

Public Relations research Methods

Prepared by Dr. Hala Elalfy Fawzy

PRL 624
Public Relations (part two)

Lecture 07



Chapter

07

المحاضرة السابعة

اختيار الأدوات المناسبة



Chapter
07

محتويات المحاضرة

❖ اختيار الأدوات المناسبة:

- الملاحظة.
- تحليل المضمون.
- الاستبانة.
- المقابلات.
- مجموعات النقاش المركزة.

❖ صدق وثبات الأدوات.

اختيار أدوات الدراسة الملائمة يعد ركيزة أساسية لضمان نجاح أي بحث علمي، حيث يتوقف على هذا الاختيار دقة البيانات المجمعة وموثوقيتها. فأداة الدراسة المناسبة تسمح للباحث بجمع المعلومات الضرورية بطريقة فعّالة، مما يسهم في تحليلها بدقة والوصول إلى استنتاجات صحيحة تتوافق مع أهداف الدراسة ومنهجها. عند تصميم أو اختيار أداة الدراسة، يجب على الباحثين مراعاة عدة عوامل مثل تطابق الأداة مع الأهداف البحثية، سهولة تطبيقها، وقدرتها على تحقيق نتائج دقيقة ومعبرة عن مشكلة البحث، وذلك لضمان جودة البحث ومصداقيته.

أنواع الأدوات التي يمكن استخدامها في بحوث ودراسات الإعلام

وتوجد عدة أدوات يتم استخدامها في البحث العلمي، وربما من أكثرها انتشاراً هي المقابلات والاستبانات والملاحظات والاختبارات، ويتم اختيار تلك الأدوات في ضوء الأسس العلمية، وذلك من أجل الوصول إلى البيانات المطلوبة، ومن ثمّ تحقيق أهداف البحث العلمي، ويمكن للباحث أن يقوم باستخدام تلك الأدوات مجتمعة أو منفردة، ويكون ذلك وفقاً لطبيعة البحث وأهدافه، والإمكانيات المتاحة للباحث وتوجهاته.

ومن الملاحظ إن الأهداف التي تسعى لها أي دراسة تعتمد على طرق ومنهجيات مختلفة، كما أن اختيار المناسب يرتبط بظروف الدراسة سواء كانت إمكانيات مالية أو فنية أو بشرية، كما أنه نظراً لاختلاف طبيعة المجتمعات الإحصائية، وتعدد معطياتها التي لا بد من جمعها مع الظروف والامكانيات المتاحة للدراسة، فقد تعددت أساليب جمع المعطيات وفقاً لذلك.



1. أداة الملاحظة

مفهوم الملاحظة:

هي قيام الباحث بالانتباه والتدقيق تجاه ظاهرة أو حادثة معينة، والهدف التقصي والتحري وسبر الأغوار، وَمِنْ ثَمَّ التوصل للعلاقات بين المتغيرات، والوصول إلى نتائج.

أداة الملاحظة في البحث العلمي تُعرف بأنها عملية يقوم من خلالها الباحث بالانتباه والتدقيق تجاه ظاهرة أو حادثة معينة بغرض التقصي والتحري وجمع المعلومات الدقيقة والموضوعية حولها. تُستخدم هذه الأداة عادة لرصد السلوكيات والتفاعلات في البيئة الطبيعية للعينة المدروسة دون التدخل المباشر أو التأثير فيها. وفي مجال الإعلام والعلاقات العامة تحديداً، تكتسب الملاحظة أهمية خاصة إذ تسمح بفهم وتحليل السلوكيات والاتجاهات العامة تجاه القضايا أو الأحداث، مما يساعد في تطوير استراتيجيات الاتصال والتسويق المستهدفة بشكل أكثر فاعلية. كما تمكن الملاحظة الباحثين في هذا المجال من تقييم فعالية الحملات الإعلامية والبرامج التوعوية، وتحديد أنسب القنوات للوصول إلى الجمهور المستهدف، بالإضافة إلى فهم ديناميكيات العلاقات العامة وتأثيرها على تشكيل الرأي العام وصورة المؤسسات.

