

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique

Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -

Tasdawit Akli Muhend Ulhağ - Tubirett -

قسم علوم الاعلام والاتصال



جامعة البويرة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أكلي محمد أولحاج

- البويرة -

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

الاتجاهات البحثية لبحوث الإعلام في الجامعة الجزائرية
(دراسة تحليلية لعينة من مذكرات تخرج الماستر_ جامعة البويرة).

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة

الأستاذ المشرف:

أ/د سعيدي زينب

إعداد الطالب(ة):

أمال شويبان

-اللجنة المناقشة:-

- 1- الأستاذ(ة) بوزة باية.....رئيسا
- 2- الأستاذ(ة) سعيدي زينب.....مشرفا
- 3- الأستاذ(ة) أعراب فاطمة.....مناقشا

السنة الجامعية: 2023/2024م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة شكر:

الفضل والشكر والحمد والثناء لله عزوجل الذي أنار طريقنا وهدانا للعلم ووفقنا في هذا العمل

المتواضع؛

بكل كلمات الشكر والامتنان يسعدنا أن نقدم تحياتنا الخالصة إلى الأستاذة المشرفة الدكتورة سعيدي

زينب على المساعدة التي قدمتها لنا، فقد كانت نعم المرشدة لنا لاسيما مراقبتها الدائمة لكل خطوة

نتقدم بها في هذه المذكرة.

كما نتقدم بكل الاحترام والتقدير إلى كل الذين ساهموا معنا في إنجاز

هذا العمل.

الإهداء :

لحظة ستبقى ذكرى تاريخية أن أقف أمام أساتذتي وأنا بكل فخر أعرض

مذكرتي.

أهدي عملي هذا: إلى العظيمة حقا وصدقا "أمي الحبيبة"، وإلى من كان سند حياتي

خاصة في تعليمي "أبي الغالي"، وإلى من معهم عشت وأعيش أروع الذكريات وأحلى

الأيام "إخوتي وأخواتي" .

وإلى كل شخص ساعدني من قريب أو بعيد ولو بكلمة طيبة .

" آمال "

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى رصد الاتجاهات البحثية لعينة من مذكرات الماستر في علوم الإعلام والاتصال بجامعة البويرة ، كما تتيح فرصة للباحثين للتعرف على الأطر و المناهج و الأدوات و المقاربات التي تم الاعتماد عليها في هذه الدراسات الإعلامية ،من خلال تحليل 36 مذكرة خلال المدة الزمنية (2017 - 2022) التي تم اختيارها بطريقة عشوائية منتظمة ، بالاعتماد على أداة تحليل من المستوى الثاني و المنهج الوصفي باعتباره الأنسب لمعالجة بحثنا ،و تلخصت الدراسة مجموعة من النتائج منها: تنوع مواضيع بحوث الإعلام إذ نالت مواقع التواصل الاجتماعي اهتمام واسع من قبل الباحثين ، المنهج المسحي هو الأكثر شيوعا و استخداما ، الاستعانة بأداة الإستبيان باعتبارها الأنسب لدراساتهم .

الكلمات المفتاحية : الاتجاهات البحثية ، بحوث الإعلام و الاتصال ، مذكرات الماستر

Summary of the study:

This study aims to monitor the research trends in a sample of Master's theses in Media and Communication Sciences at the University of Bouira. It also provides an opportunity for researchers to familiarize themselves with the frameworks, methodologies, tools, and approaches adopted in these media studies. This is done through the analysis of 36 theses during the time period (2017-2022), which were selected in a systematic random manner. The study relies on a second-level analysis tool and a descriptive approach, considering it the most appropriate for our research. The study summarizes a set of results, including: the diversity of media research topics, with social media platforms receiving widespread attention from researchers. Survey methodology is the most common and widely used, and the questionnaire tool is considered the most suitable for their studies.

Keywords: research trends, media and communication research, Master's theses.

خطة الدراسة

ملخص الدراسة

مقدمة

الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة و تساؤلاتها
- 2- أسباب اختيار موضوع الدراسة
- 3- أهمية موضوع الدراسة
- 4- أهداف موضوع الدراسة
- 5- تحديد مفاهيم الدراسة
- 6- الدراسات السابقة
- 7- مجتمع البحث و عينته
- 8- نوع الدراسة و المنهج المستخدم
- 9- أدوات جمع البيانات
- 10- مجالات الدراسة

الإطار النظري للدراسة

تمهيد

الفصل الأول : البحوث العلمية في علوم الإعلام و الاتصال (ماهيتها و منهجية إعدادها)

المبحث الأول : ماهية البحوث العلمية في علوم الإعلام و الاتصال

- 1- نشأة بحوث الإعلام و تطورها
- 2- أهداف البحث الإعلامي
- 3- أهمية البحوث الإعلامية
- 4- خصائص البحث الإعلامي

المبحث الثاني : منهجية البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال

- 1-أنواع مناهج البحث في علوم الإعلام و الاتصال
- 2- نظام المعاينة في بحوث الإعلام و الأخطاء الشائعة في اختيارها

3- أدوات جمع البيانات في البحوث الإعلامية

4- طرق معالجة البيانات و استخلاص النتائج

الفصل الثاني: المقاربات النظرية في علوم الإعلام و الاتصال (ماهيتها و كيفية توظيفها)

المبحث الأول : ماهية المقاربة النظرية في بحوث الإعلام

1- مفهوم المقاربة النظرية

2- أهداف المقاربة النظرية في الإعلام

المبحث الثاني: أنواع المقاربات النظرية و كيفية توظيفها في علوم الإعلام و الاتصال

1- أنواع المقاربات النظرية المعتمدة في بحوث الإعلام

2- كيفية توظيف المقاربات النظرية في بحوث علوم الإعلام و الاتصال

الجانب التحليلي للدراسة

الفصل الأول :اتجاهات بحوث مذكرات تخرج السنة الثانية ماستر في جامعة البويرة.

تمهيد

-

1- عرض وتحليل الموضوعات التي ركزت عليها بحوث الإعلام عينة الدراسة

2- عرض وتحليل العينات التي تم الاعتماد عليها بحوث الإعلام عينة الدراسة

3- عرض وتحليل المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام عينة الدراسة

4- عرض وتحليل أدوات جمع البيانات المعتمدة بحوث الإعلام عينة الدراسة

5- عرض وتحليل المقاربات النظرية التي تم اعتمادها في بحوث الإعلام عينة الدراسة

خاتمة

قائمة المراجع

فهرس المحتويات

الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	تصنيف بحوث الإعلام ضمن عينة الدراسة حسب سنوات المناقشة	
02	أهم المواضيع التي ركزت عليها بحوث الإعلام في مذكرات الماستر	
03	أهم متغيرات مواقع التواصل الاجتماعي في بحوث الإعلام.	
04	متغيرات القنوات التلفزيونية في بحوث الإعلام	
05	تصنيف العينات المعتمدة عليها في بحوث الإعلام و الاتصال عينة الدراسة:	
06	تصنيف المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام و الاتصال عينة الدراسة	
07	تصنيف بحوث الإعلام حسب أدوات جمع البيانات المستخدمة في عينة البحث	
08	تصنيف بحوث الإعلام حسب المقاربات النظرية المستخدمة في عينة الدراسة.	

مقدمة

مقدمة

نال البحث العلمي اهتماما كبيرا من مختلف الدول لا سيما المتقدمة لأنها أدركت أن عظمة الأمم و تقدمها يكمن في تقدم فكر أمتها، فهو جوهر أساسي في سياسات الدول التي تحرص على الإنفاق في مجال البحث العلمي و السعي إلى دعمه في المجال المادي والمعنوي .

و يعد البحث الإعلامي من الفروع المهمة للبحث العلمي التي تعود بداياته للقرن العشرين ، حيث ظهرت عدة جهود من طرف الباحثين في تحديد مفاهيم أولية لهذا العلم و صياغة فروضه و مقاربات نظرية و مناهج خاصة به قصد بناء قاعدة معرفية واسعة من حيث الأطر المنهجية أو التراث العلمي الخاص بهذا العلم.

وقد نالت البحوث العلمية ومنها البحوث الإعلامية اهتماما كبيرا على مستوى البرامج التعليمية في معظم الجامعات و مختلف المستويات الأكاديمية. وعرفت الجامعات الجزائرية بدورها تطورا ملحوظا في عدد الكليات والأقسام المتخصصة في علوم الإعلام والاتصال، وهو ما ضاعف من عدد البحوث المنجزة في هذا التخصص في مختلف الجامعات، لا سيما على مستوى البحوث المكملة لنيل شهادة الماستر، وهو ما يرفع التحديات أمام جودتها أمام الكم الهائل من المذكرات التي تتجز ضمن هذا الطور التعليمي، ويستلزم وقفة أمام الأطر المنهجية التي تؤسس بها هذه البحوث في ظل التقاطعات والتداخلات المنهجية التي يعرفها هذا العلم.

وبناء على ما سبق جاءت إشكالية هذه الدراسة التي تتمحور حول موضوع الاتجاهات البحثية في علوم الإعلام في الجامعة الجزائرية من خلال الأخذ بعينة من مذكرات الماستر في جامعة البويرة، ولقصد معالجة الموضوع تبيننا خطة بحث تكونت من ثلاث محاور الجانب المنهجي و النظري و الميداني و كل محور مقسم إلى فصول كما يلي :

اعتمدنا في المحور الأول و هو الجانب المنهجي على بناء الإشكالية و تساؤلاتها ، أسباب اختيار الموضوع و من أهمية و أهداف و تحديد مجتمع البحث و اختيار عينته و غيرها .

يليه المحور الثالث و هو الإطار النظري حيث قسمناه إلى فصلين و عالجنا في الفصل الأول البحوث العلمية في علوم الإعلام و الاتصال انطلاقا من ماهيتها وصولا إلى منهجية إعدادها وفق مبحثين ، أما الفصل الثاني فتناولنا فيه المقاربات النظرية في علوم الإعلام و الاتصال حيث يتكون من مبحثين ماهية المقاربات النظرية و أنواعها و كيفية توظيفها . أما الجانب التطبيقي فقد شمل جانب تحليلي حيث تضمن تحليل بحوث الإعلام و عرض وتفسير النتائج.

أما المحور الثالث و هو الجانب الميداني عالجنا فيه فصل واحد المعنون اتجاهات بحوث مذكرات تخرج السنة الثانية ماستر في جامعة البويرة.

و في الأخير توصلنا في لأهم الاستنتاجات التي خرجت بها هذه الدراسة.

أولاً

الإطار المنهجي و المفاهيمي للدراسة.

- 1- إشكالية الدراسة و تساؤلاتها
- 2- أسباب اختيار موضوع الدراسة
- 3- أهمية موضوع الدراسة
- 4- أهداف موضوع الدراسة
- 5- تحديد مفاهيم الدراسة
- 6- الدراسات السابقة
- 7- مجتمع البحث و العينة
- 8- نوع الدراسة و المنهج المستخدم
- 9- أدوات جمع البيانات
- 10- مجالات الدراسة

1 - إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

تعتبر علوم الإعلام والاتصال من بين الحقول المعرفية في العلوم الإنسانية والاجتماعية ،التي نالت مكانة هامة على مستوى البحوث و الدراسات العلمية، فهو أحد فروع المعرفة الإنسانية التي لها علاقة وطيدة بالعلوم الأخرى، على اعتبار أنه يتناول مجموعة من المواضيع ويعالج جملة من الإشكالات التي لها علاقة بتخصصات و ميادين أخرى، فهو ليس فرعاً انعزالياً و إنما يتكامل ويلتقي مع تخصصات أخرى ، وهذا ما يمنحه طابعه المتعدد.

وقد تزايد الاهتمام بعلوم الإعلام والاتصال في الدول العربية عامة و الجزائر خاصة ، إذ كانت الانطلاقة الأولى تاريخياً للدراسات والبحث في هذا المجال عند فتح المدرسة الوطنية العليا للصحافة سنة 1964، وهذا بغية تكوين صحفيين باللغة العربية و اللغة الأجنبية للدخول في حيز العمل الإعلامي والصحفي من طرف خريجها، بحيث اهتمت مؤسسات التعليم العالي بالتكوين الإعلامي في الجزائر ، ليتزايد بعدها عدد أقسام الإعلام والاتصال وظهور كليات بهذا التخصص، وهو ما رفع من حجم البحوث المنجزة سنوياً في مختلف الأطوار سواء المتعلقة بالنظام الكلاسيكي أو النظام الجديد المتضمن مرحلة الليسانس، والماستر، والدكتوراه.

ولقد عرفت هذه البحوث تعدداً في المواضيع بالنظر إلى تعدد وتطور الظواهر الإعلامية والاتصالية، كما عرفت تداخلات واختلافات منهجية بالنظر إلى اختلاف وتعدد المدارس المنهجية وبالنظر كذلك إلى التداخل الذي يعرفه علوم الإعلام والاتصال بالعلوم الأخرى وتأثره بها، في ظل الجهود المبذولة من أجل تحديد منهجية موحدة خاصة بهذا العلم.

وبهذا تعددت المواضيع وتعددت معها المفاهيم المتعلقة بالتأسيس المنهجي والبناء النظري والتحليلي أو الميداني للبحوث الإعلامية، لا سيما المتعلقة بالمناهج، والمقاربات النظرية المعتمدة فيها، وهو ما يستدعي محطات للوقوف على هذه البحوث من حيث توجهاتها البحثية، على اعتبار أنها تمثل أهم مخرجات الجامعات العربية عموماً، والجامعات الجزائرية على وجه الخصوص لا سيما بعد توسيع فروع تخصصاتها وتعدد مجالاتها.

وتعتبر جامعة البويرة من بين الجامعات الجزائرية التي تتجر فيها بحوث علمية مكتملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، وذلك منذ سنة 2016، إلى يومنا هذا، حيث بلغت محصلة المذكرات العلمية أزيد من 300 مذكورة حتى سنة 2022، عرفت عدة توجهات منهجية ونظرية، تستلزم الوقوف عليها لمعرفة اتجاهاتها من خلال تحليل الاتجاهات والمشكلات البحثية وطرق البحث

والمناهج المستخدمة وأساليب وأدوات جمع البيانات والمقاربات النظرية المعتمدة، وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي:

- ما هي اتجاهات بحوث الإعلام والاتصال في جامعة البويرة من خلال مذكرات تخرج السنة الثانية ماستر؟.

و تحت هذا التساؤل تندرج التساؤلات الفرعية الآتية:

1- ماهي الموضوعات التي ركزت عليها بحوث مذكرات طلبة السنة الثانية ماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة في جامعة البويرة ؟.

2- ماهي العينات التي تم اعتمادها فيبحوث مذكرات طلبة السنة الثانية ماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة في جامعة البويرة ؟.

3- ماهي المناهج المستخدمة في بحوث مذكرات طلبة السنة الثانية ماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة في جامعة البويرة ؟.

4- ماهي أدوات جمع البيانات التي اعتمادها في بحوث مذكرات طلبة السنة الثانية ماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة في جامعة البويرة ؟.

5- ما هي المقاربات النظرية المعتمدة في بحوث مذكرات طلبة السنة الثانية ماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة في جامعة البويرة ؟.

2-أسباب اختيار موضوع الدراسة:

تتمثل أسباب اختيار موضوع هذه الدراسة فيما يلي:

أ/ أسباب ذاتية:

- قناعتنا الشخصية بضرورة وجود دراسة تحاول الوقوف على ما تم دراسته من قبل قصد توصيفه بالنظر لما تم جمعه من معلومات حول الموضوع.

- الفضول الشخصي لمعرفة توجهات المذكرات المنجزة في جامعة البويرة خاصة باعتبارنا طلبة ننتمي لهذه الجامعة .

- الرغبة في تناول دراسة يتم معالجتها وفقا لمقاربة كيفية.

- باعتبارنا طلبة دارسين لعلوم الإعلام و الاتصال نسعى لزيادة معرفتنا العلمية في هذا العلم و تطوير مكتسباتنا المعرفية والعلمية.

ب/ أسباب موضوعية:

- أهمية موضوع الدراسة باعتباره محاولة جادة للوقوف على اتجاهات بحوث الإعلام في طور الماستر.
- قابلية الموضوع للدراسة من حيث إمكانية الوصول إلى مصادر الموضوع ، ومن حيث ارتباطه الوثيق بالتخصص.
- قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع، حيث أن أغلبية الدراسات ركزت على رسائل الدكتوراه و مذكرات الماجستير.

3- أهمية موضوع الدراسة :

تتجلى أهمية الدراسة في النقاط التالية :

- تبرز أهمية الدراسة في كونها تهتم بدراسة الاتجاهات البحثية و تتيح فرصة للباحثين للتعرف على الأطر المنهجية والنظرية المختلفة المستخدمة في بحوث الإعلام، مما يساعد على معرفة اتجاهات البحوث المستقبلية خاصة في الجزائر، في ظل قلة الدراسات في هذا المجال، بحيث أن أغلبية الدراسات ركزت على رسائل الماجستير والدكتوراه لذلك تحاول هذه الدراسة إلقاء الضوء على التوجهات البحثية من خلال تحليل عينة من مذكرات تخرج الماستر على اعتبار أنها بحوث وعمل جاد لا يقل أهمية عن البحوث المنجزة في مستويات أعلى.
- تتجلى أيضا أهمية هذه الدراسة في أنها محاولة متواضعة تقدم لفريق تكوين طلبة جامعة البويرة بيانات حول اتجاهات الدراسات التي يشرفون عليها من أجل تقييمها وتطويرها مستقبلا.

4- أهداف موضوع الدراسة:

- إن الهدف العام من دراستنا هو محاولة معرفة الاتجاهات البحثية لبحوث التخرج بجامعة البويرة وذلك من خلال تحقيق الأهداف الجزئية الآتية :
- محاولة معرفة اتجاهات المواضيع المعالجة في بحوث مذكرات طلبة السنة الثانية ماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة في جامعة البويرة.
- محاولة معرفة طرق المعاينة المعتمدة في بحوث مذكرات طلبة السنة الثانية ماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة في جامعة البويرة.
- محاولة التعرف على أنواع المناهج التي تم الاعتماد بحوث مذكرات طلبة السنة الثانية ماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة في جامعة البويرة.

- محاولة معرفة أدوات جمع البيانات في بحوث مذكرات طلبة السنة الثانية ماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة في جامعة البويرة .
- التعرف على المقاربات النظرية المعتمدة في مذكرات تخرج طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة البويرة، وكيفية توظيفها.

5-تحديد مفاهيم الدراسة:

1- بحوث الإعلام و الاتصال :

- مفهوم البحث العلمي:

- هناك العديد من التعريفات التي ذكرت للبحث العلمي فعرفه محمد سرحان علي المحمودي أنه "وسيلة للدراسة يمكن بواسطتها الوصول إلى حل لمشكلة محددة وذلك عن طريق التقصي الشامل و الدقيق لجميع الشواهد والأدلة التي يمكن التحقق منها والتي تتصل بمشكلة محددة.⁽¹⁾
- و تم تعريفه أيضا بأنه " وسيلة للاستعلام والاستقصاء المنظم بهدف اكتشاف معلومات أو علاقات جديدة بالإضافة إلى تطوير أو تصحيح أو تحقيق المعلومات الجديدة وذلك باستخدام خطوات المنهج العلمي واختيار الطريقة والأدوات اللازمة للبحث وجمع المعلومات.⁽²⁾
 - مفهوم البحث في علوم الإعلام و الاتصال :
 - عرف بأنه النشاط العلمي المنظم للكشف عن الظواهر الإعلامية وأطرافها والعلاقات بينها وأهدافها والسياقات الاجتماعية التي تتفاعل معها من أجل تحقيق هذه الأهداف ووصف هذه الحقائق وتفسيرها والتوقع باتجاه الحركة فيها.⁽³⁾
 - ويعرف أيضا بأنه الإطار الموضوعي الذي يضم كافة الأنشطة والعمليات الإعلامية والاتصالية ، وهو الجهد المنظم الدقيق الذي يستهدف توفير المعلومات عن الجمهور، قنوات الاتصال ووسائله التي تستخدم كأساس في اتخاذ القرارات وتخطيط الجهود الإعلامية والاتصالية ، كما أن مهمتها تبدأ قبل الجهود الإعلامية وتستمر باستمرارها ، وتقاس فعاليتها

1 - محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، الجمهورية اليمنية ، دار الكتب صنعاء ، 3 ط، 2015، ص 14 .

2 - أحمد بدر، أصول البحث العلمي و مناهجه، ط6، الكويت ، وكالة المطبوعات، 1982، ص 20

3- محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، علم الكتاب ، القاهرة ، 2000 ، ص 09

قياسا مرحليا وشاملا ، كما تشمل خدماتها كافة العناصر الداخلة في العملية الاتصالية كالجُمهور، الوسيلة، الرسالة، المصادر والتأثيرات المستهدفة بطريقة متوازنة ومتكافئة.⁽¹⁾

- يعرف بأنه" التحقق المنظم في موضوع أو ظاهرة أو مشكلة إعلامية للكشف عن الحقائق أو النظريات المتعلقة بالجانب الإعلامي أو الاتصالي و تطويرها ⁽²⁾ .

التعريف الإجرائي:

هو نشاط علمي منظم يقوم به المنتمي إلى الجامعة، يهدف إلى دراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية بعناصرها المرتبطة بالعملية الإعلامية والاتصالية بغية الوصول إلى نتائج تفسرها، ويقصد به بالتحديد وفقا لهذه الدراسة البحوث العلمية المتعلقة بمذكرات تخرج السنة الثانية ماستر في جامعة البويرة.

1 الاتجاهات البحثية:

- **التعريف الاصطلاحي للاتجاه البحثي :**

هو المسار الذي اتبعته بحوث الإعلام فيما يخص المواضيع المدروسة العدة، النظرية والمنهجية.⁽³⁾

التعريف الإجرائي :

هي الطرق التي تتبعها البحوث العلمية، ونقصد بها في هذه الدراسة اتجاهات بحوث السنة الثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة بجامعة البويرة من حيث المواضيع المتناولة، العينات وأدوات جمع البيانات المستخدمة والمقاربات النظرية المعتمدة.

