعاة جميع الظروف والعناصر المتصلة بالاتصال. ومن هذه النظريات، نظرية ترتيب الأولويات.

(1) أمين سعيد عبد الغني: تأثير استخدام الإنترنت على القيم و الاتجاهات الأخلاقية للشباب الجامعي، بحث منشور، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المؤتمر العلمي السنوي التاسع أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، الجزء الرابع، مايو 2003، ص 1219-1267.