1. أداة الملاحظة

العناصر التي يجب أن تتوافر في الملاحظة العلمية:

- ✓ المعرفة المسبقة بالظاهرة والموضوع المدروس.
- ✓ الانتباه والتفكير العقلاني لتجنب الانحياز.
- ✓ تسجيل الملاحظات بطريقة محددة وتحليلها بصورة منطقية.
- ✓ وضع الأهداف والتساؤلات العلمية اللازمة.
- ✓ استخدام الخبرات المناسبة للتحليل والقياس، سواء بصورة كمية أو كيفية.

1. أداة الملاحظة

تابع العناصر التي يجب أن تتوافر في الملاحظة العلمية:

- ✓ التركيز على المستجدات الهامة وتجنب التشتت.
- ✓ الحفاظ على دقة المعلومات المسجلة والملاحظات.
- ✓ الخبرة في الطريقة المستخدمة للتسجيل وتحليل الملاحظات.
- ✓ الوعي بالمحددات المؤثرة في الظاهرة المدروسة والمراعاة في كل ما يلاحظه الباحث.
- ✓ أخيرًا، الارتقاء بالملاحظات إلى مرحلة الاستنتاج العلمي الموثوق به.

1. أداة الملاحظة

أنواع الملاحظات في البحث العلمي:

النوع	التصنيف
وفقاً لإعداد المسبق	ملاحظة بسيطة عفوية لا يحتاج ذلك النوع من أنواع الملاحظة وضع أهداف أو خطط مُسبقة، وتنتج عن هذه الملاحظة بلوغ الباحث لفرضية علمية معينة قيد الاختبار، ويعتبر الخبراء الملاحظة البسيطة هي البداية الممهدة للملاحظة العلمية.
	ملاحظة منظمة مقصودة وهي الملاحظة التي يسبقها خطة وأهداف وتحديد لمختلف المشاهدات المتعلقة بالظاهرة، ويقوم الباحث بها بناءً على صياغة فرضيات يتوقع الباحث أن تكون هي الحل للمشكلة أو القضية العلمية التي يتناولها.
وفقاً للمكان	الملاحظة المعملية وتلك الملاحظة تكون وفقاً لضوابط معينة يوفرها الباحث، وترتبط بالتجارب المعملية.
	الملاحظة غير المعملية وفيها يقوم الباحث بدراسة بعض الظواهر على الطبيعة، وتتبع الحالة خارج المعمل.

أنواع الملاحظات في البحث العلمي:

التصنيف	النوع
وفيها يشاهد الباحث المُستجيبين (أفراد عيّنة البحث)، ويقوم بتسجيل جميع المعلومات والبيانات التي تهتمه.	الملاحظة بالمشاركة
وفي ذلك النوع من أنواع الملاحظة في البحث العلمي يتعايش الباحث مع جماعة المُستجيبين عن قُرب، ويشاركهم الحديث بُغية التوصل إلى معلومات البحث، فنجد بعض الباحثين يتنكّر في زي مسجونين ويتفاعل معهم.	الملاحظة من دون المشاركة
وفي ذلك النوع من أنواع الملاحظة في البحث العلمي يقوم الباحث بمتابعة حالة واحدة فقط.	الملاحظة الفردية
وفيها يقوم الباحث بمتابعة أكثر من شخص؛ مُستهدفًا التعرف على سماتهم وخصائصهم.	الملاحظة الجماعية
وفيها يضع الباحث معايير للمعلومات التي يرغب في تجميعها، سواء أكانت نوعية أو كمية.	الملاحظة المحددة
وفيها يقوم الباحث بإجراء دراسة شاملة مُستهدفًا جمع مختلف المعلومات التي تتعلق بالظاهرة.	الملاحظة غير المحددة
	وفقاً لمشاركة الباحث للمُستجيبين
	وفقاً لعدد المُبحوثين
	وفقاً الغاية أو الهدف

1. أداة الملاحظة

إجراءات تصميم أداة الملاحظة في البحث العلمي:

- ✓ تحديد موضوع أو مشكلة البحث والتأكد من وضوح الظاهرة المراد ملاحظتها.
- ✓ تحديد أهداف الملاحظة لتركيز الباحث على جوانب محددة.
- ✓ صياغة بطاقة الملاحظة التي تتضمن المعايير والصفات التي سيبحث عنها الباحث.
- ✓ تحديد مكان وتوقيت الملاحظة المناسبين في ضوء موضوع البحث ومتطلباته.
- ✓ التأكد من صدق المعلومات عن طريق تكرار الملاحظة والمقارنة.
- ✓ التسجيل الفوري للمعلومات عن طريق استخدام التكنولوجيا المتاحة.