- **مذكرات التخرج:**

- تعرف مذكرات التخرج أنها ذلك العمل العلمي الأكاديمي الذي يتقدم به الطالب قبل ولوج العالم النشاط، فهي بمثابة خطوة تمهيدية في مجال البحث العلمي أو ببساطة مدخل للبحث ، بحيث

¹ - سامية العلمي ن واقع بحوث الإعلام الجديد في الجامعات الجزائرية - دراسة تحليلية نقدية لمذكرات الماستر شعبة الإعلام والاتصال، جامعة أم البواقي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، 2018- 2019 .

² - سعد سليمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي ، دار الكتاب الجامعي ، ط1 ، 2017 ، ص19-20

³ - سوسن لونانسة، سهام بوزيدي، الاتجاهات البحثية لبحوث الإعلام الجديد في الجزائر - دراسة تحليلية نقدية لرسائل الماستر بقسم الإعلام والاتصال بجامعة باتنة 2015 -2016، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة، المجلد 20، العدد 01، جوان 2019، ص293-312.

يتعامل الطالب بصدها مع موضوع معين ومحدد بشكل يعكس قدرته على المزاوجة بين المعارف المكتسبة خلال مرحلة التكوين النظري والكفاءة العلمية.⁽¹⁾

التعريف الإجرائي:

هي بحث علمي أكاديمي تتناول فيه موضوع ما يتقدم به الطالب من خلال بذل جهد علمي لتكريس المعارف المكتسبة خلال فترة التكوين وتكون تحت إشراف أستاذ على التخرج كعمل تكميلي لحصوله على شهادة الماستر ونقصد بها بالتحديد في هذه الدراسة مذكرات التخرج لطلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة البويرة.

6. الدراسات السابقة

تكمن أهمية الدراسات السابقة في جعل أي باحث في علوم الإعلام و الاتصال يعود إليها للإطلاع عليها، لأنها تساعده في اختيار موضوع بحثه لبنائه و معالجته و تساعده في عدة جوانب من دراسته النظرية و كيفية استخلاص نتائج دراسته. وقد وجدنا عدة دراسات سابقة تتعلق بموضوع بحثنا نعرضها كالآتي:

الدراسة الأولى: كانت معنونة ب: الاتجاهات البحثية لبحوث الإعلام الجديد في الجزائر لسوسن لواناسة وسهام بوزيدي.⁽²⁾

وهي دراسة تحليلية نقدية لرسائل الماجستير المنجزة بقسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة باتنة من 2010 إلى 2015 ، دراسة تناولت مختلف الجوانب الخاصة بالعملية الاتصالية و الإعلامية حيث بلغت 35 رسالة.

حيث تمحورت إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي الآتي: ما هي الاتجاهات البحثية لرسائل الماجستير علوم الإعلام والاتصال بجامعة باتنة ؟ وتفرعت عنه التساؤلات الآتية:

1- ما هي أبرز المشكلات البحثية التي تناولتها بحوث الإعلام الجديد في الجزائر عينة الدراسة؟.

¹ -دريال مديحة ، منهجية إعداد مذكرة " محاضرات موجهة لطلبة الماستر 2 قانون الأعمال " جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2 ، قسم الحقوق والعلوم السياسية 2021 - 2020 .

² - سهام بوزيدي، سوسن لواناسة، الاتجاهات البحثية لبحوث الإعلام الجديد في الجزائر، دراسة تحليلية نقدية لرسائل الماجستير قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة باتنة 2010-2015 مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة 1، المجلد 20 العدد 1 جوان 2019 ص 293- 312

2- كيف تمت معالجة هذه المواضيع نظريا و منهجيا؟.

3- هل المنطلقات النظرية والمنهجية صالحة لدراسة موضوع الإعلام الجديد ؟.

وقد تضمنت عينة الدراسة 15 رسالة ماجستير أنجزت على مدار 5 سنوات من 2010 إلى 2015، واستعانت الدراسة بالمنهج النقدي الذي يسمح بمناقشة الأفكار ونقدها والتوصل إلى نتيجة، كما اعتمدت على أداتين استمارة النقد وتحليل مستوى الثاني بحيث تفيدان تحليل البحوث ونقد الرسائل.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

أ/من حيث التوجهات الموضوعية:

- كانت أهم الموضوعات التي جذبت اهتمام باحثي الإعلام الجديد الخاصة بالتعرض لمختلف المواقع عبر شبكة الانترنت وخصوصا مواقع الشبكات الاجتماعية حيث اغلب الدراسات دارت حول الاستخدامات و الإشباعات والقليل منها ركز على اتجاهات الجمهور نحو الإعلام الجديد إذ ركزت عينات دراسات الجمهور على فئة الشباب الجامعي جمهور النخبة والجمهور المتخصص.
- كما كشفت الدراسة عن اهتمام الباحثين بدراسة تأثيرات الإعلام الجديد بحيث انقسمت دراسات تأثيرات ايجابية وسلبية .
- فهذا النوع من البحوث لم تحظى باهتمام كبير من طرف باحثي دراسات العينة إذ رصدت الدراسة دراستين ، فقط قامتا بتحليل محتوى المواقع الالكترونية من خلال رصد وتحليل العناصر البنائية وتحليل مواقع المؤسسات الإخبارية الناشطة على الساحة العربية وتحليل العناصر الفنية والتقنية للمواقع الالكترونية أثناء فترة الانتخابات .
- و كشفت الدراسة عن عدم اهتمام الباحثين بالدراسات المقارنة بحيث تناولت دراسة واحدة هذا الموضوع .

ب/ من حيث التوجهات النظرية :

- لقد كشفت الدراسة عن تكرار في نوعية النظريات المستخدمة .

- أما عند كيفية توظيف الباحثين للنظرية أو المدخل وما إذا كان ملائم للدراسة فقد أوضح تحليل الدراسات سطحية تناول وتوظيف النظرية في أغلبها، أما إذا اكتفى الباحثون بعرض مطول في كثير من الأحيان للنظرية دون توضيح لطريقة توظيفها لمعالجة مشكلة البحث.
- كما لاحظت الباحثة استخدام بعض الدراسات لنظريتين و دراسات الإعلام الجديد في دراسة واحدة.

ج/من حيث التوجهات المنهجية:

- أوضحت الدراسة تركيز غالبية البحوث 78,7 بالمئة على منهج المسح بشقيه التحليلي و الميداني و استخدام 35,7 بالمئة من الباحثين أكثر من منهج في الدراسة الواحدة.
- كما كشفت الدراسة عن عزوف الباحثين في مجال الإعلام الجديد عن البحوث الكيفية والنقدية وتمسكهم بمنهج وأساليب البحوث الإمبريقية.

الدراسة الثانية : تحت عنوان "اتجاهات بحوث الإعلام الالكتروني في الجزائر " لأستاذة كعباش عائشة.⁽¹⁾

وهي دراسة تحليلية تهدف إلى رصد و تحليل اتجاهات الرسائل الجامعية بجامعة الجزائر 03، من 2005 إلى 2010.

و تمحورت إشكالية الدراسة كالآتي:

- فيما تتمثل اتجاهات بحوث الإعلام الالكتروني من خلال الأطر النظرية والمنهجية ومجالات الاهتمام ؟ وتضمنت التساؤلات الفرعية الآتية:
- ماهي موضوعات الاهتمام في بحوث الإعلام الالكتروني ؟
- ماهي المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام الالكتروني ؟
- ماهي الأدوات الأكثر اعتمادا في جمع البيانات في هذه البحوث ؟

و تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل و تقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب. عليه صفة التحديد ، وتضم عينة الدراسة 25 رسالة ماجستير ودكتوراه، حيث استخدمت الباحثة أسلوب الحصر الشامل في جامعة الجزائر، واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الذي يعد جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات من ظاهرة موضوع البحث . وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية :

¹ -عائشة كعباش ، اتجاهات بحوث الإعلام الالكتروني في الجزائر من 2005 إلى 2010 – دراسة تحليلية جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة – مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية – جامعة الوادي العدد15، مارس 2016 ص 61-72.

أ/ من حيث التوجهات الموضوعية :

- تحتل بحوث الإعلام الالكتروني مكانة معتبرة ضمن الدراسات الإعلامية الشاملة التي تتجزها مؤسسات أكاديمية وإعلامية ومراكز متخصصة والتي ما فتئت تنتشر مع اتساع رقعة استخدام الانترنت في مختلف المجالات وعلى كل المستويات وبهذا استطاعت بحوث الإعلام الالكتروني أن تستأثر باهتمام الباحثين في العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، باعتبارها أبحاث تواكب التطورات التكنولوجية و تساهم في إثراء المكتبة الجزائرية بالإنتاج المعرفي .
- كما أكدت الدراسة على وجود تنوع في المواضيع التي تناولت الإعلام الالكتروني في عينة البحث فهناك بحوث تهتم بالإنتاج الإعلامي الالكتروني وأخرى استخدامات الجمهور للإعلام الالكتروني وغيرها.

ب/ من حيث التوجهات النظرية :

- كشفت الدراسة أن مجموع البحوث التي تم تحليلها 25 بحثا كان النصيب الأكثر منها لبحوث الماجستير التي بلغت 21 بحث.
- وأكدت لنا أن هذه البحوث لم تنطلق من النظريات المعروفة خاصة نظريات التأثير، عدا البعض منها التي اعتمدت على مدخل الاستخدامات و الإشباعات .

ج/ من حيث التوجهات المنهجية:

- أوضحت الدراسة أن المناهج المعتمدة في هذه البحوث تنوعت بين المنهج المسحي و الوصفي و المقارن و التاريخي و كذا الجمع بين أكثر من منهج لتحقيق أهداف هذه البحوث و الإجابة على تساؤلاتها.

الدراسة الثالثة: "اتجاهات بحوث الإعلام بجامعة المنيا "لمحمود حمدي عبد القوي و سلوى أحمد محمد أبو العلا.¹

و هي دراسة تحليلية تستهدف رصد بحوث الإعلام و تحليلها بقسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة المنيا من حيث خصائص العامة و الجوانب المنهجية و النظرية المتعلقة بها.

و تمحورت إشكالية الدراسة كالآتي:

¹محمود حمدي عبد القوي، سلوى محمد أبو العلا، اتجاهات بحوث الإعلام بجامعة المنيا -جامعة المنيا -دراسة تحليلية و رؤية مستقبلية أطروحة دكتوراه.

- ما مجالات بحوث الإعلام بقسم الإعلام بجامعة المنيا؟ وما التطورات التي طرأت عليها ؟ وما أوجه النقد والمقصود بها
- ما الأطر النظرية التي وظفتها بحوث الإعلام بقسم الإعلام بجامعة المنيا؟ وما مدى مواكبتها للتطورات الخاصة بتلك الأطر؟ وما مواطن القوة والضعف بها؟
- ما الأطر المنهجية التي وظفتها بحوث الإعلام بقسم الإعلام ؟ وما مدى تنوعها وما مواطن الضعف والقوة بها؟
- ما الإضافات المنهجية و المعرفية التي قدمتها بحوث الإعلام بقسم بالمنيا؟

وقد صنفنا هذه الدراسة ضمن الدراسات الاستكشافية التي تسعى لاستكشاف واقع الدراسات الإعلامية و تطورها بقسم الإعلام ،و تضم عينة الدراسة 77 رسالة علمية من 1994 - 2012 واعتمدت هذه الدراسة على المنهج بأسلوب المسح الشامل في وصف الواقع الراهن لبحوث الإعلام كما أنها استعاننا بأداتي تحليل المضمون بشقيه الكمي و الكيفي.¹

و توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

أ/ من حيث التوجهات الموضوعية :

- صرحت الدراسة على وجود تنوع في الاتجاهات البحثية للرسائل العلمية لقسم الإعلام فهناك رسائل اندرجت أسفل تخصصات عديدة منها :الرأي العام و إدارة الأزمات و أخلاقيات الإعلام والتشريعات و غيرها .
- أكدت الدراسة هناك قلة دراسات الإذاعة على الرغم من أنها لا تزال وسيلة إعلام فعال .

ب/ من حيث التوجهات النظرية:

- كشفت لنا الدراسة عن تنوع في الأطر النظرية المستخدمة في الرسائل الإعلامية بقسم الإعلام والتي تتلاءم مع الموضوعات المدروسة ، وكان من أكثر المداخل النظرية التقليدية التي اعتمدت عليها: نظرية الاستخدامات و الإشباع ، تحليل الأطر ولكن هذا لا ينفي ظهور عدد من الرسائل التي حاولت مواكبة الأطر والنظريات المستحدثة.

ج/من حيث التوجهات المنهجية:

¹محمود حمدي عبد القوى ، سلوى محمد أبو العلا ، مرجع سابق.

- أوضحت الدراسة أن أغلب الرسائل الجامعية محل الدراسة ، ركزت على استخدام المنهج التكاملي ، حيث تم الاعتماد على أكثر من منهج بحثي ، و من الواضح أن أكثر استخداما هو المنهج المسحي الإعلامي .

- بينت لنا الدراسة وجود توازن نوعا ما في استخدام الأدوات الكمية و الكيفية ، حيث نجد أن أداة الاستبيان أكثر استخداما و تليه تحليل المضمون و المقابلة و الملاحظة و غيرهم.

الدراسة الرابعة: تحت عنوان أطروحات الدكتوراه في الإعلام و الاتصال في الجامعات الجزائرية و الفرنسية لعائشة كعباش⁽¹⁾.

و هي دراسة تحليلية مقارنة حيث اقتصر على تحليل النتائج البحثي المتمثل في أطروحات الدكتوراه في الإعلام والاتصال التي أجازتها الجامعات الجزائرية والفرنسية ما بين سنة 2000 إلى 2010 .
وتمحورت إشكالية الدراسة كالآتي:

- فيما تتمثل نقاط التقارب والتباين بين الأطروحات الجزائرية والفرنسية في الأطر النظرية والمنهجية وفي الموضوعات ومجالات الاهتمام ؟
- ما هي الأطر النظرية المستخدمة في أطروحات البلدين؟
- ما هي الأطر المنهجية المعتمدة في أطروحات البلدين؟
- ما هي موضوعات الاهتمام الرئيسية في أطروحات البلدين ؟
- فيما يتمثل الاتجاه العام لمجالات البحث في الأطروحات البلدين؟

هذه الدراسة من نوع الدراسات الوصفية وفيها جانب استكشافي حيث اعتمدت على المنهج المسحي الذي يستهدف مسح التراث العلمي الخاص برسائل الدكتوراه ثم الاعتماد على منهج المقارنة لرصد أوجه التشابه والاختلاف بين هذه الأطروحات ، وتضم عينة الدراسة 60 مفردة ، في حين استخدمت الباحثة أسلوب تحليل المضمون .

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية :

¹عائشة كعباش أطروحات دكتوراه في الإعلام والاتصال في الجامعات الجزائرية والفرنسية - دراسة تحليلية مقارنة 2000 - 2010، جامعة الجزائر 03، كلية علوم الإعلام والاتصال أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال 2017 - 2018 .

أ/ من حيث التوجهات الموضوعية:

- أوضحت الدراسة أن معظم البحوث الجزائرية بين أكثر من عنصر للعملية الاتصالية نظرا لتداخل و تفاعل هذه العناصر مجتمعة كما أن نسبة من الأطروحات الفرنسية تناولت أكثر من عنصر للعملية الاتصالية في موضوعاتها المتنوعة حيث سجلت أعلى نسبة.
- اهتمت الأطروحات الجزائرية ببحوث التلفزيون بينما اهتمت الأطروحات الفرنسية ببحوث الصحافة وتكنولوجيات الإعلام والاتصال.

ب/ من حيث التوجهات النظرية:

- توصلت الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من الأطروحات الجزائرية لم تشر إلى نوعية النظريات التي استعانت بل اكتفت بعرض الأدبيات التي لها علاقة بهذه الأطروحات ، و استعانت الأطروحات الأخرى بنظريات إعلامية تقليدية معروفة.
- كشفت الدراسة عن مقاربات جديدة في مجال الإعلام والاتصال اعتمدتها البحوث الفرنسية منها مقارنة سيميائية تداولية ، سوسيو تقنية ، المتمثلات الاجتماعية .

ب/ من حيث التوجهات المنهجية:

- بينت الدراسة أن السواد الأعظم من البحوث الجزائرية عبارة عن بحوث كمية فأدوات البحث الكمي كانت الأكثر استخداما فيها بينما أطروحات الفرنسية سادت فيها البحوث النوعية .
- وظفت معظم الأطروحات الجزائرية المنهج المسحي بينما الأطروحات الفرنسية تحليل الخطاب .

الدراسة الخامسة: معونة ب " الاتجاهات الحديثة لبحوث نظريات الاتصال الجماهيري في إطار بيئة الإعلام الرقمي " لعمر محمد محمود عبد الحميد.⁽¹⁾

و هي دراسة تحليلية من المستوى الثاني بحيث استهدفت الدراسة رصد الاتجاهات الحديثة في بحوث نظريات الإعلام الرقمي في المدارس العربية والغربية والأسبوية .

و تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية و هو منهج يرصد و يحلل التراكم العلمي بهدف التوصل لوصف عام للظاهرة موضع الدراسة من خلال أسلوب التحليل من المستوى الثاني الذي يسمح بالتحليل الكيفي المتعمق .

¹ - عمرو عبد الحميد، الاتجاهات الحديثة لبحوث نظريات الاتصال الجماهيري في إطار بيئة الإعلام الرقمي -دراسة تحليلية من المستوى الثاني 2016-2021، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم، المجلد 09 ، العدد 02، 2022، ص 490- 516 .

و تضم عينة الدراسة 114 دراسة عربية و أجنبية خلال الفترة الزمنية الممتدة 2016 إلى 2021.
و توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:
أ/ من حيث التوجهات الموضوعية:

- كشفت لنا الدراسة أن معظم الأطروحات ارتكزت على اختيار موضوع يتصل بمستجدات الإعلام الرقمي بالبيئة العربية على عكس المدرسة الغربية التي حاولت الاستفادة من تلك النظريات مع التوسع في تحليل تطور فرضياتها لاعتبارات ارتبطت في مجملها باختلاف طبيعة الوسائل الرقمية التقليدية و تباين جمهور الإعلام الرقمي .

ب/ من حيث التوجهات النظرية :

- أوضحت الدراسة أن أغلب بحوث المدرسة العربية توظف نظريات الإعلام التقليدي بنفس بنفس منظورها في بحوث و دراسات الإعلام الرقمي دون التوسع في تسليط الضوء على تطور فرضياتها .
- لا تزال المدرسة العربية تعاني من التبعية للمدرسة الغربية في مجال نظريات الإعلام الرقمي .

ج/ من حيث التوجهات المنهجية:

- اعتمد الباحث على أسلوب تحليل المستوى الثاني و استخدم منهج المسح بشقيه الوصفي و التحليلي ، و أسلوب المقارنة المنهجية "المنهج المقارن" الذي وظفه الباحث في رصد أوجه الاتساق والاختلاف بين المدارس البحثية المختلفة محل الدراسة.

الدراسة السادسة: تحت عنوان الاتجاهات الحديثة في بحوث أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية للدكتور انجي محمد أبو سريع خليل.⁽¹⁾

وهي دراسة تحليلية من المستوى الثاني ، حيث تسعى إلى رصد وتقييم الاتجاهات البحثية الحديثة المعنية بقضية أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية ، من خلال تحليل الدراسات التي أجريت في الفترة 2015 إلى 2020 بهدف تقديم رؤية متعمقة للتوجهات البحثية في هذا المجال والكشف عن أهم القضايا الرئيسية و الفرعية والإجراءات المنهجية لهذه الدراسات.
و تمحورت الإشكالية الرئيسية للدراسة كالآتي:

- ما أهم الاتجاهات البحثية الحديثة في مجال أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية؟

¹ -انجي محمد أبو سريع خليل ، الاتجاهات الحديثة في بحوث أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية -دراسة تحليلية من المستوى الثاني ، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 20 ، العدد01 ، 2021 ، ص 108.

تنتهي هذه الدراسة إلى بحوث تحليل المستوى الثاني الهادفة إلى المراجعة المنهجية التحليلية للبحوث العلمية وتضم عينة الدراسة 60 دراسة بواقع 14 دراسة عربية ، 46 أجنبية و اعتمدت الدراسة على أسلوب المراجعة المنتظمة الذي يوفر إمكانية الوصف الدقيق لأحد الموضوعات العلمية .
و توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

أ/ من حيث التوجهات الموضوعية :

- تعتبر قضية أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية من القضايا التي لم يتم دراستها بعمق كقضية بحثية مستقلة بذاتها .
- شهدت قضية الدراسة اهتماما بحثيا على مستوى الدول كان أهمها الدراسات الأجنبية .
- كانت القضايا البحثية التي اهتمت بها الدراسات العربية أقل تنوعا و ارتكز معظمها على التوجه التوصيفي لمدرجات الممارسين حول أخلاقيات الممارسة الرقمية أو بيان مستوى الاهتمام البحثي بهذا الموضوع ضمن قضايا أخرى .
- عدم اهتمام الدراسات العربية بالتحديات الأخلاقية الممارسة العلاقات العامة الناتجة عن تحولات الأحداث في تكنولوجيا الاتصال الرقمي .

ب/ من حيث التوجهات النظرية:

- الاعتماد على البحوث الكمية وحدها أو البحوث الكيفية وحدها دون محاولة الدمج بينهما .
- ملاحظة غلبة البحوث الكيفية على البحوث الكمية في هذه القضية .

ج/ من حيث التوجهات المنهجية :

- استخدام المنهج المسحي واستمارة الاستقصاء كأداة جمع البيانات الأكثر شيوعا و يليه تحليل المضمون الكمي لمحتوى المنصات الرقمية للمنظمات ، الاعتماد على العينات فكان معظمها عينات عمدية من ممارسي العلاقات العامة بصفة أساسية لتحليل آرائهم حول أخلاقيات لممارسة الرقمية .

- حدود الاستفادة من الدراسات:

- إن الاطلاع على الدراسات السابقة و التي لها علاقة بموضوع بحثنا ، ساعدتنا خطوات سواء في الجانب المنهجي أو النظري أو التطبيقي ، و جميعها تقوم على دراسة تحليلية بحيث ساعدتنا في فهم الدراسة التحليلية وعمقت من فهمنا لموضوع الاتجاهات البحثية لبحوث الإعلام مما جعلنا نأخذ فكرة عن الموضوع الذي نعالجه ، إذ نجد هذه الدراسات تتفق مع دراستنا في جوانب في حين آخر تختلف في جانب ما .

- ساعدتنا الدراسة الثانية لعائشة كعباش المعنونة "باتجاهات بحوث الإعلام الالكتروني في الجزائر" و الدراسة الخامسة لعمر و محمد محمود عبد الحميد و الدراسة السادسة للدكتور أنجي محمد أبو سريع خليل في الإطار المنهجي من حيث الأداة المستخدمة إذ اعتمدنا على أداة تحليل من المستوى الثاني بهدف تحليل بحوث الإعلام و هي مذكرات الماستر المنجزة في قسم علوم الإعلام و الاتصال ، وكذلك اعتمد باحثي الدراسة الخامسة و السادسة على المنهج الوصفي التحليلي و هو نفس المنهج الذي قمنا به في دراستنا .
- استفدنا من الدراسة الثالثة للدكتور محمود حمدي عبد القوي و الدراسة الأولى لسوسن لوانسة والرابعة لكعباش عائشة في الوصول إلى صياغة دقيقة لتساؤلات موضوع بحثنا المعنون بالاتجاهات البحثية لبحوث الإعلام في الجامعة الجزائرية - دراسة تحليلية لمذكرات الماستر في قسم الإعلام والاتصال بجامعة البويرة ، خاصة ساعدتنا في تقادي تكرار نفس العنوان البحثي بحيث أسقطنا تجربتنا على مذكرات تخرج الماستر .
- الاستفادة من دراسة عائشة كعباش وعمر و محمد محمود عبد الحميد في الجانب التحليلي و أخذ فكرة في كيفية معالجته .
- ساهمت أغلب الدراسات في تزويدنا بالعديد من المراجع بحيث ساعدتنا في معالجة موضوع دراستنا .

التعليق على الدراسات:

أ/ من حيث الموضوع :

- بعد الاطلاع و عرض الدراسات السابقة ، نجد معظم الدراسات تناولت الاتجاهات البحثية لبحوث الإعلام في الجامعات الجزائرية ، كما اتضح لنا مدى اهتمام الباحثين بهذه البحوث حيث نجد أن معظمهم ألقوا الضوء على تحليل أطروحات الدكتوراه و الماجستير باستثناء مذكرات الماستر و البحوث و الورقات البحثية المنشورة في المجالات العلمية.
- وجود تشابه المتغيرات في الدراسات حيث اتفقت دراسة سوسن لوانسة و عائشة كعباش في تناولهما نفس المتغيرات لمشكلة البحث التي تتمثل في التركيز على الاتجاهات البحثية كمتغير تابع و بحوث الإعلام الجديد أو الالكتروني .
- اتفقت أغلب الدراسات على هدف واحد و هو رصد و تحليل بحوث الإعلام في الجامعة الجزائرية في قسم علوم الإعلام و الاتصال منها دراسة محمود حمدي عبد القوي و دراسة

كعباش عائشة و سوسن لوانسة باستثناء دراسة كعباش عائشة المعنونة بأطروحات الدكتوراه في الإعلام و الاتصال في الجامعات الجزائرية و الفرنسية .

ب/ من حيث الإجراءات المنهجية :

- اتفقت الدراسة الثانية و دراسة عمرو محمد عبد الحميد و دراسة أنجي أبو سريع خليل في نوع الدراسة حيث تعد دراسات تحليلية وصفية باستثناء دراسة الأولى نقدية أما الثالثة و الرابعة فهي ضمن الدراسات الاستكشافية.
- اعتمدت الدراسات السابقة على المنهج المسحي باستثناء دراسة سوسن اكتفت بالمنهج النقدي أما الدراسة الرابعة زاوجت بين المنهجين المقارن و المسحي غير أن الدراسة الخامسة اعتمدت على الوصفي .
- تشابه دراستي سوسن لوانسة و أنجي محمد أبو سريع خليل في تحديد نوع العينة العمدية .
- اعتمدت أغلب الدراسات على أداة تحليل المستوى الثاني أما دراسة محمود حمدي عبد القوي و عائشة كعباش اتفقتا على تحليل المضمون ، أما الدراسة الثانية فقد تبنت أسلوب الحصر الشامل

ج/ من حيث النتائج :

- معظم الدراسات توصلت إلى أن البحوث الإعلامية تحتل مكانة معتبرة ضمن الدراسات الإعلامية التي تنجزها مؤسسات أكاديمية و إعلامية إذ استطاعت بحوث أن تنال اهتمام كبير من باحثي الجامعة الجزائرية ، و هذا ما نراه في دراسة كعباش و محمود حمدي ، أما قضية العلاقات الرقمية لم يتم دراستها بعمق كقضية بحثية مستقلة بذاتها لدراسة أنجي محمد ، أما دراسة سوسن لوانسة كشفت أن مثل هذه البحوث لم تحظى باهتمام باحثي دراسات العينة .
- كشفت لنا أغلب الدراسات على وجود تنوع المواضيع البحثية المتناولة في البحوث الإعلامية وهذا ما نجده في دراسة كعباش عائشة التي تناولت الإعلام الإلكتروني في عينة البحث ، إذ هناك بحوث تهتم بالإنتاج الإعلامي الإلكتروني و بحوث تنظر في استخدامات الجمهور للإعلام الإلكتروني و الأخرى ترصد تأثير الإعلام الإلكتروني ، أما دراسة محمود حمدي اهتمت بدراسات الاتصال السياسي و الرأي العام و إدارة الأزمات و غيرها ، في حين كشفت دراسة أنجي محمد بالقضايا البحثية التي اهتمت بها الدراسات ، أنها أقل تنوعا و ارتكز معظمها على التوجه التوصيفي لمدرجات الممارسين حول أخلاقيات الممارسة الرقمية ، و صرحت

دراسة عمرو محمد بأن معظم الأطروحات ارتكزت على اختيار موضوع يتصل بمستجدات الإعلام الرقمي .

- كشفت أغلب الدراسات عن تنوع الأطر النظرية المستخدمة في الرسائل و الأطروحات العلمية و التي تتلاءم مع الموضوعات المدروسة .
- توصلت أغلب الدراسات إلى أن معظم البحوث زوجت بين أكثر من منهج بحثي كالبحث المسيحي والتاريخي والوصفي ، والواضح أكثر استخداما هو المنهج المسيحي .

7-مجتمع البحث وعينة الدراسة :

يقصد بمجتمع البحث جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها سواء أكانت هذه المفردات بشر، مؤسسة أم أنشطة تربوية و غير ذلك.(1)

ومنه فإن مجتمع البحث لدراستنا يتمثل في رسائل الماجستير التي أنجزت من قبل طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة البويرة في الفترة الممتدة بين سنوات 2017 إلى 2022 وهي دراسات عالجت مختلف الموضوعات الخاصة بالعملية الاتصالية والإعلامية والبالغ عددها 296 رسالة .

- العينة:

تعتبر العينة مجموعة من أفراد المجتمع الذي يختارهم الباحث ليكونوا أهم مصدر جمع بياناته في أثناء تنفيذ لبحثه، وتتم اختيار العينة أو تحديدها وفق أسس علمية و أساليب خاصة تتناسب مع موضوع وهدف البحث.(2)

فالباحث يختار العينة التي يرى أنها ستعينه في بحثه وعليه فإن عينة البحث هي عينة عشوائية منتظمة فهي الأنسب لهذه الدراسة . وتعرف بأنها عينة احتمالية لأنها تعتمد على نظرية الاحتمالات التي تسمح بحساب الممكن أي احتمال وقوع حدث و تكون المعاينة احتمالية إذا كان لكل عنصر من مجتمع البحث الأصلي حظ محدد و معروف من العناصر المكونة و ذلك وفقا لمعايير رياضية³، و منه ضربنا عدد مجتمع البحث في مجال الاختيار 10 ثم قسمناه على 100 و حصلنا على عينة البحث ، و بالتالي كان اختيارنا الأول للعينة عشوائيا و منه يتحدد الاختيارات الأخرى فقد طبقنا اختيار العينة مرتين فاتضح لنا عينة الدراسة 36 .

¹ - سعد سليمان المشهداني ، مناهج البحث الإعلامي ، ط1 ، دار الكتاب الجامعي ، 1437 هـ / 2017 م ، ص43

² سعد سليمان المشهداني ، مرجع نفسه ، ص 43 .

³ مورييس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية،ترجمة صحراوي بوزيد و آخرون، دار القصة للنشر ، ط2 ، الجزائر ، 2006 ص 301.

8-نوع الدراسة و منهجها :

أ/ نوع الدراسة:

تعتمد الدراسات البحثية على مجموعة من المناهج العلمية فعلى الباحث أن يحدد المناهج الذي سيعتمد عليه في دراسته.

قمنا بهذه الدراسة ككل الباحثين باختيار منهج مناسب لموضوع بحثنا حتى نتمكن من الوصول لنتائج خاصة بمشكلة علمية أو لاكتشاف حقائق متعلقة بالظاهرة التي ندرسها ، إذ علينا تتبع خطوات نقادى بها الدخول في متاهات تعيق وصولنا للهدف.

ويلعب منهج البحث دور الأساسي في تدوين معلومات البحث فهو يلزم الباحث على عدم إبداء رأيه الشخصي دون تعزيزه بآراء لها قيمتها.⁽¹⁾، فالمنهج في العلم مسألة جوهرية كما أن الإجراءات المستخدمة أثناء إعداد البحث و تنفيذه هي التي تحدد النتائج.⁽²⁾

وعليه فإن طبيعة دراستنا هي دراسة كيفية ، تنتمي إلى البحوث الوصفية حيث تعرف بأنها دراسة الظاهرة كما هي في الواقع ووصفها وصفا دقيقا و جمع المعلومات عنها ، و التعبير عنها كفيها و كميا ، تمهيدا لفهم الظواهر و تشخيصها و تحليلها³ و منه يتحتم على الباحث اختيار المنهج المناسب لدرسته وبما أن موضوع بحثنا يتمحور حول " الاتجاهات البحثية لبحوث الإعلام في الجامعة الجزائرية - دراسة تحليلية لعينة من مذكرات الماستر بالبويرة فقمنا باختيار المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب، لمعرفة ما تحتويه هذه البحوث ، والذي يسمح بالوصف والتحليل لرصد الاتجاهات البحثية في علوم الإعلام والاتصال سواء على المستوى النظري أو المنهجي وتقديم رؤية شاملة متعلقة بالمشكلات والموضوعات البحثية و طرق معالجتها والتعرف على المنهجية المتبعة .

فالمنهج الوصفي التحليلي يقوم على وصف ظاهرة من ظواهر الوصول إلى أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج و التعميمات و ذلك من أجل تعميم البيانات و تحليلها.⁽⁴⁾

9-أدوات جمع البيانات :

¹ - سعد سليمان المشهداني ، مرجع سابق ، ص17

² مورييس أنجريس ، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون ، منهجية البحث في العلوم الإنسانية تدريبات علمية ، دار القصبه للنشر ، الجزائر ، 2004 ، ص36 .

³ عبد السلام ياسمينه ، البحوث الوصفية ، محاضرات البحث الميداني السنة الثانية ماستر ، لسانيات عربية .

⁴ - عبد الباسط محمد حسن ، أصول البحث الاجتماعي ، ط3 ، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة ، 1931 ، ص 109

يعد اختيار أداة الدراسة من أهم المراحل التي يمر بها البحث العلمي ،فبعد تحديد الباحث للمنهج المناسب لبحثه ، يتعين عليه فحص ما توافر له من أدوات ليحدد من بينها الأداة الأنسب لتحقيق أهداف دراسته .

وعليه اعتمدنا في جمع بيانات هذه الدراسة على أداة " تحليلًا لمستوى الثاني " التي تستهدف التحليل الكيفي لمذكرات الماستر التي أجريت في مجال علوم الإعلام والاتصال والموضوعات التي تناولتها هذه الدراسات والاتجاهات البحثية والإجراءات المنهجية والأطر النظرية التي اعتمدت عليها .

إذ عرفه "لي بيكر" و"راندي بيم" أنه عبارة عن وضع مجموعة من الدراسات أو البحوث جنبًا إلى جنب بهدف المقارنة بينها عن طريق استخدام تحليل المضمون لتلك الدراسات وهو الإجراء الذي يحدد فئات المتغيرات التي قاستها تلك الدراسة و أساليب القياس ثم النتائج التي توصلت إليها و ذلك بهدف تقييمها ونقدها.(1)

ونشير إلى أن نجاح التحليل من المستوى الثاني في استقراء نتائج الدراسات السابقة وإجراء المقارنة والوصول إلى نتائج جديدة تثري العلم والمعرفة المتخصصة، ويحقق نجاح الباحث في تحليل من المستوى الثاني استعادة للمعرفة العلمية في الماضي و ربطها بالتطورات المعاصرة في نفس المجال.(2)

ومن هنا أبرزت لنا أهمية توظيف أسلوب تحليل من المستوى الثاني والغاية منه في الدراسة الحالية في استغلال تحليل مذكرات الماستر كتراث علمي متراكم يتيح للباحثين أبرز الإشكالات المطروحة والمنطلقات النظرية والمنهجية المتبعة .

10 -مجالات الدراسة :

- المجال الموضوعي : اشتملت الدراسة على تحليل مذكرات الماستر بقسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة ألكلي محند ألحاج بالبويرة خلال الفترة المحددة في البحث.
- المجال الزمني : تم جمع البيانات في الفترة الممتدة من 17 ماي 2023 إلى غاية جوان 2023 .

¹-سامة العلمي ، بحوث الإعلام الجديد في الجامعات الجزائرية – دراسة تحليلية نقدية لمذكرات الماستر شعبة الإعلام والاتصال، جامعة أم البواقي ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال صحافة مطبوعة و الكترونية ،2018

² -محمد عبد الحميد، مرجع سابق ،ص187

- المجال المكاني : تم الحصول على البيانات من المكتبة المركزية و قسم البحث العلمي بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية بجامعة البويرة تخصص اتصال و علاقات عامة.

الفصل الأول

البحوث العلمية في علوم الإعلام و الاتصال : ماهيتها و منهجية إعدادها

تمهيد:

- I-المبحث الأول: ماهية البحوث العلمية في علوم الإعلام و الاتصال .
 - المطلب الأول: نشأة بحوث الإعلام و العوامل التي ساعدت على تطويرها .
 - المطلب الثاني: تطور البحوث الكمية و الكيفية في الدراسات الإعلامية.
 - المطلب الثالث: أهمية البحوث الإعلامية وأهدافها .
 - المطلب الرابع: خصائص البحث الإعلامي .
 - II-المبحث الثاني: منهجية البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال .
 - المطلب الأول: أنواع مناهج البحث في علوم الإعلام و الاتصال .
 - المطلب الثاني: نظام المعاينة في بحوث الإعلام و الاتصال و الأخطاء الشائعة في اختيارها .
 - المطلب الثالث: أدوات جمع المعلومات في البحوث الإعلامية .
 - المطلب الرابع: طرق معالجة البيانات و استخلاص النتائج .
- خلاصة

تمهيد:

أصبحت البحوث الإعلامية اليوم، تحظى باهتمامات الدارسين و الباحثين في المجال الإعلامي، أين ساهم تنوع الميادين و تشعب المواضيع البحثية في أن تكون البحوث الإعلامية في علوم الإعلام و الاتصال أكثر شمولية ، من حيث الأطر النظرية و المسلمات الأساسية من أهداف و أهمية و خصائص أصبحت تتميز بها ، و الجوانب المنهجية من حيث أنواع المناهج و نظم المعاينة و أهم أدوات جمع المعطيات و طرق معالجة البيانات و هو ما سنتطرق إليه في هذا الفصل .

المبحث الأول: ماهية البحوث العلمية في علوم الإعلام و الاتصال.

المطلب الأول : نشأة بحوث الإعلام و تطورها.

أ_ النشأة:

نشأت بحوث الإعلام و الاتصال غالبا في وقت مبكر في فترة الستينات من القرن العشرين في أقسام الاجتماع و علم النفس في كثير من الجامعات ، و افتقد الباحثون في هذه التخصصات الخلفية الإعلامية بسبب حداثة ظهور علم الإعلام ، بينما تغير هذا الوضع بعد ذلك بنمو أقسام الإعلام بسرعة السبعينات و ظهور باحثين متخصصين في مجال الإعلام بعد ذلك ، و بدأت تظهر بعض الآراء التي تشجع على ضرورة مشاركة الباحثين في مجال الإعلام مع زملائهم في مجال علم النفس و الاجتماع و السياسة في إجراء بحوث مشتركة ، وفي السنوات القليلة الماضية اتجهت بحوث الإعلام منحا جديدا عندما ركزت على الجوانب النفسية و الاجتماعية لوسائل الإعلام ، حيث اتجه علم النفس لدراسة الردود العاطفية لبرامج و الإعلانات التلفزيونية و موسيقى محطات الراديو ، أيضا بدأ استخدام الكمبيوتر في بحوث الإعلام لتحليل البيانات و المعلومات¹ .

ب- تطور بحوث الإعلام:

و تطورت بحوث الإعلام عبر مراحل مختلفة حيث اهتمت هذه البحوث في بداياتها بالوسيلة الإعلامية نفسها ، حيث كان هناك اهتمام بماهية هذه الوسائل ، و كيف تصل ؟ و كيف تتشابه و تختلف عن غيرها ؟ و ما هي الوظائف أو الخدمات التي تقدمها ؟ . و اهتمت في المرحلة الثانية بتطوير الوسيلة و تراكمت في هذه الفترة معلومات محددة عن دوافع الجمهور لاستخدام الوسيلة و الإشباعات المتحققة منها ، من خلال محاولة الإجابة عن تساؤلات تتعلق ب:

- الكيفية التي يتم من خلالها استخدام الوسيلة في الحياة الفعلية .
- التعرف عن أسباب استخدام الجمهور للوسيلة .
- معرفة فئات الجمهور التي تحرص على متابعة الوسيلة .
- التعرف على الإشباعات التي تقدمها الوسيلة للجمهور .
- التعرف عن التوقعات الناشئة عن استخدام وسيلة معينة

و اهتمت البحوث الإعلامية في المرحلة الثالثة بالتأثير الاجتماعي و النفسي و المادي للوسيلة ، و ذلك من خلال محاولة الإجابة عن الأسئلة التي تتعلق :

- بمعرفة الوقت الذي يقضيه الناس أمام الوسيلة الإعلامية .

¹- طه عبد العاطي نجم مناه البحث الإعلامي ، ط1 ، دار كلمة للنشر و التوزيع ، 2015 ، ص18

- التعرف عن مساهمة الوسيلة في تغيير وجهات نظر الأفراد اتجاه الأشياء.¹

و احتوت المرحلة الرابعة على إمكانية تحسين الوسيلة سواء في استخدامها أو تطويرها التكنولوجي و ذلك من خلال الإجابة على التساؤلات :

- كيف يمكن للوسيلة تقديم المعلومات أو التسلية لكل أنواع الناس.
- كيف يمكن للتكنولوجيا الجديدة أن تعمل على تحسين كمال الرؤية أو صوت الوسيلة؟

و في هذا الصدد نشير إلى العوامل التي ساعدت على تطور بحوث الإعلام:

- الحاجة لفهم المزيد عن طبيعة الدعاية بعد الحرب العالمية الأولى و محاولة الباحثين العمل على تحفيز استجابة الجمهور ، لكشف آثار وسائل الإعلام في ذلك الوقت .
- تمثل الإسهام الثاني في الدراسات التي أجريت على المعلنين في الخمسينات و الستينات من القرن العشرين ، و التي أفادت بضرورة ابتكار وسائل لإقناع الزبائن المحتملين لشراء المنتجات و الخدمات و بناء على ذلك تشجع المعلنون على إجراء دراسات حول فعالية الرسالة و حجم الجمهور و توزيعه .
- تزايد دور القوى الاجتماعية في دفع اهتمام المواطنين نحو وسائل الإعلام العامة و تحديدا الأطفال . و توصل البحث في هذا الصدد إلى أن إلى أن محتوى البرامج التي تبث عبر التلفزيون و تتخللها الإعلانات التجارية ربما تحتوي على مشاهد من العنف و الجنس أثناء مشاهدة الأطفال لها.
- زيادة المنافسة بين الإعلام و الإعلانات التجارية حتى وصلت إلى مستويات جديدة من التعقيد لدرجة أصبح بإمكان مالكي وسائل الإعلام السيطرة على بحوث الإعلام في الوقت الذي كانت علوم الاجتماع و النفس و التسويق هي صاحبة الريادة في مجال البحث الإعلامي.²

¹- نواري عائشة ،البحث الإعلامي بين المقاربة الكيفية و المقاربة الكمية، المجلة الدولية للدراسات الإنسانية ، المجلد 01 ،ع01

، 2022 ، ص136

²- نواري عائشة ،نفس المرجع السابق ،ص137 .

المطلب الثاني : أهمية البحوث الإعلامية

أصبح الهدف من تدريس مادة مناهج البحث الإعلامي لطلاب الدراسة الجامعية الأولية ، و الدراسات العليا هو إعداد الطلاب إعدادا تربويا علميا يؤهلهم ليصبحوا أساتذة و باحثين منهجيين ، و توجيههم التوجيه الصحيح ليتفرغوا للبحوث و الدراسات العلمية الأكاديمية ، لأن الهدف الأساسي للتعليم الجامعي ليس تخريج المدرسين أو المهندسين و حسب ، و إنما هو تخريج باحثين أكاديميين يمتلكون الوسائل العلمية لإثراء المعرفة الإنسانية ، بما يقدمونه من مشاركات جادة في مجالات تخصصهم ، و يتحلون بالأخلاق السامية التي هي عدة الباحث في هذا الميدان مثل الصبر ، الأمانة ، و الصدق ، و الإخلاص لطلب العلم وحده .