نموذج لأداة الملاحظة

الرقم	عنصر واجهة المستخدم	الوصف	متوفر لـ
1	الملخص	يعرض ملخص المقاييس ومؤشرات الأداء الرئيسية التي تم الحصول عليها لسجلات تفاعلات العملاء مع المؤسسة.	الحساب، جهة الاتصال، العميل المحتمل، الفرصة
2	سلامة العلاقة	يتم توضيح السلامة العامة للعلاقة بواسطة العميل	جهة الاتصال، العميل المحتمل، الفرصة
3	الأكثر اتصالاً والأكثر اتصالاً من قبل	إظهار أهم ثلاث جهات اتصال نشطة، مع تفاصيل حول آخر مرة تفاعلت فيها جهات الاتصال هذه مع مؤسستك	الحساب والعميل المتوقع والفرصة
4	تفاعلات العملاء	يُظهر عدد التفاعلات التي بدأتها مقابل جهات اتصال العميل	الحساب، جهة الاتصال، العميل المحتمل، الفرصة
6	مشاركة البريد الإلكتروني	تلخيص كيفية تفاعل العميل مع رسائل البريد الإلكتروني الخاضعة للمتابعة التي أرسلها فريق عملك إليهم.	الحساب، جهة الاتصال، العميل المحتمل، الفرصة
7	وقت الاستجابة	إظهار متوسط الوقت الذي يستغرقه البائعون للرد على رسائل البريد الإلكتروني للعملاء مقارنة بالوقت الذي يستغرقه	الحساب، جهة الاتصال
9	أنشطة العلاقة	يتم تقديم نظرة مفصلة على الأنشطة خلال 60 يومًا، مقسمة حسب التاريخ ونوع النشاط، مثل رسائل البريد الإلكتروني المرسلة ورسائل البريد الإلكتروني المستلمة والاجتماعات المرسلة والاجتماعات المرسلة والمكالمات الهاتفية التي أجريت والمكالمات الهاتفية المستلمة	الحساب، جهة الاتصال، العميل المحتمل، الفرصة

2. أداة تحليل المضمون

مفهوم تحليل المضمون

المعالجة الجزئية التفصيلية للموضوع أو سياق الحوار وغيرها، بينما يقصد بالمحتوى: كل ما احتوته المنصة كالموقع الإلكتروني مثلاً من معلومات وحقائق وأفكار ومفاهيم ويحكمها نظام معين من أجل الوصول لغاية معينة قد تكون هذه الغاية تزويد المستقبلين بما استجد حول الموضوع أو تغيير معرفتهم به أو مساعدتهم على إدراك ماهيته.

تحليل المضمون هو أسلوب بحثي يُستخدم لتحديد الوجود وفهم المعاني من الكلمات، العبارات، الجمل، أو المفاهيم ضمن النصوص أو الوسائط المتعددة. يُستخدم بشكل رئيسي لتحليل الاتصالات وفهم الثقافات والأيديولوجيات من خلال استخراج البيانات وتصنيفها حسب الموضوعات والمفاهيم والأنماط.

2. أداة تحليل المضمون

الخصائص الأساسية لتحليل المضمون تشمل:

- الموضوعية: الحرص على إجراء التحليل بشكل موضوعي دون تأثر الآراء الشخصية.
- النظامية: اتباع منهجية منظمة في جمع البيانات وتحليلها لضمان الدقة والموثوقية.
- الكمية والنوعية: يمكن أن يشمل التحليل الكمي (عد الكلمات أو الترددات) والنوعي (فهم السياق والمعنى).
- التعميم: القدرة على تعميم النتائج على مجموعات أو سياقات أوسع بناءً على العينة المحللة.