يعد البحث الإعلامي ذلك البحث الذي يساهم في دراسة الظواهر و المشكلات التي تتعلق بالإعلام و إيجاد الحلول لها ، و تزداد أهميته كلما ارتبط بالواقع أكثر فأكثر ، و تؤدي بحوث الإعلام دورا رئيسا في كافة الجوانب الخاصة بالممارسة الإعلامية ، و بدون استخدام هذه البحوث من البداية و الاعتماد عليها بصفة مستمرة لا يمكن أن تقوم لعدد كبير من الوظائف الإعلامية قائمة و تعين بحوث الإعلام مخططي الاستراتيجيات الإعلامية على تحديد المدخلات الإعلامية الصحيحة في التعرف على المخرجات المستحقة و مدى مطابقتها للأهداف المحددة سلفا ، مما يساهم في تقديم كفاءة الجهود الإعلامية و تطويرها و تنميتها و تبرز أهمية البحوث الإعلامية التي كتبها المتخصصون في هذا المجال من خلال التعريف بالتصميمات الآتية:

- وصف الظاهرة الإعلامية و عناصرها .
- وصف العلاقات السببية و اختبارها .
- تحليل محتوى الإعلام و المواقع الإعلامية .
- تقديم دراسات تاريخية و مستقبلية في مجال الإعلام .
- تقديم الدراسات الكيفية و البحث النقدي .

و يميل البحث الإعلامي اليوم للتخصص في مجال الإعلام، فهناك بحوث تتعلق بوسائل الإعلام تسمى بحوث الوسيلة و بحوث تتعلق بجمهور وسائل الإعلام تسمى بحوث الجمهور و غيرها و جميع هذه البحوث تهتم بمعالجة أدق الجزئيات بالتفصيل و تسلط الضوء على أسباب الظواهر و المشكلات الإعلامية و نتائجها ، و توازن هذه البحوث بين الأمور لتبين صحتها و إبراز حقيقة ما.¹ كما يعد وسيلة للاحتفاظ بما يصل إليه المجتمع من تطور و نقله من حال إلى حال آخر ، و هو الأساس لحل المشاكل إذ أصبحت المشكلات تحل على أساس المنهج العلمي إن كان وصفي ،

¹- سعد سليمان المشهداني ، مرجع سبق ذكره ، ص24

تاريخي ، تجريبي ، مقارنة أو دراسات إحصائية ، و إن يبتعد المجتمع عن حل المشكلات بالطرائق التقليدية غير العلمية مثل التخمين أو تقدير الأمزجة و التنجيم¹.

فالبحث يساعد على رقي الأمم في وقت قياسي ، إذ ما توفق الباحث للوصول إلى الطريقة العلمية التي تمكنه من اختصار الوقت و الوصول إلى النتائج ، كما أنه وسيلة للابتكار و الإبداع و الغير المنهجية وسيلة لكشف الأخطاء الشائعة الناتجة عن الأبحاث المتسعة و غير المنهجية. و هو أيضا من وسائل التعليم الذاتي من خلاله يتعرف الطالب على أسلوب البحث و طريقته ، و يتعلم كيف يصل إلى المعلومات بنفسه أن يطبقها في الحياة العلمية².

المطلب الثالث : أهداف البحوث الإعلامية.

يمكن تحديد أهداف الدراسات و البحوث الإعلامية من خلال التشخيص الذي قدمه الباحث الأمريكي "ولبر شرام" حول مسؤولية علماء الاتصال في إدراك و فهم الاتصال الشخصي قائلا: " أن مسؤولية علماء الإعلام و الاتصال تكمن فيما يأتي:

- دراسة الاتصال الجماهيري.
- معرفة تنظيم مؤسسات الاتصال و أساليب السيطرة الاجتماعية عليها و مراكز المؤسسة في التنظيم الاجتماعي العام ، وظيفتها ، و جمهورها و مسؤولياتها و طرق قياس تلك المسؤوليات .
- دراسة طبيعة التأثير و السبيل إلى تحقيق ما عليه الاتصال.
- اختيار الوسائل الملائمة و طبيعة كل وسيلة و نوع الجمهور المستقبل لها ، و مشكلة نقل المعاني.

و من هنا يمكن تحديد أهم أهداف الدراسات و البحوث الإعلامية بالنقاط الآتية:

- الوصف : تهدف الدراسات الإعلامية إلى وصف حركة الظواهر الاعلامية و علاقاتها و اتجاهاتها و تسعى البعض منها إلى تحقيق أهداف وصفية تتمثل في اكتشاف حقائق معينة أو وصف واقع معين ، إذ يقوم الباحث بجمع المعلومات لتفسير بعض الظواهر و صياغة بعض الفرضيات و تستخدم الدراسات الوصفية لأغراض الوصف المجرد و المقارن للأفراد و الجماعات .

¹- ناهده عبد زيد الدليمي ، أسس و قواعد البحث العلمي ، ط1 ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان 2016 - 1437 هـ

ص.20

²- مي عبد الله ، البحث في علوم الإعلام و الاتصال " من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات البحثية " ، ط1 ، دار النهضة العربية ، بيروت ، لبنان ، 2010 ، ص44-45.

- التنبؤ : يركز البحث العلمي في المجالات الإعلامية للتنبؤ في وضع تصورات و احتمالات عن ما يمكن أن يحدث في المستقبل لبعض الظواهر من حيث التطورات الممكنة و التوقع بحركة الظاهرة الإعلامية.
- التفسير: يعمل الباحث الإعلامي الذي يهدف إلى تقديم شرح لظاهرة إعلامية معينة على توضيح كيف و لماذا تحدث هذه الظاهرة ؟ و من الصعب عزل تفسير الظاهرة الإعلامية عن مقدمات هذا التفسير.
- التقويم: تهدف بعض الأبحاث العلمية إلى تقويم الظاهرة و التعرف على ما إذا تم تحقيق أهداف المنظمة ، و إلى أي مدى تم تحقيق أهداف برامجها مثلا : ما يتم من خلال الهدف للبحث العلمي التعرف على نتائج غير مقصودة سواء أكانت مرغوبة أو غير مرغوبة .
- الدحض : كثيرا من البحوث العلمية لا تستطيع الجزم بقبول فرضية معينة و لكن ذلك قد يكون ممكنا لو سعت إلى دحض أو رفض فرضية أخرى.
- التثبت : تركز بعض البحوث العلمية التي تهدف إلى التثبت على أن الباحث يقوم بإجراء دراسة للتثبت من حقيقة موضوع سبق دراسته من قبل باحث آخر ، و لكنه يأخذ عينة و بيئة مختلفة¹.

المطلب الرابع : خصائص البحث الإعلامي.

يمكن تلخيص خصائص البحث الإعلامي بما يأتي:

- **البحث العلمي عملية منظمة و هادفة:** ينجز البحث العلمي بعملية منظمة تبدأ بسؤال في عقل الباحث تتم صياغته على شكل مشكلة بحثية توضع لها حدود و متطلبات بصورة دقيقة ، يلي ذلك إتباع خطة البحث التي يتم وضعها و التي تحدد الخطوات العلمية اللاحقة للبحث العلمي .
- **الأصالة :** يتميز البحث الإعلامي بأن الباحث يسعى فيه إلى الوصول إلى أفكار علمية جديدة ذات أهمية علمية على أن يكون مستقلا في تفكيره و معايش للواقع و تبرز الجودة و الأصالة في البحث الإعلامي عند اختيار الموضوع و تحديد المشكلة و الأسلوب الذي يستخدمه الباحث لمعالجة الموضوع .

¹- سعد سليمان المشهداني ، نفس المرجع سبق ذكره ، ص ص 27-28

- **الإبداع :** تتمثل خاصية الإبداع في القدرات و المهارات التي يمتلكها الباحث و يسخرها لخدمة موضوع بحثه.
- **الأمانة العلمية:** يتطلب من الباحث الحيادية التامة فليس له الحق في تحريف أي معلومة أو تغييرها أو يسمح لنفسه بسرقة جهد الآخرين ، و الأمانة العلمية من الفضائل الإنسانية النبيلة على الباحث أن يتحلى بها.
- **الموضوعية :** تتجلى هذه الخاصية عند استخلاص النتائج أو إصدار القرارات على الباحث أن لا يتحيز إلى رأيه الشخصي أو أفكاره الخاصة و إنما عليه بالاعتماد على الفكرة المدعومة بالأدلة و أن لا يسمح الباحث لعاطفته بالسيطرة على تفسيراته في جانب موضوعي .
- **الدقة و الاعتماد على الدليل بدلا من مصدر الثقة:** الحرص التام من الباحث و التأكد من المعلومات التي يعتمد عليها في دراسته و التحقق من دقة المعلومات ، و الاعتماد على الدليل في مقابل رفض الاعتماد على مصدر الثقة مهما كان موثوقا لأن النتائج لا تكون صحيحة إلا إذا دعمت بالدليل القاطع.¹

المبحث الثاني : منهجية البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال.

المطلب الأول : أنواع مناهج البحث في علوم الإعلام و الاتصال:

1- مفهوم منهج البحث العلمي :

يعتبر المنهج عند عبد الباسط محمد حسن " أنه ذلك الطريق الذي يؤدي إلى الكشف عن الحقيقة و هو علم يضم مجموعة من القواعد التي تهيم على سير العقل لتحديد عملياته بهدف الوصول إلى نتيجة معلومة (1).

و هو علم يبحث عن طرق للكشف عن الحقيقة بعلم المناهج ، كما يقصد به الوسيلة التي توصل الباحث إلى الحقيقة (2).

و يتم اختيار منهج البحث عن طريق مشكلة البحث التي يحدد من خلالها اتجاهات البحث إن كان تاريخيا أو وصفيا ، مسحيا تجريبيا ، و يعني منهج البحث العلمي استخدام طريقة علمية منظمة في مواجهة مشكلاتنا اليومية و العامة ، و هو ما يسمح برفع و تعزيز قدرتنا على حلها عبر تناولها بطرق علمية مما يسهل علينا مواجهتها.

2- المنهج الوصفي :

يعرف المنهج الوصفي بأنه طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة ، و تصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها ، و تهدف البحوث

¹ - سعد سليمان المشهداني ، نفس المرجع السابق ، ص ص 20 -

الوصفية إلى وصف ظواهر معينة و جمع الحقائق و المعلومات و الملاحظات عنها و تقرير حالتها كما توجد عليه في الواقع ، و تهتم البحوث الوصفية بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الأشياء و الظواهر التي يتناولها البحث ، و ذلك في ضوء قيم أو معايير معينة ، و اقتراح الخطوات أو الأساليب التي يمكن أن تتبع للوصول بها إلى الصورة التي ينبغي أن تكون عليه في ضوء هذه المعايير أو القيم . في حين أن البحث الوصفي لا يقتصر على جمع البيانات و تصنيفها و تبويبها إلى تحليلها التحليل الكافي الدقيق المتعمق بل يتضمن أيضا قدرا من التفسير لهذه النتائج ، ثم الوصول إلى تعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة . إذ يستخدم هذا المنهج لدراسة حاضر الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها و علاقاتها ، و العوامل المؤثرة في ذلك ، و في دراسات العلوم الإنسانية و الاجتماعية و التي استخدم فيها منذ نشأته ، رصد و متابعة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة . و يتميز المنهج الوصفي بالمزايا الآتية:

- يساعد في إعطاء معلومات حقيقية دقيقة تساعد في تفسير الظواهر الإنسانية و الاجتماعية.
- يتناول الظواهر كما هي على الواقع دون تدخل من قبل الباحث في التأثير على مسارها مما يعطي نتائج أكثر واقعية.
- يقدم توضيحا للعلاقات بين الظواهر كالعلاقة بين السبب و النتيجة ، بما يمكن الإنسان من فهم الظواهر بصورة أفضل¹.

3 - المنهج التجريبي:

يعرف المنهج التجريبي بأنه المنهج الذي يستطيع الباحث بواسطته أن يعرف السبب " المتغير المستقل" على النتيجة " المتغير التابع"².

و هو من أكثر المناهج العلمية ملائمة لرصد الحقائق المتعلقة بدراسات الأثر و الفروض العلمية الخاصة بدور وسائل الإعلام في تشكيل المعرفة و الغرس الثقافي و التعلم بالملاحظة و غيرها ، و التي يمكن اختبار مفاهيمها في العينات المختلفة من خلال التجريب و الضبط التجريبي خصوصا في التعلم بالملاحظة و بعد انتشار الدراسات الخاصة بالطفولة و علاقتها بوسائل الإعلام و ما يمكن أن يقوم به الباحثون من بحوث تجريبية في رياض الأطفال و المؤسسات التعليمية للطفل لقياس تأثيرات وسائل الإعلام و محتواها مع إجراءات الضبط المنهجي في الروضة أو المدرسة و إمكانية الملاحظة

1 - محمد لبيب النجحي ، محمد منير مرسى ، البحث التربوي "أصوله و مناهجه"، ط3، عالم الكتب القاهرة ، مصر ، 1994، ص185.

2 - غريب محمد سيد أحمد ، تصميم و تنفيذ البحث الاجتماعي ، سلسلة علم الاجتماع و قضايا الإنسان ، الكتاب الثامن ، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية ، مصر ، 2000، ص 1104 .

والمشاهدة و التسجيل العلمي لنتائجها و يقوم المنهج التجريبي على نوافر شروط الضبط و التحكم في البيئة و في المتغيرات و طريقة قياسها و التحكم في اختيار العينات و الجماعات أو المفردات¹ و يعاب على المنهج التجريبي ما يلي :

- يعتمد على العينة في إجراء التجربة و من حيث تعميم النتائج على مجتمع الدراسة و لكن ما يعيب ذلك أنه قد لا تمثل العينة إيجاد البيئة الاصطناعية عند المنهج استخدام التجريبي في قياس العلاقات بين المتغيرات و ربما يدفع الأفراد موضع التجربة إلى تغير سلوكهم لشعورهم بأنهم مكان ملاحظة و اختبار مما قد يؤدي إلى تحيز في النتائج².
- مجتمع البحث و بالتالي يصعب تعميم النتائج.

1 عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، مصدر سابق ، ص 301 - 302 .

3 محمد سرحان المحمودي ، نفس المرجع السابق ، ص 68

4- المنهج المسحي :

يعتبر المنهج المسحي من المناهج الأساسية بل أكثرها شيوعاً في البحوث الوصفية ، و يعرف بأنه دراسة شاملة مستعرضة و محلولة منظمة إذ يهدف البحث المسحي إلى الوصول لبيانات يمكن تصنيفها و تعميمها و ذلك للاستفادة منها مستقبلاً في حين يطبق أسلوب المسح على نطاق جغرافي كبير أو صغير و قد يكون مسحا شاملاً أو بطريقة العينة و في أغلب الأحيان تستخدم فيه عينات كثيرة من أجل مساعدة الباحث في الحصول على نتائج دقيقة و ينسب خطأ قليلة و بالتالي تمكنه من تعميم نتائجه على مجتمع الدراسة .

إذ يعاب على الأسلوب المسحي الآتي :

- صعوبة السيطرة على كل متغيرات الدراسة فيه .
- قيمته مرتبطة بدقة العينة المختارة للدراسة و مدى جودة أدوات جمع البيانات مثل الاستبيان و غيره و طرق تحليلها

- احتمال وجود قدر من التحيز من جانب الباحث بالنسبة لبعض الجوانب في الدراسة³

5- المنهج المقارن :

1 - محمد سرحان علي المحمودي ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 46 - 48 .

2 - سعد سليمان المشهداني ، نفس المرجع سبق ذكره ، ص 168 .

3 محمد سرحان علي المحمودي ، نفس المرجع السابق ، ص ص 51 - 54

- يقوم هذا المنهج على معرفة كيف و لماذا تحدث الظواهر من خلال مقارنتها مع بعضها البعض من حيث أوجه الشبه و الاختلاف و ذلك من أجل التعرف على العوامل المسببة لحادث أو ظاهرة معينة و الظروف المصاحبة لذلك، و يتم من خلال طرق عديدة .
- كثيرا ما يواجه المنهج المقارن صعوبات و تتلخص فيما يلي :
- صعوبة تحديد السبب من النتيجة أو العلة من المعلول خصوصا إذا ما كان التلازم بينهما هو تلازم قائم على الصدفة و ليس تلازما سببيا .
 - في كثير من العلوم لا ترتبط النتائج بعامل واحد بل تكون حصيلة مجموعة من العوامل المتداخلة و المتفاعلة مع بعضها البعض .
 - قد تحدث ظاهرة ما نتيجة لسبب ما في ظرف معين و قد تحدث هذه الظاهرة نتيجة لسبب آخر يختلف عن السبب الأول في ظرف آخر .
 - لا يمكن في حالة المقارنة ضبط المتغيرات المختلفة و التحكم بها كما هو الحال في المنهج التجريبي و ذلك بسبب تداخلها و تشابكها مع بعضها البعض و بالتالي يصعب عزلها و السيطرة عليها لذلك فإن المنهج المقارن لا يوصل لنفس دقة النتائج التي يمكن تحقيقها في حالة التجريبي¹ .

2- مناهج البحوث الكيفية في علوم الإعلام و الاتصال :

• منهج دراسة حالة :

يعد منهج دراسة الحالة من المناهج الأكثر استخداما و انتشارا في الدراسات الإعلامية و هذا راجع إلى أن دراسة الحالة مسألة هامة و هي الوصف و التحليل الشامل و الدقيق للظاهرة. يعرف منهج دراسة حالة بأنه تتميز بالعمق و الشمول و الفحص و التحليل الدقيق لأي ظاهرة أو مشكلة أو نوع من السلوك المطلوب دراسته لدى شخص أو أسرة أو مؤسسة أو مجتمع ، بعد فهم الظاهرة فهما جيدا بهدف الوصول إلى استنتاجات و مبادئ عامة² .

- يمتاز منهج دراسة الحالة بإعطاء صورة أشمل و أوضح .
- يفيد التنبؤ و ذلك عندما يتاح فهم الحاضر في ضوء الماضي و من ثم يمكن إلقاء نظرة تنبؤية على المستقبل .

¹ - ربحي مصطفى عليان ،مرجع سبق ذكره، ص ص 56 - 58 .

² - أحمد بوزراع ، منهج دراسة الحالة في العلوم الاجتماعية و الإنسانية ،مجلة الأحياء ، ع04، 2001، بائنة ،ص283

و يعاب هذا المنهج :

- على أنه يستغرق وقت طويل .
- و إذا لم يتم تجميع و تنظيم و تلخيص للمعلومات بشكل مناسب فإنها تصبح عبارة عن حشد من المعلومات غامض و عديم المعنى⁽¹⁾ .

• منهج الأنثوغرافيا .

يطلق عليه بدراسات الأعراق و التي هي عبارة عن وصف و تحليل و تفسير لثقافة مجموعة من الأفراد أو نظام ما و تركز على الأفعال و المعتقدات و نمط الحياة لهؤلاء الأفراد أو المجتمعات ، و إن استراتيجيات جمع البيانات تؤدي للحصول على تصورات الناس و معتقداتهم في بيئات اجتماعية و على اعتبار أن الثقافة مجموعة من السلوكيات التي تحدد معايير المجتمع ، فإنه تفرض الأنثوغرافيا أن أية مجموعة من الناس تتفاعل فيما بينها لفترة من الزمن ينشأ عنها ثقافة .

و يعد المنهج الانثوغرافي طريقة للدراسات الوصفية للثقافات و الأفراد . و يقوم على عدة افتراضات منها

- تأثر السلوك بالبيئة التي يحدث فيها فالثقافة في البحث النوعي الأنثوجرافي هي العنصر الأساسي في فهم حياة الأشخاص .
- إن البيانات تجمع في سياقها الطبيعي و تتم تفسيرها في نفس السياق .
- تعميم النتائج ليس هدفاً ، المهم هو الوصف الدقيق و التوسع في النتائج .
- الباحث الأنثوجرافي حساس و يقظ لما يدور في المشهد يدون الأحداث بدقة . و ضرورة التفاعل بين الباحث في الموقف² .

• منهج دراسة الوثائق :

يسمى وصف الظواهر الواقعية و يعني ذلك دراسة ظاهرة ما و هي طريقة لوصف الأشياء الموجودة فعلا في العالم الذي نعيش فيه و الظاهرة قد تكون أحداث أو مواقف أو تجارب فنحن محاطون بظواهر عديدة و التي نحن على دراية بها و لكن ليست مفهومة بشكل متكامل .

¹ - عبد الرحمن سيد سليمان ، مناهج البحث ، عالم الكتب ، 2014 ، ص 264 .

² - عامر قنديلجي ، إيمان السامرائي ، البحث العلمي الكمي و النوعي ن اليازوري العلمية 2009 ، ص 226

إن منهج وصف الظواهر لن يكون بالضرورة شروحات محددة و لكن سيؤدي إلى نوع من الإدراك و المعرفة و يزيد من التبصر عن موضوع البحث و على أساس ما تقدم فغن دراسة الظاهراتية تعني الوصول إلى الحقيقة الموضوعية من خلال الواقع ن حيث يصبح ما يعتقد المرء أنه واقعا أو ما يشعر أنه كذلك.

• منهج تحليل الوثائق :

يطلق عليه الوثائقي لأن الباحث يتعامل مع مغزى و أهمية المعلومات الوثائقية و بعبارة أوضح إن مجال الباحث المصادر و الوثائق المختلفة كالكتب و الدوريات و التقارير و المخطوطات و غيرها من السندات .

إذ يعد هذا المنهج من أوسع المناهج العلمية استخداما و الأكثر انتشارا ، بالرغم من ظهور مناهج أخرى ، حيث يستخدم هذا المنهج لجميع المواضيع الإنسانية و الاجتماعية فضلا عن استخدامه في موضوعات العلوم الطبيعية و غيرها .

و لا يقل هذا المنهج أهمية و وزنا عن مناهج البحث الأخرى بل قد يفوقها إذا ما توفر له شرطان أساسيان هما :

- توفر المصادر الأولية و الأصيلة و استخدامها . .
- توفر المهارة الكافية عند الباحث من حيث و التحليل .

• منهج البحث الإجرائي:

يهدف هذا المنهج إلى تحسين المعارف و الإجراءات و الممارسات اللازمة بغرض تطوير متطلبات مؤسسة ما أو مجتمع ما قيد الدراسة و ذلك من خلال مشاركة الأفراد العاملين فيهما .

و يرتبط البحث الإجرائي بمحاولة الباحث إجراء تقويم و تغيير في الممارسات المعمول بها في المؤسسة أثناء إجراء الدراسة ن و يهدف هذا البحث إلى حل المشكلات في جو العمل الطبيعي من خلال تعاون الباحثين مع المشاركين في جو ديمقراطي.