تتطلب هذه الأداة تحديد واضح للوحدات التحليلية (كلمات، جمل، فقرات) وفئات التصنيف، بالإضافة إلى معايير للتقييم والتفسير، لضمان إجراء تحليل

شامل ودقيق

2. أداة تحليل المضمون

خطوات تحليل المضمون:

- ✓ قراءة وفهم المحتوى: على الباحث القراءة المتأنية وفهم المضمون بشكل كامل لاستخلاص الأفكار الرئيسية والمفاهيم الأساسية.
- ✓ تحديد وحدات التحليل: يمكن تحويل المحتوى إلى وحدات مناسبة يمكن تحليلها بشكل مستقل، مثل الجمل أو الفقرات أو الفصول.
- ✓ تحليل مضمون الوحدات المحددة: يتضمن ذلك فصل العناصر الرئيسية في النص، وتحليل الأفكار والمفاهيم والعلاقات الموجودة بينها، وكذلك تحديد الموضوعات والمفردات الرئيسية.
- ✓ تصنيف البيانات: يمكن تصنيف البيانات المستخلصة من المضمون بحسب الأنماط أو الموضوعات أو الفئات التي تحددها الدراسة.
- ✓ تحليل العلاقات: يمكن تحليل العلاقات بين الفئات والموضوعات والعناصر المختلفة، والتعمق في تحليل الأفكار والمفاهيم المتداخلة.
- ✓ تفسير النتائج: يجب تفسير النتائج الناتجة عن التحليل بشكل دقيق ومتأن، وتوظيفها في إنتاج النتائج العلمية المرجوة.
- ✓ تقديم النتائج: يجب تقديم النتائج بشكل واضح ومنظم، وإعادة النظر في الأهداف والفرضيات الأصلية للتأكد من تحقيقها بالشكل المطلوب.

2. أداة تحليل المضمون

أهم الوحدات الخاصة بتحليل المضمون:

تحليل المضمون له أهمية كبيرة في البحث العلمي، والخطوات التي يجب اتباعها تختلف باختلاف نوعية وطبيعة المضمون الذي يتم تحليله. أما بالنسبة للوحدات الأساسية التي يمكن الاعتماد عليها في تحليل المضمون، فتشمل:

قائمة بالموضوعات والمصطلحات الرئيسية: حيث يتم التركيز على الموضوعات والمصطلحات التي تم استخدامها في المحتوى وتحديد مدى تكرارها.

الصور والرسوم البيانية: حيث يتم تحليل المغزى وراء الصور والرسوم البيانية المستخدمة، بالإضافة إلى تحليل كيفية استخدامها لنشر نوع معين من الرسائل.

النمط اللغوي والأسلوب: حيث يتم تحليل الأساليب والنماذج اللغوية التي تم استخدامها في المحتوى وتحديد كيفية تأثيرها على المستهلكين.

الأهداف والمعنى المستخدم: حيث يتم تحليل الغرض والمعنى وراء المحتوى وتحديد مدى وجود تأثير مخطط له فيه.

التركيز على الجمهور: حيث يتم تحليل المحتوى بناءً على الجمهور المستهدف، مع تحديد مدى تأثير النص على جمهوره المستهدف.

الخطاب الإعلامي: حيث يتم تحليل الأساليب اللغوية والنصية المستخدمة في الإعلام وتحديد كيفية تأثيرها على الجمهور المستهدف.

(3) الاستبانة (استمارة الاستبيان)

يعد الاستبيان من أهم الأدوات الخاصة بجمع البيانات، وتتمثل في توجيه عدد من الأسئلة مثل ما كيفية، وما مدى، وذلك عن طريق قياس وجهات نظر العينة المدروسة، والتي تكون مقسمة بطريقة منهجية لعينة من مجتمع الدراسة الذين يتم اختيارهم بأهمية، وتختلف في ذلك نوعية الأسئلة وفقاً لموضوع الدراسة مثل الأسئلة المغلقة، والتي تكون محايد موافق غير موافق، وقد تكون تلك الأسئلة مفتوحة، مثل التعبير عن رأي المبحوث، ويكون ذلك بمنتهى الحرية.