و من أسس و توجهات البحث الإجرائي نجد :

- يتناول مواقف حقيقية حياتية و فعلية .
- يستخدم خبرات و قدرات متنوعة من مجموعات المشاركين بغرض إغناء إجراءات البحث

- يكون تحرك البحث الإجرائي باتجاه التخطيط ثم الإجراء ، الملاحظة و يليها التقويم و النقد و هكذا تستمر المسيرة للتوصل إلى فهم معمق للموقف¹.

المطلب الثاني: نظام المعاينة في علوم الإعلام و الاتصال.

أ/ مفهوم العينة و المعاينة:

• **العينة:**

تعرف بأنها نموذجاً يشمل جانب أو جزء وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث ، تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة ، و هذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات و مفردات المجتمع الأصلي ، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات.²

• **المعاينة:**

هي مجموعة من العمليات تسمح بانتقاء مجموعة فرعية من مجتمع البحث بهدف تكوين عينة³
ب/حجم العينة :

يشير الباحثون و الاختصاصيون في مجال البحث على أن حجم عينة البحث يتوقف على:
الغرض من البحث مدى تباين الظواهر المختلفة في قطاعات مجتمع البحث .
درجة التكاليف

درجة الدقة المطلوبة في البحث .و بالرغم من هذه الشروط التي وضعها الباحثون في تحديد حجم العينة ، إلا أنهم لم يضعوا حداً معيناً على أساس علمي أو إحصائي يحدد الحجم المناسب للعينة

و يرى عدد من خبراء المنهجية العلمية أنه لا يوجد معايير معينة واحدة لتحديد العينة و يقدر هؤلاء الخبراء حجم العينة بما يلي:

الدراسات الارتباطية : 30 فرداً على الأقل .

الدراسات التجريبية : 15 لكل مجموعة على الأقل.

¹- عامر قنديلجي ، نفس المرجع السابق ، ص ص 230 - 243

²- طلحة الياس ، نظام المعاينة في البحوث الاجتماعية و الإعلامية ، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة - الجزائر ، 2017 ،

ص 2

³- مورييس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في علوم الإنسانية، مرجع سابق ، ص301

الدراسات الوصفية: 20 بالمائة إذا كان المجتمع عدد مئات، 15 بالمائة إذا كان المجتمع عدد آلاف، و 5 بالمائة إذا كان المجتمع عدد عشرات الألوف.¹

ج/ أنواع العينات:

تنقسم العينات إلى مجموعتين رئيسيتين هما:

1- العينات الاحتمالية:

سميت كذلك لأنها تعتمد على نظرية الاحتمالات التي تسمح بحساب الممكن، أي احتمال وقوع حدث، و تكون المعاينة احتمالية إذا كان لكل عنصر من مجتمع البحث الأصلي حظ محدد و معروف ليكون من العناصر المكونة و ذلك وفقا لمعايير رياضية حسابية، و للعينات الاحتمالية عدة أنواع نذكرها فيما يلي²:

• العينة العشوائية البسيطة :

ويتم تشكيل هذه العينة على أساس أن يكون هناك احتمال متساو أمام جميع العناصر في مجتمع الدراسة لاختيارها، بمعنى أن فرص اختيار أي عنصر من مجتمع الدراسة متساوية لجميع أفراد المجتمع. و في نفس الوقت فإن اختيار أي عنصر من عناصر مجتمع الدراسة لا يؤثر على اختيار العناصر الأخرى.

• العينة العشوائية المنتظمة :

في هذا النوع من العينات يتم حصر عناصر مجتمع الدراسة الأصلي ثم يعطي كل عنصر رقما متسلسلا، ثم تقسم عدد عناصر المجتمع الأصلي على عدد أفراد العينة المطلوبة فينتج رقم معين هو الفاصل بين كل مفردة يتم اختيارها في العينة و المفردة التي تليها. بعد ذلك يتم اختيار رقم عشوائي ضمن الرقم الذي تم حسابه في الخطوة السابقة. و يكون أفراد العينة هم أصحاب الأرقام المتسلسلة التي تفصل بين الرقم العشوائي المختار و الترتيب الذي يليه.

• العينة الطبقية :

في هذا النوع من العينات يتم تقسيم مجتمع الدراسة الأصلي إلى طبقات أو فئات معينة وفق معيار معين و يعتبر ذلك المعيار من عناصر أو متغيرات الدراسة الهامة، بعد ذلك يتم

¹-حاتم أبو زائدة، مناهج البحث العلمي، ط2، شباط 2018، صص 159- 161.

²-عيسى يونس و آخرون العينة و أسس المعاينة في البحوث الاجتماعية، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، المجلد 07، العدد 02، الجزائر 2021، ص ص 528- 539.

اختيار عينة من كل فئة أو طبقة بشكل عشوائي يتناسب مع حجم تلك الفئة في مجتمع الدراسة الأصلي .

• **العينة العنقودية :**

هي النوع الرابع من أنواع العينات الاحتمالية و فيها يلجأ الباحث إلى تحديد العينة أو اختيارها ضمن مراحل عدة ، ففي المرحلة الأولى يتم تقسيم مجتمع الدراسة الأصلي إلى شرائح أو فئات بحسب معيار معين و من ثم يتم اختيار شريحة أو أكثر بطريقة عشوائية ، و بالنسبة للشرائح التي لم تقل ضمن الاختيار في هذه المرحلة فإنه يتم استبعادها من العينة نهائياً. و في المرحلة الثانية يتم تقسيم الشرائح التي وقع عليها الاختيار في المرحلة السابقة إلى شرائح أو فئات جزئية أخرى ثم يتم اختيار شريحة أو أكثر منها بطريقة عشوائية أيضا ، و هكذا يستمر الباحث حتى يتم الوصول إلى الشريحة النهائية التي يقوم بالاختيار منها و بشكل عشوائي عدد مفردات العينة المطلوبة.¹

2- **العينات الغير الاحتمالية:**

• **العينة العمدية أو المقصودة :**

و يكون الاختيار في هذا النوع من العينات على أساس حر ، من قبل الباحث و حسب طبيعة بحثه ، بحيث يحقق هذا الاختيار هدف الدراسة .

• **العينة العرضية أو عينة الصدفة:**

يكون الاختيار في هذا النوع من العينات سهلاً ، إذ يعتمد الباحث إلى اختيار عدد من الأفراد الذين يستطيع العثور عليهم في مكان ما، و في فترة زمنية محددة ، و بشكل عرضي أي عن طريق الصدفة .

• **العينة الشبكية أو عينة كرة الثلج:**

يرسم الباحث في هذا النوع من العينات صورة ، أو لمحة محددة عن خصائص مطلوبة في أفراد العينة ، ثم يطلب من كل مشارك أن يقترح مشارك آخر أو أكثر تنطبق عليهم تلك الخصائص لكي يكونوا ضمن العينة.²

¹- محمد عبيدات و آخرون ،منهجية البحث العلمي -القواعد و المراحل و التطبيقات-دار وائل للنشر ،عمان، 1999، ص ص

²- عامر قنديلجي ، إيمان السامرائي ،البحث العلمي الكمي و النوعي ،اليازوري للنشر ،عمان ، 2009 ،ص ص 267-271

د/ الأخطاء الشائعة في المعاينة:

إن اختيار العينات باستخدام أفضل أساليب المعاينة لا يضمن أن تكون العينة المختارة ممثلة للمجتمع ، فلا يمكن الحصول على عينة يتطابق تركيبها مع تركيبة المجتمع تماما .

يؤدي التحيز إلى عدم تمثيل خصائص المجتمع الأساسية في العينة ، و التحيز لا يرجع لفروق الصدفة العشوائية بين العينات و المجتمع ، فتحيز العينة خطأ منتظم و يرجع إلى أخطاء الباحث . و يعد خطأ المعاينة الناتج عن فروق الصدفة العشوائية بسبب سحب عينة من المجتمع خطأ عشوائي ، و الأخطاء العشوائية يلغي بعضها بعضا بزيادة حجم العينة ، أما تحيز المعاينة الناتج عن انعدام العشوائية فخطأ منتظم يتم التقليل منه ، إذا كان الباحث واعيا بمصادر التحيز .
وهناك أنواع من الأخطاء التي يتعرض لها الباحث في المعاينة و هي ¹:

• أخطاء المعاينة :

تتمثل أهم الأسباب التي تؤدي إلى أخطاء المعاينة في بحوث الجمهور و الرأي العام فيما يلي :

- **صغر حجم العينة** : بمعنى كلما كبرت العينة صغرت بالتالي أخطاء المعاينة و تأكدت الثقة أكثر في النتائج ، إلا أن ذلك يبدو مكلفا للباحث .

- **عدم مراعاة احتمالات عدم الاستجابة**: فإذا أردنا إجراء بحث على 2000 حالة و كان تقديرنا أن 20 بالمائة من الحالات لن تستجيب فإنه يجب علينا زيادة حجم العينة إلى 2500 حالة.
- **عدم مراعاة تباين المجتمع و طريقة الاختيار و أسلوب حساب النتائج** مثلما توضحه بالتفصيل نظريات علم الإحصاء .

• أخطاء التحيز :

و تتمثل أهم الأسباب التي تؤدي إلى هذه الأخطاء في:

- **عدم صلاحية إطار العينة** ، أو تحيز الباحث في اختيار الحالات التي تروقه ، أو فشله في الحصول على نسبة ملحوظة من الإجابات و عدم استخدامه الطرق الصحيحة في حساب التقديرات ².

¹- عيسى يونسى ، مرجع سبق ذكره ، ص528.

²- حياة قزاري ، العينات و استخدامها في البحوث الإعلامية ، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، المجلد 26 ، ع03 ، جزائر ، 2020 ، ص327

المطلب الثالث: أدوات جمع المعلومات في البحوث الإعلامية.

هناك عدة تقنيات يتم من خلالها جمع البيانات و المعلومات التي يستخدمها الباحث و هي كالآتي:

• الاستمارة :

عبارة عن ورقة يدون فيها الباحث المعلومات و ينظمها بحيث تكون مطابقة و ملائمة بأهداف البحث و فرضياته ، ويثبت الباحث فيها كافة المعلومات المطلوبة و التي يريد الباحث خلالها الوصول إلى حل مشكلة و يتطلب الباحث أن يأخذ بالحسبان شكل الاستمارة كما يلي :

- أن تكون الأسئلة واضحة و مطبوعة بشكل جيد .
- أن تكون مرتبة بحيث يستطيع الباحث أن يدلي بمعلوماته بحرية و أن تترك المجال و الفراغ المناسب للمجيب.
- أن يجعل الباحث شكل الاستمارة واضح من حيث المعلومات العامة و التقديم و الأسئلة⁽¹⁾.

• الاستبيان :

يمكن تعريفه بأنه أداة لجمع البيانات بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من المستجيب ، فالاستبيان هو أداة للحصول على الحقائق و تجمع البيانات عن الظروف و الأساليب القائمة بالفعل و يعرفه الباحثين بأنه وسيلة قائمة بذاتها ، و تستخدم لجمع البيانات بطريقة سريعة و عن موضوعات محددة و من مجموعة كبيرة من الأفراد ، و تستعمل استمارة الاستبيان كأداة لهذا الغرض ، فهي الأداة الأكثر شيوعا و استخداما في معظم مجالات البحث العلمي و الدراسات المختلفة².

و هناك ثلاث أنواع من الاستبيانات منها :

- الاستبيان المغلق و الذي تكون أسئلته محددة الإجابات ، كأن يكون الجواب نعم أو لا .
- الاستبيان المفتوح :و تكون أسئلته غير محددة الإجابات ، أي أن الإجابة متروكة بشكل مفتوح .
- الاستبيان المغلق المفتوح :و هذا النوع من الاستبيان تحتاج بعض أسئلته إلى إجابات محددة و البعض الآخر إلى إجابات غير محددة³

¹ - ناهده عبد زيد الدليمي ، ، نفس المرجع السابق ص140

² طه عبد العاطي نجم ، مرجع سابق ، ص335

³ - . عامر إبراهيم قنديلجي، مرجع سابق ،ص163

• المقابلة :

هي عبارة عن عملية اتصال مباشر بين الباحث و مساعديه من ناحية ، و من المبحوثين أو مفردات العينة المختارة من ناحية أخرى ، حيث يوجه الطرف الأول في العامة جملة من الأسئلة المقننة أو غير مقننة إلى الطرف الثاني ، و قد تسجل أو تدون الإجابات بهدف مراجعتها و تفريغها ووصفها فيما بعد و تستخدم المقابلة في كثير من المجالات الحياة كالطب و الصحافة و العدالة و غيرها¹.

إذ نستطيع أن نحدد أنواعها في البحث كالآتي :

-مقابلات تقييميه : تهدف إلى مدى تحديد النجاح البرامج أو محاولات إصلاحية في تحقيق أهدافها.

- مقابلات حلقات النقاش : تجتمع مجموعة من الأشخاص لمناقشة آراء مشتركة لمشاكل محددة أو تغييرات محتملة.

- مقابلات فردية لأشخاص في موقع المسؤولية: أو في مواقع اتخاذ القرار .

- مقابلات أشخاص عاديين: تكون لديهم معلومات وفيرة و غنية يسعى الباحث إليها².

• الملاحظة:

تعرف بأنها جهد حسي و فعلي منتظم يقوم بها الباحث بغية الترف على بعض المظاهر الخارجية المختارة الصريحة و الخفية للظواهر و الأحداث و السلوك الحاضر في موقف معين و محدد ، فهي فحص السلوك مباشرة عن طريق باحث أو مجموعة أشخاص يقومون بدور الملاحظين و تحتاج الظواهر المعقدة إلى درجة من التحليل و التركيب أو تفسير البيانات ، و تنقسم إلى عدة أنواع منها :

- الملاحظة البسيطة : و هي الملاحظة السريعة و لا تستهدف الكشف عن حقائق علمية

محددة ، يقوم بها الإنسان في ظروف الحياة العادية.

- الملاحظة العلمية : تسمى المقصودة وهي نوع من الملاحظة المنهجية يقوم بها الباحث بدقة

مستهدفا الكشف عن تفاصيل الظواهر.و تنقسم إلى ثلاث أنواع نجد ملاحظة معملية ، ميدانية

، ميدانية حرة ، ثانوية ، عرضية¹.

¹ - طاهر حسو الزبياري أساليب البحث العلمي في علم الاجتماع ، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر ، ط1 ، بيروت لبنان ،

2011 ، ص 136

²- عامر قنديلجي ، نفس المرجع السابق ، ص163

المطلب الرابع: طرق معالجة البيانات و استخلاص النتائج

1 - طرق معالجة البيانات:

إن طريقة معالجة البيانات و استخلاص النتائج العلمية المدروسة ، مرتبط بطبيعة و نوع المشكلة المدروسة و بالخبرات العلمية للباحث، و تبدأ مرحلة المعالجة بعد الانتهاء مباشرة من عملية جمع البيانات و الوسائل ، و يكمن الهدف الأساسي لمعالجة البيانات و استخلاص النتائج في التأكد من دقتها و موثوقيتها و استكمالها باستخدام الطرق الملائمة لطبيعة البحث .

أ/ طرق معالجة البيانات بيانياً:

يمكن الباحث عند معالجة مشكلة البحث ، أن يعالج البيانات بطريقة أو أكثر و ذلك حسب طبيعة و نوع البيانات المتعلقة بالمشكلة و المنهج المتبع في الوصول إلى نتائج علمية.

1- طريقة الجداول :

تعتبر هذه الطريقة من أكثر الوسائل شيوعاً لعرض البيانات و ذلك نظراً لسهولة استخدامها من ناحية و قدرتها على استيعاب كم كبير من البيانات بعد اختزالها بصورة كمية من ناحية أخرى ، بالإضافة لذلك فإن استعمال الجداول لعرض البيانات يسهل من عملية تحليلها و يساعد الباحث في استخلاص بعض النتائج الأولية من خلال القيم الرقمية للمتغيرات ، إلى جانب ذلك فإن طريقة الجداول تساعد الباحث في تحليل البيانات ، بأكثر من طريقة إحصائية و تمكنه من تخزين البيانات و حفظها لفترات طويلة خصوصاً إذا ما استخدم الحاسوب لهذه الغاية .

• أنواع الجداول الإحصائية:

- الجداول البسيطة :

وهي تلك الجداول التي لا تحوي أكثر من متغيرين.

- الجداول المركبة :

و هي جداول تحوي أكثر من متغيرين²

2 - طريقة الأعمدة البيانية :

تستعمل لعرض تغير ظاهر أو أكثر ، مع متغيرها أو كليهما معا و ذلك بهدف إيجاد العلاقة بين متغير ظاهر أو أكثر مع متغيرها ، لتحديد و تفسير العلاقة الناتجة عن التغير في الظاهر أو مع تغير المتغير الآخر و تتخلص هذه الطريقة بوضع المسميات على سطر أفقي و يرسم مستطيل

¹ - طه عبد العاطي نجم، مرجع سبق ذكره ، ص ص 286 - 290

² - ربحي مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم ، مناهج و أساليب البحث العلمي (النظرية و التطبيق)، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، ط1 ، عمان، ص151 .

على كل مسمى يكون طول ارتفاعه مماثلاً للقيمة المقابلة لذلك المسمى ، و ذلك باستخدام مقاييس رسم مناسبة و تعتبر هذه الطريقة تطويراً للطريقة السابقة لأنها تقارن تغير ظاهر مع ظواهر أو متغيرات أخرى .

3-طريقة التمثيل البياني :

تستخدم هذه الطريقة لتوضيح العلاقة بين متغيرين على الأقل أو بين متغير و أكثر من متغير في حالة المقارنة .

4-طريقة التمثيل البياني الدائري:

تستخدم عندما يتم تقسيم الكل إلى أجزاء فيمثل الكل بدائرة كاملة و يمثل كل جزء بقطاع من الدائرة يكون قياس زاويته متساوياً 360 جداء نسبة الجزء للمجموع الكلي.¹

ب/-طريقة معالجة البيانات إحصائياً:

بعد تجميع البيانات و المعلومات و تصنيفها و تبويبها و تمثيلها بيانياً ينتقل الباحث إلى وصفها عن طريق إبراز الخصائص الأساسية لها ، و التي يمكن التعبير عنها لمقاييس محددة .

1-مقاييس النزعة المركزية :

و هي مقاييس تمثل متوسطات البيانات أو القيم المركزية للتوزيع ، و هي على أنواع أهمها :

• الوسط الحسابي :

في حالة القيم المبوبة أو المطلقة فإن الوسط الحسابي يساوي مجموع قيم المتغير أو المتغيرات مقسوماً على عددها .

• الوسيط :

و يمثل القيمة الوسط في حالة القيم المطلقة بعد ترتيبها تصاعدياً أو تنازلياً عندما يكون عدد القيم مفرداً أما إذا كان عدد القيم زوجياً ، فإن قيمة الوسيط تساوي مجموع القيمتين المتوسطتين مقسوماً على اثنين .

¹ - كمال دشلي ،منهجية البحث العلمي ،مديرية الكتب و المطبوعات الجامعية ،منشورات جامعة حماة ، كلية الاقتصاد 2016، ص ص104-107.

• المنوال :

و هو القيمة الأكثر تكرارا بين المشاهدات و إذا لم يتكرر أي من المشاهدات فإنه لا يوجد منوال ، هذا في حالة القيم غير المبوبة ، أما في حالة القيم المبوبة فإنه يمكن حسابه بعدة طرق¹.

2 -مقاييس التشتت:

يقصد بالتشتت مقدار أو درجة الاختلاف و التباعد بين المشاهدات و من أهم أنواع مقاييس التشتت ما يلي :

• الانحراف المعياري :

و يقصد به درجة أو مقدار بعد المشاهدات عن الوسط الحسابي ، ويمكن حسابه في حالة القيم المطلقة و الغير المبوبة باستخدام قانون معين.

• المدى Range:

و هو الفرق بين أصغر قيمة و أكبر قيمة في المفردات الغير المبوبة².

ج/ طرق معالجة البيانات وفق نظام Spss الإحصائي :

يقوم الكثير من الباحثين بإجراء التحليلات الإحصائية لبياناتهم المختلفة بهدف إيجاد مقاييس النزعة المركزية أو مقاييس التشتت أو معاملات الارتباط بالطرق اليدوية التقليدية و التي لم تعد سهلة ، و خاصة إذا كان حجم البيانات كبيرا ، و مع تطور الحاسوب و برمجياته لم تعد هناك مشكلة في مجال الإحصاء، فقط تم تطوير أنظمة خاصة بالتحليلات الإحصائية مثل نظام spss الذي يعد واحد من أشهر النظم و أكثرها انتشارا لما يتمتع به من ميزات عديدة³.

¹ ربحي مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم ، نفس المرجع السابق ص ص159

² - ربحي مصطفى عليان ، نفس المرجع السابق ص ص 161 - 163

³ - كمال دشلي ، نفس المرجع السابق ص125

خلاصة :

مما ورد فإن البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال لا يقل أهمية عن باقي البحوث العلمية في المجالات الأخرى ، فهو علم قائم بذاته له مميزات و أهداف يرتكز عليها ، كما يتوفر على أسس و مقومات منهجية لا يمكن الاستغناء عنها في مسار إعداد البحوث العلمية في علوم الإعلام و الاتصال .

الفصل الثاني:

المقاربات النظرية في علوم الإعلام و الاتصال [ماهيتها و كيفية توظيفها].

تمهيد:

I-المبحث الأول :ماهية المقاربة النظرية في بحوث علوم الإعلام و الاتصال

المطلب الأول :مفهوم المقاربة النظرية في علوم الإعلام و الاتصال

المطلب الثاني: أهداف المقاربات النظرية في بحوث الإعلام و الاتصال .

II-لمبحث الثاني :أنواع المقاربات النظرية و كيفية توظيفها في بحوث علوم

الإعلام و الاتصال .

المطلب الأول : أنواع المقاربات النظرية المعتمدة في بحوث علوم الإعلام و

الاتصال .

المطلب الثاني : كيفية توظيف المقاربات النظرية في بحوث علوم الإعلام و

الاتصال .

خلاصة

تمهيد:

تكتسي النظرية أهمية كبيرة في البحث العلمي عامة ، و في بحوث الإعلام و الاتصال على وجه الخصوص، و تعد مرحلة ضرورية لا يمكن إسقاطها حيث تساعد الباحث على تنظيم الوقائع و بناء الفرضيات و الوصول إلى النتائج ، حيث تعتبر المداخل النظرية المسلك الذي يسهل للباحث في تحكم الإطار المنهجي للدراسة و لا يتم الشروع في أي بحث علمي إلا و جب الإلمام بمقترَب نظري له علاقة بموضوع بحثه. و بالنظر إلى أن علوم الإعلام و الاتصال ذو تفرعات ، كان لزاما على الباحثين وضع مفاهيم خاصة بالمقاربات و تحديد الأهداف المرجوة منها ، إلى جانب إعداد أهم أنواع المقاربات و كيفية إدراجها في بحوث علوم الإعلام و الاتصال، وهو ما سيتطرق إليه هذا الفصل .

المبحث الأول : ماهية المقاربة النظرية في بحوث الإعلام و الاتصال:

المطلب الأول : مفهوم المقاربة النظرية في علوم الإعلام و الاتصال

أ/ - النظرية:

تعرف النظرية بأنها مجموعة من المفاهيم و التعريفات و الحقائق المترابطة التي تكون رؤية منظمة للظواهر عن طريق تحديدها للعلاقات بين المتغيرات بهدف تفسير الظواهر و التنبؤ بها. هي كل مجرد من المفاهيم يتحدد في سياق منطقي تقوم عليه الظواهر ، كما عرفها " راهف داهندورف" ، بأنها مجموعة من القوانين تستخرج منها استنتاجات دقيقة غير متحيزة لها فاعليه في تفسير و شرح و تفكير الناس في واقعها الحقيقي .و تعرف أيضا أنها مجموعة من الفروض المتداخلة التي تفسر كيفية وقوع الحدث بالطريقة التي نراها في الواقع¹

ب/ - المقاربة :

عرف الدكتور شلبي الاقتراب بأنه الاقتراب إلى المعايير التي تنتقي من خلالها الأسئلة و البيانات الملائمة ، كما يستخدم المدخل للإشارة إلى المعايير المستخدمة في عملية انتقاء الأسئلة التي تطرح و الضوابط التي تحكم اختيار موضوعات و معلومات و الاستعانة بها في نطاق البحث ، كما يمكن الاستعانة بمقاربة أو عدة مقاربات في مجال الدراسات الاجتماعية و السياسية و الإعلامية ، و عليه فالمقاربة هي وسيلة لتحليل الظواهر الاجتماعية و غيرها كما يساعد الباحث على تحليل الموضوعات الأكثر أهمية و توضيح جوانبها الأساسية و الكيفية التي من خلالها يعالجون موضوعاتهم².

المطلب الثاني : أهداف المقاربات النظرية في علوم الإعلام و الاتصال .

- تهدف النظريات على اختلاف أشكالها و أنواعها في البحوث الإعلامية في قدرتها على تحديد العلاقات الإعلامية ، التي تسهم في كيفية إنشاءها وفقا لنوعية و طبيعة الجماهير و سماته الديموغرافية .

- تحديد النظم الاجتماعية المساعدة على تحديد الاستقبال الإعلامي لكافة الدراسات ذات التأثيرات المعتمدة على مستويات الجماهير أو المجتمعات الإعلامية ذات الاعتبارات النوعية .

- تحديد اللغة الإعلامية المساعدة على التفسير الواضح لكافة الاستراتيجيات الإعلامية المرتبطة في المتلقي للمعلومات الإعلامية على أن تكون عبر وسائل قادرة على مواجهة المحتويات الإعلامية على اختلاف أنواعها مع أهمية تحديد مجموعة من المواقف المرتبطة بشكل رئيسي في كيفية استقبال المعلومات ذات التأثيرات أو العوامل المعتمدة على نمط استعمال الوسيلة وفقا للاهتمامات الاعلامية .

¹ محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، العبيكان، ط1، 2014، ص81 .

² - منسول صالح ، قوبجيل رزقي ، المقاربة و أهميتها في البحث الاجتماعي ،مجلة سوسيولوجيا ،مج6 ، ع1 ،جامعة ورقلة ، الجزائر ، 2022، ص 125 .

- إن النظريات في بحوث الإعلام تهدف غلى تحديد نوعية المستهلكين ، و كيفية الاتفاق مع مفهوم المصطلحات و الاتجاهات العلمية الراهنة ، التي يتم استقبالها وفقا لمجموعة من الدراسات الميدانية أو التحليلية ، التي تهتم في كيفية التعامل مع العوامل المؤثرة على المؤسسات الصحفية و الإذاعية أو التلفزيونية.

- كما تهدف هذه المداخل في بحوث الإعلام و الاتصال إلى تحديد نوعية القارئ بالاتصال ، بالإضافة إلى سماته و ذلك تبعا للتأثيرات المباشرة و المؤثرة على الجماهير و كيفية استجابتهم للانطلاقات المباشرة ، مع أهمية التعرض الكثيف ، و المساهم في زيادة المعارف المستهدفة بالنسبة للجمهور النوعي¹

المبحث الثاني : أنواع المقاربات النظرية و كيفية توظيفها في علوم الإعلام و الاتصال

المطلب الأول :أنواع المقاربات النظرية المعتمدة في علوم الإعلام و الاتصال

1-نظريات الإعلام :

أ/ - نظرية السلطة :

ظهرت نظرية السلطة في نهاية القرن السادس عشر و بداية القرن السابع عشر في أوروبا الغربية ، متزامنة مع ظهور الطباعة و انتشار الصحف ، و تستند هذه النظرية إلى فلسفة السلطة المطلقة للطبقة الحاكمة و يجلى ذلك من خلال نظريات أفلاطون ، أرسطو ، و غيرهم . و يقوم البناء النظري لنظرية السلطة على أساس جعل الصحافة في خدمة السلطة الحاكمة سواء كانت تقوم على حكم استبدادي أو حكم مطلق ، حيث يعتبر العمل في المجال الصحفي بمثابة امتياز خاص تمنحه الدولة .

و ينطلق مفهوم النظرية من خلال النقاط الآتية:

- أن تكون وسائل الإعلام خاضعة لسلطة النخب الحاكمة.
- يمنع النظام الحاكم تدخل الإعلام في السلطة الحاكمة سواء بالنقد أو التوجيه
- يعمل الإعلام على تقوية النظام الحاكم.

و يمكن تحديد الأسس التي قامت عليها نظرية السلطة الآتي:

- ينبغي على وسائل الإعلام أن لا تنشر ما يخالف شرعية النظام القائم أو يزعم السلطة.
- ينبغي على وسائل الإعلام دائما أن تكون خاضعة و تابعة للنظام الحاكم .
- ليس من الضروري أن تقتصر ملكية الصحف على النظام الحاكم ، بل يمكن للأفراد ملكية الصحف و لكن ليست لهم استقلالية في مؤسساتهم .

¹ - الاطلاع على الموقع الالكتروني http://mafhem.com/sl_6951

- إن درجة الحرية المسموح بها للصحف يجب أن تكون مناسبة للحالة السياسية التي توجد بالمجتمع الذي تصدر به هذه الصحف.

- الرقابة على وسائل الإعلام هي عمل مبرر لفرض الأسس السابقة¹.

ب/ نظرية الحرية :

جاءت ردا على نظرية السلطة ، حيث ظهرت في بريطانيا عام 1688 ثم انتشرت في أوروبا ، حيث تبنت مهام معالجة أشغال الدولة و أنشطتها المختلفة اكشف الفساد و العيوب ، إذ استندت هذه النظرية فلسفتها و أفكارها و تأثرت بآراء عدد من كبار الفلاسفة في السياسة و الاقتصاد . و من خصائص هذه النظرية :

- التحرر من الضوابط الرقابية.

- حرية التراخيص

- التركيز على الجانب المادي

- استخدام المواد الإعلامية

و تتلخص مبادئ هذه النظرية أن ليس من واجب الحكومات أن تفرض أي سلطة على حرية الكلمة و لا على الصحافة الحرة . و حجتهم في ذلك أن التحرر الخلاق أفضل من النظام المؤدي إلى الخمود ، و ركز منظرو هذه الفلسفة على الجانب الاقتصادي في حياة المجتمع . و أولوه عناية كبيرة و اهتماما بالغاً فلقد دعا آدم سميث إلى انتهاج القوانين الاقتصادية الكلاسيكية التي تدعو إلى عدم تدخل الحكومة في السوق نظراً لأنه سينظم نفسه و أوضح أن الحكومة المثلى هي التي تحكم بدرجة أقل و هكذا فالطريقة لمعرفة الحقيقة تكون بترك الآراء تتنافس بحرية في ميدان حرة مما يتيح للأفراد الفرصة لمقارنة الآراء المختلفة و اختيار الرأي الأصيل الذي يسود في النهاية بعد تداول المشاورات و تبادل وجهات النظر².

¹ - هلاس جنيفر ،نظريات فلسفة الإعلام ،مقياس نظريات الإعلام و الاتصال ،كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية ،قسم الإعلام ، جامعة وهران أحمد بن بله ،2020 ،ص02 .

² - نسيم حدوني ،ملخص أعمال موجهة في مقياس نظريات الإعلام و الاتصال ،كلية علوم الإعلام و الاتصال ،ص13-14

ج/ نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تعتبر تطويرا لمبادئ و منطلقات نظرية الحرية¹ ظهرت بعد الحرب العالمية الثانية في الساحة الإعلامية في الولايات المتحدة و تقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحية قائمة على المسؤولية الاجتماعية و ظهرت القوانين التي تجعل الرأي العام رقيقا على آداب المهنة و ذلك إن استخدمت وسائل الإعلام في الإثارة و الخوض في أخبار الجنس و الجريمة مما أدى إلى إساءة الحرية.

و يرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق و واجب و مسؤولية في نفس الوقت ، و تهدف هذه النظرية إلى رفع مستوى التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال . و نستخلص أهم المبادئ هذا المدخل في ما يلي:

- وسائل الإعلام ليست ذاتية بقدر ما هي موضوعية²
- قيام وسائل الإعلام بالتزاماتها الاجتماعية في خدمة المجتمع .
- تعدد الوسائل الإعلامية بما يعكس تنوع الآراء للتعبير عن نفسها في المجتمع و حق الفرد في الرد على التعليق في مختلف وجهات النظر.
- يجب ألا تقل مسؤولية الإعلاميين و المهنيين في وسائل الإعلام أمام الملاك.
- و تعرضت نظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة لعدد من الانتقادات يمكن حصرها في خمس أنواع :
- الانتقادات الموجهة للجنة حرية الصحافة .
- الانتقادات التي ترى في المسؤولية الاجتماعية انتقاصا من حرية الصحافة.
- الانتقادات التي دلت بشكل مباشر أو غير مباشر على عجز نظرية المسؤولية الاجتماعية عن إصلاح الأداء الإعلامي في الغرب .
- الانتقادات الموجهة لآليات التنظيم الذاتي لمهنة الصحافة .
- الانتقادات التي انطوت على فهم أعمق للظاهرة الإعلامية.

د/ النظرية الاشتراكية:

إن هذه النظرية تأسست على يد ماركس و أنجلز و وضع قواعد تطبيقها "لينين و ستالين" في الاتحاد السوفيتي السابق ، يمكن إيجازها في أن الطبقة العاملة التي تمتلك السلطة في أي مجتمع اشتراكي ، و حتى تحتفظ هذه الطبقة بالسلطة لا بد أن تسيطر على وسائل الإنتاج الفكري التي يشكل الإعلام الجزء الأكبر منها.

¹ محمد حسام الدين ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة ، الدار المصرية ، ط1 القاهرة ، 2003 ص 54

² عصام موسى ، المدخل في الاتصال الجماهيري ، ط1 ، مكتبة الكتاني ، 1986 ، ص 83

و يرى ولبر شرام أن السوفييت لا ينظرون إلى وسائل الإعلام الجماهيري على أنها سلطة رابعة تراقب السلطات التشريعية و التنفيذية و القضائية فتنتشر أخبارها و تنتقدها كما تفعل أجهزة الإعلام في الغرب ، بل يعتبرونها أداة لنقل الأفكار و الإيديولوجية الفكرية الشيوعية و الدعاية الحزبية و تفسير الأخبار الداخلية و الخارجية من وجهة نظر الحزب لجماهيره.

و من مبادئ النظرية ما يلي :

- أن تكون الصحافة جهازاً من أجهزة النضال و الكفاح .
- أن تمد القارئ بأخبار صادقة عن الاقتصاد القومي مع تحليل الأخبار .
- أن تستمر في رعاية المبادئ الاشتراكية في مجال الفنون و الآداب و العلوم¹
- الرفض المطلق للملكية الفردية لوسائل الإعلام
- وسائل الإعلام جزء لا يتجزأ من سلطات الدولة و هي أداة للحزب الشيوعي مستقلة²

2- النظريات المفسرة للتأثير الإعلامي :

أ/ نظرية التأثير المباشر (القذيفة السحرية)

ظهرت هذه النظرية نتيجة للدراسات الإعلامية التي تلت فترة الحرب العالمية العظمى الأولى و التي انصبحت حول دراسة الأثر الذي تتركه الرسائل الدعائية المتدفقة من وسائل الإعلام المعروفة في ذلك الوقت . وقد وظفت وسائل الإعلام من أجل كسب التأييد الشعبي و تحقيق الاستمالة الإقناعية و قد ظهرت هذه النظرية متأثرة بمدرسة العلوم السلوكية و التي اهتمت بدراسة السلوك الإنساني على ضوء ما يعرف بنظرية المثير و الاستجابة و التي قامت على نموذج بافلوف.

لفت نظر "ماس اوديسوس" عند وضع هذه النظرية لتغير مفهوم الجمهور حيث تأثر بانتشار الآلية في إنتاج الوسائل الإعلامية و زيادة كفاءتها التي تؤدي لبلوغ الرسائل لجمهور كبير ، و ظهر مفهوم المجتمع الجماهيري المعزول عن بعض الذي جاء كنتائج للثورة الصناعية.

و تبنت مجموعة من الافتراضات منها:

- 3- أن وسائل الاتصال تحدث تأثيراً إيجابياً في جماهير المتلقين .
- 4- تعتبر جماهير المتلقين للرسائل الإعلامية جماهير سلبية و تستجيب مباشرة لمضامين الرسائل الإعلامية دون أي مقاومة.
- 5- أن وسائل الإعلام لما تحدثه من أثر تفرض نوعاً واحداً من القيم و الثقافة و تؤدي إلى شيوع ما يسمى بالثقافة الجماهيرية.

¹ - هلاس جينيفر ، مرجع سبق ذكره ، ص 7 .

² محمد منير حجاب ، نظريات الإعلام ، دار الفجر ، مصر ، ص ص 20-22

و توجهت عدة انتقادات لهذا المدخل و هي كالتالي:

- 6- ارتباط التأثير بعامل إمكانية التعرض لها بامتلاك الشخص للوسيلة أو تمكنه منها و عامل العائد الشخصي من التعرض و إحساسه بها.¹

ب/ نظرية تدفق الإعلام عبر مرحلتين:

بدأت تظهر بعض البحوث منذ مطلع الأربعين التي أكدت أن وسائل الإعلام أقل قوة مما كنا نتوقع و أن الناس ليس من السهل إقناعها بتغيير آرائها و سلوكها و ذلك بسبب تأثير الجماعات التي ينتمي إليها هؤلاء الأفراد، و منذ ذلك الحين ظهرت في أدبيات الإعلام ما يعرف بنظرية تدفق الإعلام على مرحلتين و قد أجروا الباحثين عدة دراسات منهم كاتر حيث قدم تصور لفروض انتقال الاتصال عبر مرحلتين :

- 7- أن قادة الرأي و الناس الذين يتأثرون بهم ينتمون إلى نفس الجماعة الأساسية .
- 8- أن قادة الرأي و الإلتباع يمكن أن يتبادلوا الأدوار في ظروف مختلفة ، فقائد الرأي السياسي قد يكون تابعا في المجال الرياضي و الديني.
- 9- تؤكد فرضية انتقال الاتصال عبر مرحلتين على اعتبار العلاقات الشخصية المتداخلة و وسائل اتصالية ، و كذلك اعتبار أنها تمثل ضغوطا على الفرد ليتوافق مع الجماعة.

و توجهت انتقادات عديدة لهذه النظرية من قبل الباحثين و هي :

- 10- أن ما يتم تبادله من معلومات بين الأفراد يأتي أولا و بصورة رئيسية من خلال وسائل الاتصال الجماهيري ففي خلال الحملات الانتخابية يتدفق جزء كبير من المعلومات و المحتوى الإقناعي مباشرة من خلال وسائل الإعلام .
- 11- أن هذه النظرية قد قسمت المجتمع إلى قادة للرأي أو تابعين أو إيجابيين و سلبيين و هذا التقسيم في الواقع لا يتماشى و الحقيقة لان هناك آخرين لم يتعرضوا أو يسمعو من قادة الرأي أو غيرهم.²

¹ - عبد النبي عبد الله الطيب ، فلسفة و نظريات الإعلام ، ط1 ، الدار العالمية للنشر ، 2014 ، صص 102-106

² - حسن عماد مكاي ، ليلي حسين السيد ، الاتصال و نظرياته المعاصرة ، ط1 ، الدار المصرية اللبنانية ، ص176

ج/ نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

يقصد بها في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته الكامنة ، و معنى ذلك أن الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الإعلام بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون ناشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم و كلما كان مضمون معين قادر على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له. بعد أن بدأت تتضح المداخل الرئيسية للنظرية عند الباحثين الذين قاموا بمحاولة وضع الأسس العلمية و الفرضيات التي تنطلق منها النظرية و لان نظرية الاستخدامات و الإشباعات قامت على افتراض الجمهور النشط على العكس من نظريات التأثير الأخرى .

و تقوم هذه النظرية على مجموعة من الفروض منها :

12- أن جمهور وسائل الإعلام يسعى إلى إشباع حاجة معينة من خلال تعرضه للرسائل التي تقدمها الوسيلة الإعلامية .

13- أن جمهور الوسيلة الإعلامية هو جمهور مسئول عن اختيار الرسالة من وسائل الإعلام التي تحقق حاجاته و رغباته ، فهو يعرف هذه الحاجات و الرغبات ، و يحاول إشباعها من خلال استخدام الوسائل الإعلامية المتعددة .

14- أن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الجماهير¹.

و توجهت انتقادات عديدة لهذه النظرية و التي تتلخص في النقاط الآتية.

15- استخدام هذا المدخل للمصطلحات الغامضة حيث يصعب قياسها مثل الدوافع و الحاجات مع التشكيك في أن الأفراد قد لا يجيبون على أسئلة الإقصاء.

16- تأكيد على فكرة الجمهور النشط في حين أن العديد من الدراسات أثبتت أنه كثيرا ما يتم التعرض للمحتويات الإعلامية بدرجة قليلة من الاختيارية ، بل و بشكل اعتيادي .

17- البحوث التي تستند إلى هذه النظرية تنظر إلى وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الوسائل و الرسائل الإعلام

د/ نظرية حارس البوابة :

تطورت هذه النظرية على يد العالم النمساوي ليوين كيرت إذ تعتبر دراسات ليوين من أفضل الدراسات المنهجية في مجال القائم بالاتصال حيث يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية

¹ - هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الإعلام ، كلية التربية النوعية ، قسم العلوم الاجتماعية و الإعلام، ص ص 156 2 نفسه ، ص 169.

حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل و ما يخرج و كلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية ، تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها و يصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات .

و قد أجريت دراسات حيث ركزت على الجوانب الأساسية لعملية حارس البوابة حيث قدمت تحليلاً وظيفياً لأساليب التحكم في غرفة الأخبار و الإدراك المتناقض لدور و مركز العاملين في الوسيلة الإعلامية ، و قد أشارت هذه الأبحاث إلى أن الرسالة الإعلامية تمر بمراحل عديدة و هي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي. و أشار كيرت إلى أن فهم وظيفة البوابة يعني فهم المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها حارس البوابة.

و من العوامل الأساسية التي تؤثر على حارس البوابة الإعلامية نجد :

- معايير المجتمع و قيمه و تقاليده .
- معايير ذاتية تشمل عوامل التنشئة الاجتماعية و الاتجاهات و الميول و غيرها
- معايير مهنية تشمل سياسة الوسيلة الإعلامية و مصادر الأخبار المتاحة و علاقات العمل و ضغوطه.

هـ / نظرية دوامة الصمت:

تعتبر هذه النظرية من أهم النظريات التي تؤكد قوة رسائل الإعلام في تأثيرها على المتلقين و قد وضعت عالمة الألمانية ايليزابيث نويل نيومان فكرة و فروض لهذا المدخل خلال السبعينات من القرن الماضي و هي نظرية في علم السياسة الاتصال الجماهيري و ترسخ لفكرة أن الأفراد يخافون من فكرة العزلة و التي جاءت من خلال أن الجماعات المرجعية أو المجتمع يقومون بعزل أو استبعاد الأفراد بسبب آرائهم الشخصية ، هذا الخوف من العزلة الاجتماعية يدفعهم باستمرار للصمت بدلا من التعبير عن آرائهم ، الإعلام هنا عامل مهم في الربط بين هيمنة أفكار معينة و مدى إدراك الناس لهذه الأفكار و التي ليست بالضرورة هي الحقيقة.

تعتمد نظرية دوامة الصمت على افتراض رئيسي فحواه أن وسائل الإعلام حين تتبنى آراء أو اتجاهات معينة خلال فترة من الزمن فإن معظم الأفراد سوف يتحركون في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام و بالتالي يتكون الرأي العام بما يتسق مع الأفكار التي تدعمها تلك الوسائل.

18- إن الرأي العام لدي جمهور المتلقي ينقسم إلى رأي الأغلبية المدعومة لمضمون وسائل الإعلام

و رأي الأغلبية المعارضة و التي تلتزم الصمت خوفا من العزلة.

19- الرؤية الاجتماعية للقضايا.

20- وسائل الإعلام تقوم بنشر و تعزيز وجهات النظر السائدة و المهيمنة على الرأي العام .

و تم توجيه انتقادات للنظرية منها :

21- إهمال تأثير البيئة السياسية و الاجتماعية في تكوين الرأي العام في القضايا المهمة .

22- رأت بعض الأبحاث الأمريكية أن مفهوم القلية يفقد للدقة ، فكثيرا ما تتحدث الأقلية مع

الآخرين رغم اختلافها معهم

23- الشك في افتراض التكرار و هيمنة وسائل في تشكيل الرأي العام ¹.

م/ نظرية الحتمية التكنولوجية :

تعتبر من النظريات الحديثة التي ظهرت عن دور وسائل الإعلام و طبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات ابتكرت على يد ماركس حيث ترتبط نظريته بين الرسالة و الوسيلة في حين يرى بعض الباحثين الإعلاميين أن الوسيلة هي المحددة لنوعية الاتصال و تأثيره فإن ماركس يرى أن الوسيلة هي الرسالة مبينا أن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلا عن تقنيات الوسائل الإعلامية فالموضوعات و الجمهور يؤثران على ما تقوله تلك الوسائل و لكن طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر ما يشكلها مضمون الاتصال .

و قامت بافتراضات عديدة منها :

24- وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الإنسان .

25- الوسيلة هي الرسالة.

26- وسيلة الاتصال الساخنة و الباردة².

ع/ نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال:

تهدف هذه النظرية إلى تفسير لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحيانا تأثيرات قوية مباشرة و أحيانا أخرى لها تأثيرات غير مباشرة و ضعيفة نوعا ما .

إذ اعتمدت هذه النظرية على فكرة أن استخدامنا لوسائل الاتصال لا يتم بمعزل من تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن و وسائل الاتصال ، و الطريقة التي نستخدم بها هذه الوسائل و نتفاعل بها معها تتأثر بما نتعلمه من المجتمع ، و يشمل هذا أيضا ما تعلمنا من وسائل الاتصال ، كما أننا نتأثر بما سيحدث في اللحظة التي نتعامل فيها مع وسائل الاتصال .

و تقوم علة مجال التأثيرات المعرفية و الوجدانية المتعلقة بالمشاعر و السلوكية المتمثلة في الحركة،

¹ - هبة حمد السيد حمزة ، دور برامج الرأي التلفزيونية و مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو قضايا الرأي العام في إطار نموذج كسر الصمت،[المؤتمر العلمي الدولي السادس و العشرين]، الإعلام الرقمي و الإعلام التقليدي ، مسارات للتكامل و المنافسة، ص 2224

² - حيدر فالح زايد،نظرية الحتمية التكنولوجية ، نظريات التأثير ، جامعة ذي قار ، كلية الإعلام، 2020 .

و افترض ملفين و ساندرا أن هناك مصدرين أساسيين للتغيير في طبيعة علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام أحدهما الصراع و الآخر التكيف.

27- فنظام وسائل الاتصال كغيره من الأنظمة يبحث عن فرص لزيادة السيطرة على مصادره إلى أقصى حد و تقليل تبعيتها إلى أدنى حد أي خلق علاقات عدم تماثل تكون فيها أكثر قوة، و بطبيعة الحال تحاول النظم الأخرى عمل نفس الشيء بتقليل اعتمادها على وسائل الاتصال و زيادة اعتمادها على مصادرها .

28- النظم الاجتماعية لا تبقى كما هي بل تتطور إلى أشكال أكثر تعقيدا و على ذلك فإن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الاتصال و أجزاء أخرى من الكيان الاجتماعي يجب أن تمر بتغيير من أجل أن تبقى المجتمعات في بيئات متغيرة.

و/ نظرية الغرس الثقافي :

تعلقت هذه بوسيلة التلفزيون لدراسة العنف و الجريمة في المضامين التلفزيونية و تطورت و نتج عنها إن اكتشاف أن الفرد الذي يتعرض للتلفزيون تغرس فيه قيم و تصورات تجعله يتبناها و يظن أنها فعلا ما يحدث بالواقع و بالتالي تغرس فيه لا شعوريا .

و نظرية الغرس الثقافي هي مدخل اجتماعي تهدف إلى دراسة تأثير التلفزيون على الأمريكيين و كان هذا في السبعينات حيث أسسها جورج و يعتقد أن الناس يتصرفون و يعيشون على غير الواقع الحقيقي بكل ما ينبت من تعقيدات من مثل هذا التباين. و تفترض النظرية ما يلي :

29- أن الأشخاص الذين يشاهدون كميات ضخمة من البرامج التلفزيونية يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي عن أولئك الذي يشاهدون كميات قليلة أو لا يشاهدون.

وسائل الاتصال الجماهيرية تحدث أثارا قوية على إدراك الناس للعالم الخارجي ، خاصة الذين يتعرضون لتلك الوسائل لفترات طويلة و منتظمة¹.

المطلب الثاني: كيفية توظيف المقاربات النظرية في بحوث الإعلام و الاتصال .

إن ما يميز النظرية الإعلامية قدرتها المستمرة على إيجاد تصورات جديدة بالبحث الإعلامي و من هذا المنطلق فإن الباحثين عرفوا النظريات الإعلامية بأنها خلاصة نتائج الباحثين و الدارسين للاتصال الإنساني بالجماهير بهدف تفسير ظاهرة الإعلام و محاولة التحكم بها.²

¹ -عبد الحافظ عواجي صلوي ، نظريات التأثير الإعلامية ، تم إعدادها 25-جوان 1433

² - شهرزاد سوفي ،توظيف النظرية في بحوث علوم الإعلام و الاتصال ،جامعة عباس لغرور ، خنشة ص9

إذ يقول كريب " إن النظرية مفيدة إذا استطعنا التعلم منها ، و لا نستطيع التعلم منها إلا إذا عرفنا كيف نستخدمها ففهم النظرية هو مسألة تتعلق بتعلم التفكير النظري حيث نتعلم لغة جديدة لتفسير خبراتنا في سياق الحياة.

و عليه فإن من فوائد النظرية أنها :

30- تمتلك القدرة على تجميع الحقائق و المفاهيم و المبادئ و ترتيبها .

31- تقدم توضيح و تفسير لعدد من الظواهر .

32- تساعد في التنبؤ بالعديد من الظواهر قبل وقوعها .

33- تعد النظرية بمثابة النموذج الإرشادي الذي يستعين به الباحث في بحثه لتوجيهه الوجهة العلمية الصحيحة .

إن تطبيق نظرية علمية محددة في الجامعات الجزائرية في مجال بحوث الإعلام و الاتصال يتضمن طريقتين أساسيتين و هي :

1- من الناحية الشكلية :

الطريقة الأولى :

توظف في الفصل الأول الخاص بموضوع الدراسة و منهجيتها و إطارها النظري و يكون ذلك بشكل مختصر نوعا ما و يعرض ل:

34- تعريف النظرية

35- الخلفية المعرفية للنظرية

36- مبادئ و افتراضات النظرية .

37- إسقاط النظرية على موضوع الدراسة بكافة مراحله .

الطريقة الثانية :

كما يمكن توظيف النظرية في فصل مستقل للرسالة أو البحث و عرضها بتوثيق الكثير من المعلومات المتعلقة بها و التي تخدم موضوع الدراسة مع مراعاة الشروط المنهجية لتوثيق الفصول .

2- من ناحية الموضوع :

إن وجود النظرية في بحوث الإعلام ليس وجودا شكليا فقط و إنما تتمرحل أهميتها من نقطة إلى نقطة و هي كالآتي :

1 كريمة عساسي ،أمال باي ، مداخلة حول : دور النظرية في بحوث الإعلام و الاتصال

- على مستوى اختيار الموضوع: يعتبر اختيار موضوع الدراسة أولى خطوات البحث التي بها يستطيع الباحث الانطلاق في بحثه .
- تحديد المفاهيم المرتبطة بالدراسة : انطلاقا من المفاهيم التي اقترحتها النظرية .
- تحديد البناء المنهجي للدراسة وفق النظرية : لكل نظرية منهجية تقوم عليها النظرية و المنهجية تعني الانطلاق من رؤية نظرية واسعة قصد دراسة الواقع و الظواهر المرتبطة به .
- تحليل و تفسير النتائج انطلاقا من النظرية : بعد عملية النزول للميدان و جمع المعلومات و تفريغها في جداول و القيام بالعمليات الإحصائية المناسبة يأتي الدور للتحليل و التفسير بناء على معطيات النظرية المتبناة و افتراضاتها¹(1).

¹ - شهرزاد سوفي ، نفس المرجع السابق ص13.

خلاصة

مما تقدم فإن أهمية المداخل النظرية في بحوث علوم الإعلام و الاتصال تكمن في مساعدة الباحثين على وضع الأسس و القواعد التي تبنى عليها دراساتهم ، كما أن لتنوع المقاربات النظرية و توظيفها السليم في بحوث الإعلام و الاتصال الأثر البارز في توصل هذه الأبحاث إلى نتائج ملموسة.

الجانب التحليلي للدراسة

الفصل الأول :اتجاهات بحوث مذكرات تخرج السنة الثانية ماستر في جامعة البويرة.

تمهيد

- 1- عرض وتحليل الموضوعات التي ركزت عليها بحوث الإعلام عينة الدراسة
- 2- عرض وتحليل العينات التي تم الاعتماد عليها بحوث الإعلام عينة الدراسة
- 3- عرض وتحليل المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام عينة الدراسة
- 4- عرض وتحليل أدوات جمع البيانات المعتمدة بحوث الإعلام عينة الدراسة
- 5- عرض وتحليل المقاربات النظرية التي تم اعتمادها في بحوث الإعلام عينة الدراسة

تمهيد :

اعتمدنا على عرض و تحليل الاتجاهات البحثية لبحوث الإعلام و الاتصال عينة الدراسة من خلال مجموعة من المحاور تشمل أهم القضايا البحثية التي تم التركيز عليها من قبل الطلبة الجامعيين ، المناهج و الأدوات البحثية التي استعانت بها في معالجة دراستهم بالإضافة إلى عرض و تحليل العينات و المقاربات النظرية التي تم الاعتماد عليها في بحوث علوم الإعلام و الاتصال.

الجانب التحليلي:

الجدول رقم(01) يمثل تصنيف بحوث الإعلام ضمن عينة الدراسة حسب سنوات المناقشة:

سنوات المناقشة	التكرار	النسبة %
2017- 2016	2	6%
2018- 2017	3	8%
2019- 2018	6	17%
2020- 2019	4	11%
2021- 2020	11	31%
2022- 2021	10	27%
المجموع	36	100%

قراءة وتحليل الجدول: من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه يتضح أن سنة المناقشة 2021 أكثر السنوات حضوراً ضمن مفردات العينة حيث قدرت نسبتها ب 31%، فقد شهدت هذه الفترة أكبر عدد من بحوث الإعلام والاتصال مقارنة مع غيرها من السنوات، ثم تليها سنة المناقشة 2022 بنسبة 27%، في حين أن سنة 2019 قدرت نسبتها ب 17%، ثم تأتي سنة 2020 وسنة 2018، وسنة 2017 حيث قدرت نسبتها ب 11%، و 8%، و 6% على التوالي، ويمكن تفسير هذه النتائج إلى تزايد حجم طلبة علوم الإعلام والاتصال سنة بعد سنة ما يزيد من عدد مذكرات التخرج. الاستنتاج: نستنتج أن سنة المناقشة 2021، كان لها النصيب الأوفر في تحديد مفردات العينة، بخلاف السنوات الأخرى ، وهذا نظراً لوفرة بحوث الإعلام المنشورة في هذه السنة.

الجدول رقم(02) يوضح أهم المواضيع التي ركزت عليها بحوث الإعلام في مذكرات الماستر

الموضوعات	التكرار	السنة
بحوث مواقع التواصل الاجتماعي	15	42%
بحوث الاتصال الداخلي	4	11%
بحوث القنوات التلفزيونية	12	33%
بحوث الإذاعة المحلية	2	6%
بحوث الصحافة الالكترونية	3	8%
المجموع	36	100%

قراءة وتحليل معطيات الجدول:

من خلال المعطيات الواردة أعلاه تبين أن موضوعات مواقع التواصل الاجتماعي أكثر تداولاً ضمن بحوث الإعلام ضمن مفردات العينة، حيث قدرت نسبتها ب 42%، وعند الإمعان في هذه

المذكرات نجد أن معظمها قد اهتم بمواضيع استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الأسرية، و تأثيرها على تعزيز الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، وأيضا تأثير هذه المواقع على انتشار الجريمة الإلكترونية كما تناولت ذات الرسائل أيضا مواقع التواصل الاجتماعي من حيث دورها في ترسيخ قيم المواطنة البيئية لدى الطلبة، والأساليب الإقناعية الموظفة في الخطاب الديني عبر هذه المواقع، إذ نجد أيضا تركيز هذه البحوث على دراسة تأثير صناع المحتوى على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين، كما أن اهتمامهم لم يقتصر على دراسة هذه المواضيع فقد بل امتد لمعالجة موضوع استخدام اليوتيوب من طرف النساء الماكثات في البيت.

وجاءت بحوث القنوات التلفزيونية في التصنيف الثاني من حيث الاهتمام بنسبة 33%، حيث عالج الباحثون في هذه المذكرات دور هذه القنوات التلفزيونية في الترويج للسياحة الداخلية و دورها في الحد من ظاهرة العنف الرياضي، كما تطرقت المذكرات إلى البحث في صورة هذه القنوات لدى الطلبة الجامعيين، و تأثير الشائعات على إعداد و إنتاج برامج العلاقات العامة.

وفي المرتبة الثالثة أتت بحوث الاتصال الداخلي بنسبة 11%، أين بحث هذه المذكرات في دور الاتصال الداخلي في إدارة الشائعات داخل المؤسسة التربوية، ولم يتوقف الحديث عن الدور فحسب وإنما تعداه إلى دراسة مواضيع تأثير الاتصال الداخلي على الأداء الوظيفي في المؤسسات الاستشفائية لتعالج أيضا واقع الاتصال الداخلي في مؤسسات التكوين المهني وواقعه في المؤسسات الاقتصادية أثناء فترات الأزمات.

كما صنفت البحوث المتعلقة بالصحافة الالكترونية في المستوى الرابع بنسبة 8%، حيث ركزت على مستقبل الصحافة المكتوبة في ظل انتشار الصحافة الالكترونية وتأثيرها على تشكيل الوعي السياسي نحو الحراك الشعبي، و تطرق بعضها لدراسة حرية الممارسة الإعلامية من منظور الصحفيين الأجانب بالجزائر.

في حين لم تنل بحوث الإذاعة المحلية باهتمام الباحثين حيث احتلت المرتبة الأخيرة بنسبة 6% و في هذا المجال تناولت بالدراسة دور الإذاعة في نشر الثقافة البيئية لدى المرأة الجزائرية .

نستنتج أن اهتمام الباحثين وقع على بحوث مواقع التواصل الاجتماعي وبحوث القنوات التلفزيونية، أما بحوث الاتصال الداخلي لم تحظ باهتمام واسع فقد قدرت نسبتها ب 11%، في حين أن بحوث الإذاعة المحلية و الصحافة الالكترونية نسبة الاهتمام بها ضئيلة جدا خلافا للبحوث الأخرى.

الجدول رقم(03): يوضح المواضيع المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي في عينة الدراسة:

مواضيع	التكرار	النسبة %
الهوية الثقافية	01	07%
الأمن الأسري	02	13%

العنف الأسري	02	13%
العلاقات الأسرية	05	33%
الرياضة	04	27%
أخرى	01	7%
المجموع	15	100%

من خلال المعطيات الواردة في الجدول نجد أن المواضيع التي تم التركيز عليها في بحوث مواقع التواصل الاجتماعي من قبل طلبة السنة الثانية ماستر نجد أن أغلبية بحوثهم تناولت العلاقات الأسرية و التي حققت نسبة عالية تقدر بـ 33% خلافا للبحوث الأخرى ن حيث نرى أن أغلب الباحثين ربطوا مواقع التواصل الاجتماعي بالعلاقات الأسرية نظرا لما نراه في واقعنا من تأثير المواقع على الفرد و المجتمع .

و تأتي في المرتبة الثانية بحوث الرياضة بنسبة 27 % إذ نالت هذه البحوث اهتمام من قبل الباحثين و لم يتم إهمالها.

إن معظم الباحثين لم يعطوا مجال لدراسة بحوث الأمن الأسري و العنف الأسري بقوة وهذا ما كشفته لنا معطيات هذا الجدول بنسبة متساوية 13 % خلافا لما سبق.

اتضح لنا أن نسبة دراسة بحوث الهوية الثقافية وأخرى ضئيلة جدا .

نستنتج في الأخير أن دراسات مواقع التواصل الاجتماعي ألقت الضوء على العلاقات الأسرية من متغيرات عديدة و أهملت تركيزها على مواضيع الأخرى و هذا واضح في المعطيات .

الجدول رقم (04): يبين متغيرات القنوات التلفزيونية في بحوث الإعلام.

مواضيع	التكرار	النسبة %
الأزمات الصحية	02	17%
العنف الرياضي	05	41%
السياحة	03	25%
الوعي السياسي	02	17%
المجموع	12	100%

تحليل معطيات الجدول :

مما ورد نجد أن تركيز الباحثين الأكبر على متغيرات العنف الرياضي حيث تصدرت المرتبة الأولى في المعالجة و ذلك بنسبة 41 % إذ تم انجذاب الباحثين لدراسات ظواهر واقعية كظاهرة العنف الرياضي نظرا لتفشي الظاهرة.

و تليها بحوث السياحة بنسبة 25 % إذ عالجوا دور هذه القنوات في الترويج للسياحة .

أما بالنسبة لمواضيع الوعي السياسي و الأزمات الصحية لم يتم معالجتها بنسبة كبيرة فقد تصدرت في المرتبة الأخيرة بنسبة 17% .

نستنتج أن بحوث القنوات التلفزيونية تناولت متغيرات متنوعة و لكن اهتمت بزيادة على موضوع العنف الرياضي و هذا ما بينه لنا هذا الجدول .

الجدول رقم(03): يوضح تصنيف العينات المعتمدة عليها في بحوث الإعلام و الاتصال عينة الدراسة:

العينات	التكرار	النسبة %
قصدية	26	72 %
عشوائية	4	11%
حصر شامل	1	3%
لم تذكر	4	11%
أكثر من عينة	1	3%
المجموع	36	100%

قراءة و تحليل معطيات الجدول:

كشفت لنا معطيات هذا الجدول أن نسبة اعتماد الباحثين على العينة القصدية في بحوثهم في عينة الدراسة قد بلغت 72% . فقد احتلت المرتبة الأولى من حيث اختيارها باعتبارها العينة الأنسب لمعالجة المواضيع في عينة البحث ، إذ تعد من العينات الغير الاحتمالية و تكون على أساس حر.¹ و تأتي في المرتبة الثانية العينة العشوائية من حيث الاستعانة بها بنسبة تقدر ب 11% ، والتي تعتبر ضمن العينات الاحتمالية التي تعتمد على نظرية الاحتمالات التي تسمح بحساب الممكن أي احتمال حدث².

وتأتي نسبة معظم البحوث التي لم تذكر العينة المستخدمة بنفس نسبة العينة العشوائية التي تم اختيارها من قبل الباحثين .

و جاءت بحوث التي استخدمت عينة الحصر الشامل منفردة ، و التي استعانت على أكثر من عينة بنسبة قليلة جدا فبلغت 3% فهي نسبة متساوية .

توصلنا إلى نتيجة أن العينة الأكثر اختيارا من قبل الباحثين في بحوث الإعلام و الاتصال في عينة البحث كانت العينة القصدية باعتبارها العينة المناسبة لهذه البحوث خلافا للعينات الأخرى .

الجدول رقم(4): يوضح تصنيف المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام و الاتصال عينة الدراسة:

¹ - عامر قنديلجي ، البحث العلمي ، مرجع السابق ، ص269

² - عيسى يونس ، العينة و أسس المعاينة في البحوث الاجتماعية ، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية و الإنسانية ، المجلد 07 ، ع02 ، ص528 - 539 .

النسبة %	التكرار	المناهج
44%	16	منهج مسحي
33%	12	منهج وصفي
14%	5	منهج دراسة حالة
3%	1	تحليل خطاب
6%	2	تحليل سيميولوجي
100%	36	المجموع

قراءة و تحليل الجدول:

تبين من البيانات الواردة في الجدول رقم (04) أن معظم الرسائل الجامعية المتخصصة في الإعلام و الاتصال استخدمت في إجراءاتها البحثية على المنهج المسحي، حيث بلغت نسبة هذه المذكرات 44 % و جاءت في التصنيف الأول من حيث الاعتماد على هذا المنهج الذي يعتبر من المناهج الأساسية بل أكثرها شيوعاً إذ يعتبر دراسة شاملة منظمة لجمع البيانات و تحليلها و تفسيرها¹. و يأتي المنهج الوصفي من حيث الاستعانة بنسبة 33% بحيث احتلت البحوث التي اعتمدت على هذا المنهج المرتبة الثانية إذ يستخدم المنهج الوصفي في دراسة الظواهر و تحليلها². و يأتي منهج دراسة حالة في التصنيف الثالث حيث بلغت نسبة الاستعانة على هذا المنهج بـ 14% من مجموع بحوث عينة الدراسة و هو من البحوث الكيفية، في حين جاءت البحوث المعتمدة لمنهج تحليل الخطاب بنسبة 3% و السيميولوجي بنسبة 6% في المرتبة الأخيرة لم تحظ باهتمام الباحثين كمناهج منفردة في دراسة موضوعات الإعلام و الاتصال من حيث الاعتماد. ومنه يظهر وفقاً للمناهج المعتمدة ان الدراسات المعتمدة في مذكرات التخرج عموماً هي دراسات كمية وليست كيفية.

الاستنتاج: نستنتج أن المنهج المسحي أكثر تداولاً في بحوث الإعلام و الاتصال بحيث ذهب النصيب الأكبر لهذا المنهج من حيث الاعتماد باعتباره أكثر شيوعاً في عينة البحث نظراً لنسبته المقدرة بـ 44%.

¹ - محمد سرحان علي المحمودي ، مرجع سابق ص51.

² - أحمد بدر، أصول البحث العلمي و مناهجه، نفس المرجع السابق ،ص228 .

الجدول رقم(5): يوضح تصنيف بحوث الإعلام حسب أدوات جمع البيانات المستخدمة في عينة البحث.

أدوات جمع البيانات	التكرار	النسبة %
تحليل المضمون	1	3%
استبيان	19	53%
مقابلة	1	3%
ملاحظة	00	00%
الجمع بين أكثر من أداة	14	38%
لم تذكر أي أداة	1	3%
المجموع	36	100%

قراءة و تحليل الجدول:

تبين لنا من خلال الجدول رقم(05) أن أغلب المذكرات الجامعية التي تم تحليلها استعانت بأداة الاستبيان لجمع البيانات الخاصة بالإعلام و الاتصال في الموضوعات التي تناولتها بالدراسة، بنسبة 53% و ذلك لتحقيق أهداف معينة وكان استخدام الاستبيان من قبل الباحثين معظمها ألقى الضوء على عينة من الأساتذة الجامعيين والطلبة الجامعيين وأغلبهم على عينة من الآباء و النساء و معظمهم موجه عادة إلى عينة من الصحفيين.

كما جمعت اغلب المذكرات بين أكثر من أداة بين الملاحظة و المقابلة و الاستثمار بنسبة تقدر ب14% إذ المقابلة استخدمت من أجل تدعيم البحث من خلال تلقي تفاصيل و معلومات عن موضوع الدراسة .

و جاءت أداة تحليل المضمون و المقابلة والبحوث التي لم تذكر أي أداة في جمعها للمعلومات في المرتبة الثالثة بنسبة 3% معظمها كانت بحوث نظرية لم تحتاج إلى ذكر أداة ،و معظمها قامت بتحليل محتوى الموضوع بالتفصيل بهدف التعرف على ما يشتمل عليه من نقاط. في حين لم يتم الاعتماد على الملاحظة في بحوث الإعلام و الاتصال بشكل منفرد و لكنها اجتمعت مع كل من الاستبيان و الاستثمار و المقابلة.

نستنتج أن أغلب بحوث الإعلام و الاتصال اعتمدت على أداة الاستبيان وفقا لنظرة الباحثين بأنها الأداة الأنسب لدراساتهم إذ حققت النسبة الأكبر من حيث الاعتماد عليها في هذه البحوث في عينة الدراسة، في حين نجد معظم هذه البحوث جمعت بين أكثر من أداة في جمع البيانات و هذا ما ورد في المعطيات بنسبة تقدر 38% خلافا للبحوث التي لم تستعن بأداة الملاحظة منفردة و التي قللت من استخدام القابلة و تحليل المضمون في جمع بيانات دراستهم .

الجدول رقم(6): يوضح تصنيف بحوث الإعلام حسب المقاربات النظرية المستخدمة في عينة الدراسة.

المقاربات النظرية	التكرار	النسبة %
استخدامات و الإشباعات	8	22%
ترتيب الأولويات	1	3%
الغرس الثقافي	3	8%
التفاعلية الرمزية	1	3%
المسؤولية الاجتماعية	1	3%
الاعتماد على وسائل الاتصال	3	8%
بنائية الوظيفية	5	14%
حارس البوابة	1	3%
لم يتم الاعتماد على أي نظرية	13	36%
المجموع	36	100%

قراءة و تحليل الجدول

من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه يتضح أن أغلبية بحوث هذه العينة التي تم تحليلها لم تعتمد على أي نظرية ، عدا البعض منها التي استخدمت مقارنة الاستخدامات و الإشباعات بنسبة 22% في عينة البحث ، إذ تعد هذه النظرية من أهم نظريات الاتصال الحديثة، و يأخذ منظور الاستخدامات و الإشباعات وجهة نظر المستخدم لوسائل الإعلام و يبحث في كيفية استخدام الناس لوسائل الإعلام و الإشباعات التي يحققونها من استخداماتهم لتلك الوسائل ، حيث تهتم هذه المقاربة بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، و تنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل و مضمون وسائل الإعلام ، حيث يبنى هذا المدخل على فكرة مفادها أن حاجات الفرد المرتبطة بوسائل الاتصال¹ .

تليها في التصنيف الثالث استخدام الباحثين لنظرية البنائية الوظيفية بنسبة 14% ، و تليها نظرية الغرس الثقافي حيث تم الاعتماد عليها في بحوث الإعلام في عينة الدراسة بنسبة قليلة تقدر بـ 8%.

أما مدخل التفاعلية الرمزية ،المسؤولية الاجتماعية، حارس البوابة ،و ترتيب الأولويات فهي بنفس النسبة المقدرة بـ 3% فكل مقارنة تم استخدامها منفردة في دراسة واحدة.

¹ - مصطفى علي سيد عبد النبي ، الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات و الاشباعات ، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة ، ع23 ، يوليو ، 2019 ، ص.41

نستنتج أن النسبة الأكبر من البحوث لم تتبنى أي نظرية و هذا ما تبين من خلال معطيات الجدول أعلاه باعتبار الباحثين أن دراستهم لا تحتاج لمقاربة .

3 - نتائج الدراسة:

من خلال رصد الاتجاهات البحثية و تحليل بحوث الإعلام التي تمت مناقشتها في جامعة البويرة في كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية من سنة 2017 إلى 2022 توصلنا لمجموعة من النتائج و هي كالآتي :

- اتجاه معظم بحوث مذكرات تخرج الماستر نحو المواضيع المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى بالنظر إلى الانتشار الذي تعرفه، ثم إلى المواضيع المتعلقة بالتلفزيون في المرتبة الثانية بالنظر إلى المكانة التي لازال يحتفظ بها لدى الجمهور .
- اعتماد الباحثين في دراساتهم عينة البحث على المنهج المسحي بأعلى نسبة و يليه المنهج الوصفي فهما الأكثر شيوعا و استخداما .
- إن أغلبية بحوث الإعلام اختارت العينة الغير الاحتمالية و هي عينة قصدية نظرا لملائمتها و ذلك لمعالجة دراساتهم .
- تبين ان أغلبية الباحثين اعتمدوا على أسلوب الاستبيان كأداة لجمع البيانات في بحوث علوم الإعلام و الاتصال في حين اتجهت بحوث أخرى للجمع بين أكثر من أداة في تحليل بياناتها
- أغلبية البحوث لم تعتمد على أي مدخل نظري في معالجة موضوع بحثهم ، اما بالنسبة للبحوث التي اعتمدت على المقاربة النظرية فقد استعانت أغلبها بمقاربة نظرية الاستخدامات و الاشباع لدراسة الظاهرة الإعلامية وهو نفس ما أشارت إليه نتائج الدراسات السابقة.

وعلى ضوء هذه النتائج نقدم مجموعة من المقترحات والتوصيات:

- الاهتمام بالدراسات الكيفية كمقاربة ليست بديلة عن الدراسات الكمية ولكن مكمل ومعمزة لها حتى يتحقق لنا فهم اعمق للظواهر الإعلامية والاتصالية.
- الاهتمام الفعلي بتوظيف المقاربة النظرية توظيفا وظيفيا وليس شكليا من خلال الأخذ بمختلف المفاهيم الأساسية والجزئية وكل ما يتعلق بافتراضاتها ومنطقاتها لفهم الموضوع. مع محاولة توظيف النظريات الجديدة المرتبطة ببيئة الاتصال الرقمي.
- التنوع في المواضيع المقترحة للتخرج من خلال الأخذ بمختلف وسائل الإعلام على غرار الإذاعة والصحافة الالكترونية.

- خاتمة:

ختاماً يمكننا القول أن الهدف الرئيسي لهذه الدراسة تمثل في معرفة الاتجاهات البحثية لبحوث التخرج بجامعة البويرة و بالتالي توصلت الدراسة إلى أن الاتجاهات البحثية في بحوث علوم الإعلام و الاتصال ،تبلورت في اتجاه المواضيع المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي بالنظر إلى الانتشار الذي تعرفه، ثم إلى المواضيع المتعلقة بالتلفزيون في المرتبة الثانية بالنظر إلى المكانة التي لا زال يحتفظ بها لدى الجمهور، كما أن أغليبتها تبلورت في نظريات الإعلام التقليدي و على رأسها نظرية الاستخدامات و الاشباع .

قائمة
المصادر و
المراجع

المصادر العربية:

أ/ الكتب :

- 1- أحمد بدر، أصول البحث العلمي و مناهجه ، ط6 ، الكويت ، وكالة المطبوعات، 1982.
- 2- حاتم أبو زائدة ، مناهج البحث العلمي ، ط2 ، شباط 2018
- 3- حاتم أبو زائدة ، مناهج البحث العلمي ، ط2 ، (د.م.ن)، 2018 .
- 4- حمد عبيدات و آخرون ، منهجية البحث العلمي -القواعد و المراحل و التطبيقات- دار وائل للنشر ، عمان، 1999
- 5- حيدر فالح زايد، نظرية الحتمية التكنولوجية ، نظريات التأثير ، جامعة ذي قار ، كلية الإعلام ، 2020 .
- 6- ربحي مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم ، مناهج و أساليب البحث العلمي (النظرية و التطبيق)، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، ط1 ، عمان
- 7- سعد سليمان المشهداني ، مناهج البحث الإعلامي ، ط1 ، دار الكتاب الجامعي ، 1437 هـ / 2017 م
- 8- عامر قنديلجي ، إيمان السامرائي ، البحث العلمي الكمي و النوعي ن اليازوري العلمية 2009 ،
- 9- عبد الباسط محمد حسن ، أصول البحث الاجتماعي ، ط3 ، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة ، 1931
- 10- عبد الرحمن سيد سليمان ، مناهج البحث ، عالم الكتب ، 2014 ، .
- 11- عبد النبي عبد الله الطيب ، فلسفة و نظريات الإعلام ، ط1 ، الدار العالمية للنشر ، 2014
- 12- عصام موسى ، المدخل في الاتصال الجماهيري ، ط1 ، مكتبة الكتاني ، 1986
- 13- محمد سرحان علي المحمودي ، مناهج البحث العلمي ، الجمهورية اليمنية ، دار الكتب صنعاء ، ط3 ، 2015.
- 14- محمود حسن إسماعيل ، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير ، ط1 ، الدار العالمية للنشر ، 2003
- 15- موريس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ترجمة صحراوي بوزيد و آخرون ، دار القصة للنشر ، ط2 ، 2006 ، الجزائر
- 16 - محمد بن سعود البشر ، نظريات التأثير الإعلامي ، العبيكان ، ط1 ، 2014
- 17- محمد حسام الدين ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة ، الدار المصرية ، ط1 القاهرة ، 2003
- 18- محمد منير حجاب ، نظريات الإعلام ، دار الفجر ، مصر
- 19- كمال دشلي ، منهجية البحث العلمي ، مديرية الكتب المطبوعات الجامعية و منشورات جامعة حماة ، كلية الاقتصاد 2016

ب/ الرسائل و الأطروحات:

- 1- دربال مديحة ، منهجية إعداد مذكرة " محاضرات موجهة لطلبة الماستر 2 قانون الأعمال " جامعة محمد لمين دباغين
- سطييف 2 ، قسم الحقوق و العلوم السياسية 2021 - 2020

2- سامة العلمي ، بحوث الإعلام الجديد في الجامعات الجزائرية – دراسة تحليلية نقدية لمذكرات الماستر شعبة الإعلام والاتصال، جامعة أم البواقي ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال صحافة مطبوعة و الكترونية 2018 .

3- شهرزاد سوفي ،توظيف النظرية في بحوث علوم الإعلام و الاتصال ،جامعة عباس لغرور ، خنشلة
6- عائشة كعباش أطروحات الدكتوراه في الإعلام و الاتصال في الجامعات الجزائرية و الفرنسية – دراسة تحليلية مقارنة 2000-2010 ، جامعة الجزائر كلية علوم الإعلام و الاتصال أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال 2017 – 2018

7- كريمة عسائي ،أمال باي ، مداخل حول : دور النظرية في بحوث الإعلام و الاتصال
8- محمود حمدي عبد القوى ، سلوى محمد أبو العلا، اتجاهات بحوث الإعلام بجامعة المنيا –جامعة المنيا –دراسة تحليلية و رؤية مستقبلية أطروحة دكتوراه

ج/ المجلات :

1- انجي محمد أبو سريع خليل ، الاتجاهات الحديثة في بحوث أخلاقيات العلاقات العامة الرقمية –دراسة تحليلية من المستوى الثاني ، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 20 ، العدد01 ، 2021 ،

2- جبابلية ياسين ، طابر مفيدة ، البحث في علوم الإعلام و الاتصال بين سؤال الهوية و إشكاليات المنهجية و تحديات البيئة الاتصالية الجديدة –قراءة تحليلية ، المجلة الجزائرية للأبحاث و الدراسات ، المجلد 05 ، العدد 01 ، جانفي 2022 .

3-دراسة الحالة في العلوم الاجتماعية و الإنسانية ،مجلة الأحياء ، ع04، 2001، باتنة ،ص283

4-سوسن لونانسة ، سهام بوزيدي ، الاتجاهات البحثية لبحوث الإعلام الجديد في الجزائر – دراسة تحليلية نقدية لرسائل الماستر بقسم الإعلام و الاتصال بجامعة باتنة 2015 -2016 ، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، جامعة باتنة ، المجلد 20 ، العدد 01 ،جوان 2019 .

5-طلحة الياس ، نظام المعاينة في البحوث الاجتماعية و الإعلامية ،مجلة المعيار جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة – الجزائر ، 2017

5-صالح ، قوجيل رزقي ،المقاربة و أهميتها في البحث الاجتماعي ،مجلة سوسيولوجيا ،مج6 ، ع1 ،جامعة ورقلة ، الجزائر ، 2022

6- عمرو عبد الحميد ، الاتجاهات الحديثة لبحوث نظريات الاتصال الجماهيري في إطار بيئة الإعلام الرقمي –دراسة تحليلية من المستوى الثاني 2016 -2021 ، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي ، جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم، المجلد 09 ، العدد02، 2022.

7- عيسى يونس و آخرون العينة و أسس المعاينة في البحوث الاجتماعية ، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية و الإنسانية ،المجلد07 ، العدد02 ، الجزائر 2021 .

8-مصطفى علي سيد عبد النبي ، الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات و الإشباعات ، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة،ع23 ، يوليو، 2019 ، 9-نوازي عائشة ،البحث الإعلامي بين المقاربة الكيفية و المقاربة الكمية، المجلة الدولية للدراسات الإنسانية ، المجلد01 ،ع01، 2022

9- عائشة كعباش ، اتجاهات بحوث الإعلام الالكتروني في الجزائر من 2005 إلى 2010 – دراسة تحليلية جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة – مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية –الشهيد حمة لخضر الوادي العدد15، مارس 2016.

المحاضرات الجامعية-

- 1-عبد السلام ياسمينه ، البحوث الوصفية ، محاضرات البحث الميداني السنة الثانية ماستر ، لسانيات عربية هشام
- 2-رشدي خير الله،محاضرات في نظريات الإعلام ، كلية التربية النوعية ،قسم العلوم الاجتماعية و الإعلام
- 3-هشام رشدي خير الله،محاضرات في نظريات الإعلام ، كلية التربية النوعية ،قسم العلوم الاجتماعية و الإعلام 4-
عبد الحافظ عواجي صلوي ، نظريات التأثير الإعلامية ، تم إعدادها 25-جوان 1433

د/ المواقع الالكترونية:

- 1- أحمد بوذراع ، منهج لاطلاع على الموقع الالكتروني http://mafhem.com/sl_6951
- 2-للإطلاع على الموقع الالكتروني http://mafhem.com/sl_6951

الملاحق

الملحق رقم 01

قائمة عناوين مذكرات تخرج السنة الثانية ماستر عينة الدراسة

الملحق رقم(01)
تأثير استخدام الانترنت على أنماط التواصل الأسري في الجزائر
حرية الممارسة الإعلامية من منظور الصحفيين الأجانب بالجزائر
دور القنوات الجزائرية الخاصة في الترويج للسياحة الداخلية
القيم التربوية من خلال البرامج الدينية التلفزيونية من منظور الأساتذة
تأثير الاتصال الداخلي على الأداء الوظيفي في المؤسسات الاستشفائية
الدلالة الرمزية للحملات الالكترونية الخاصة بالتوعية
تأثير صناع المحتوى على القيم الأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين
تأثير الحملات الإعلامية
الاتصال الداخلي في المؤسسات الاقتصادية في فترة الأزمات و الاتجاهات القائمة
استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لدى الأسرة الجزائرية و انعكاساتها
دور الصفحات الفيسبوكية في الترويج للأندية الرياضية الجزائرية
أثر موقع الفيسبوك في انتشار الجريمة الالكترونية لدى الشباب الجزائري
دور الاتصال الداخلي في إدارة الإشاعة داخل المؤسسة التربوية
دور وسائل التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة البيئية لدى طلبة جامعة البويرة
أثر استخدام الصحفي الجزائري لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة
تأثير انتشار الصحف الالكترونية على مستقبل الصحف الورقية من منظور الشباب الجامعي
دور الإذاعة المحلية في نشر الثقافة البيئية لدى المرأة الجزائرية
اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو حية الممارسة الإعلامية
استخدام اليوتيوب من طرف النساء الماكثات في البيت
أساليب الاقتناع في الخطاب الديني لدى الجماعات الإسلامية المتطرفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
دور المواقع الالكترونية في تسويق السياحة الجبلية الجزائرية

تأثير الصحافة الرقمية على تشكيل الوعي السياسي نحو الحراك الشعبي
دور القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في الحد من ظاهرة العنف الرياضي في وسط الجماهير
دور الإشهار في تحسين صورة المؤسسة لدى الزبائن
تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية
دور التسويق الالكتروني في تعزيز السلوك الاستهلاكي لدى الزبائن المؤسسة الاقتصادية
دور وسائل الإعلام المحلية في إدارة الأزمات الوبائية إذاعة البويرة
دور مواقع التواصل الاجتماعي وفي الحد من ظاهرة العنف الأسري
تأثير الشائعات على إعداد و إنتاج برامج العلاقات العامة في المؤسسة
تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين
أثر الإشهار الالكتروني على الثقافة الاستهلاكية للشباب الجزائري
دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية في المؤسسة الاقتصادية
واقع الاتصال الداخلي في مؤسسات التكوين المهني
سيمولوجية اللباس التقليدي اث لقصر
صورة القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة لدى طلبة جامعة البويرة
دور الإعلام السياسي في تفعيل عملية المشاركة السياسية

Erreur ! Signet non défini..... مقدمة

Erreur ! Signet non défini..... 1-الإشكالية:

Erreur ! Signet non défini..... 2-أسباب اختيار موضوع الدراسة:

Erreur ! Signet non défini..... 3-أهمية موضوع الدراسة :

Erreur ! Signet non défini..... 5-تحديد مفاهيم الدراسة:

Erreur ! Signet non défini..... 6-الدراسات السابقة:

Erreur ! Signet non défini..... 7-مجتمع البحث وعينة الدراسة :

Erreur ! Signet non défini..... 8-نوع الدراسة و منهجها :

Erreur ! Signet non défini..... 9-أدوات جمع البيانات :

Erreur ! Signet non défini..... 10-مجالات الدراسة :

Erreur ! Signet non défini..... تمهيد:

Erreur ! Signet non défini..... المبحث الأول : ماهية البحوث العلمية في علوم الإعلام و الاتصال.

Erreur ! Signet non défini..... 1-نشأة بحوث الإعلام و تطورها.

Erreur ! Signet non défini..... 2-أهمية البحوث الإعلامية

Erreur ! Signet non défini..... 3-أهداف البحوث الإعلامية.

Erreur ! Signet non défini..... 4-خصائص البحث الإعلامي.

Erreur ! Signet non défini..... المبحث الثاني :-منهجية البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال.

Erreur ! Signet non défini..... 1-أنواع مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال:

Erreur ! Signet non défini..... -مناهج البحوث الكيفية في علوم الإعلام والاتصال :

Erreur ! Signet non défini..... 2- نظام المعاينة في علوم الإعلام و الاتصال.

Erreur ! Signet non défini..... العينات الغير الاحتمالية:

Erreur ! Signet non défini..... 3 -أدوات جمع المعلومات في البحوث الإعلامية.

Erreur ! Signet non défini..... 4- طرق معالجة البيانات و استخلاص النتائج.

Erreur ! Signet non défini..... 1 - طرق معالجة البيانات:

Erreur ! Signet non défini..... 2 - طريقة الأعمدة البيانية :

Erreur ! Signet non défini..... 3-طريقة التمثيل البياني :

Erreur ! Signet non défini..... 4-طريقة التمثيل البياني الدائري:

Erreur ! Signet non défini..... خلاصة :

Erreur ! Signet non défini..... الفصل الثاني : المقاربات النظرية في علوم الإعلام و الاتصال[ماهيتها و كيفية توظيفها].

Erreur ! Signet non défini..... تمهيد:

المبحث الأول: ماهية المقاربة النظرية في بحوث الإعلام و الاتصال:	Erreur ! Signet non défini.
1 – مفهوم المقاربة النظرية في علوم الإعلام و الاتصال.....	Erreur ! Signet non défini.
2 –أهداف المقاربات النظرية في علوم الإعلام و الاتصال	Erreur ! Signet non défini.
المبحث الثاني: أنواع المقاربات النظرية المعتمدة في علوم الإعلام و الاتصال.	Erreur ! Signet non défini.
1-نظريات الإعلام :	Erreur ! Signet non défini.
النظريات المفسرة للتأثير الإعلامي :	Erreur ! Signet non défini.
نظرية التأثير المباشر:	Erreur ! Signet non défini.
نظرية تدفق الإعلام عبر مرحلتين:	Erreur ! Signet non défini.
نظرية حارس البوابة :	Erreur ! Signet non défini.
نظرية دوامة الصمت:	Erreur ! Signet non défini.
نظرية الحقنة تحت الجلد :	Erreur ! Signet non défini.
نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال:	Erreur ! Signet non défini.
نظرية الحتمية التكنولوجية :	Erreur ! Signet non défini.
نظرية الغرس الثقافي :	Erreur ! Signet non défini.
2 -كيفية توظيف المقاربات النظرية في بحوث الإعلام و الاتصال	Erreur ! Signet non défini.
1-من الناحية الشكلية :	Erreur ! Signet non défini.
2-من ناحية الموضوع :	Erreur ! Signet non défini.
خلاصة	Erreur ! Signet non défini.
الاطار التطبيقي	Erreur ! Signet non défini.
الجانب التحليلي:	Erreur ! Signet non défini.
نتائج الدراسة:	Erreur ! Signet non défini.
خاتمة:	Erreur ! Signet non défini.
قائمة المصادر والمراجع.....	Erreur ! Signet non défini.
الملاحق	Erreur ! Signet non défini.