يعتبر الاستبيان من أكثر أدوات البحث الإعلامي من حيث الانتشار، وذلك بالمقارنة بالأدوات الأخرى، ويكون ذلك بسبب اعتقاد العديد من الباحثين أن الاستبانة لا تتطلب إلا القليل من الجهد في توزيعها، وجمعها، وتصميمها وتحكيمها.

(3) الاستبانة (استمارة الاستبيان)

مفهوم الاستبانة

ويقصد بالاستبانة أنها تلك الطريقة التي يتم استخدامها لجمع بيانات ميدانية وأولية حول ظاهرة البحث العلمي أو حول مشكلة، كما يقصد بها مجموعة من الأسئلة المكتوبة والتي يقوم المبحوث بالإجابة عليها، وهي أداة أكثر استخداماً في الحصول على المعلومات من عينة الدراسة بشكل مباشر، ومعرفة اتجاهاتهم وأراءهم.

ويقصد بالاستبانة كذلك أنها استمارة يقوم الباحث بتصميمها في ضوء كتابات ذات صلة بالمشكلة البحثية، أو من الممكن أن يحصل عليها جاهزة، ويقوم هو بتعديلها وفقاً للأسس العلمية، والتي تشمل بيانات أولية عن المبحوثين بالإضافة إلى فقرات عن أهداف البحث، ويتم إعدادها بصيغة مفتوحة أو مغلقة أو ربما الاثنين معاً وأحياناً بالصور، بحيث تصل إلى المبحوثين بأي وسيلة مثل المناولة أو البريد أو غيرها، وترجع للباحثة بعدها بعد أن تمت الإجابة عنها.

(3) الاستبانة (استمارة الاستبيان)

ويعبر الاستبيان عن كشف أو صحيفة يتضمن عدد من الأسئلة التي تتصل باستطلاع الرأي تجاه أي ظاهرة تتعلق بنشاط اجتماعي أو فني أو ثقافي، ومن خلال مجموع الإجابات يمكننا الحصول على المعطيات الإحصائية التي نريد جمعها، وبذلك فإن تصميم الاستبيان يتكون من خلاله تأثير مباشر خاصة بنوعية المعطيات ومدى دقتها، ومن ثم فيحتاج التصميم إلى إلمام تام وعناية فائقة بحالة عينة الدراسة وفهم لأموهم الاقتصادية والاجتماعية ولتقاليدهم، وكذلك لمفهوم اللغة والألفاظ المتداولة بينهم، وبذلك فإن تصميم الاستبيان يأتي بعد الانتهاء من تحديد المعطيات المراد جمعها، والتي يجب تمثيلها في جداول إنتاج تعرض الصيغة الأخيرة للمعطيات، وكذلك طبيعة العلاقات الإحصائية بين المتغيرات المختلفة.

(3) الاستبانة (استمارة الاستبيان)

وتعد مشكلة البحث والعلاقات الفرضية والتساؤلات التي يتم طرحها، هي المرجع الرئيسي في تحديد إطار البيانات التي تتطلب جمعها، حيث إن تحديد المشكلة يعني تحديد العناصر التي يتم دراستها، والأطر الزمنية والمكانية والبشرية التي تتصل بتلك الدراسة، كما أن العلاقات الفرضية تحدد بدقة المتغيرات التي يتم دراستها، ويتم تحديد التساؤلات التي يتم طرحها في حال استخدامها كبديل عن صياغة الفرض العلمي، وكذلك مجالات وحدود الإجابات المستهدفة من تلك التساؤلات، وتلك الاجراءات البحثية التي يقوم بها الباحث من شأنها تحديد المتغيرات والعناصر التي سيتم دراستها، والتي تعد بمثابة الإطار العام للمعلومات المطلوبة، ويقوم الباحث هنا بإعادة تبويبها وتصنيفها ومراجعتها، بهدف تحديد نوعها وكفايتها، ووفقاً لأهداف الدراسة فإن البيانات المستهدفة لا تخرج عن حدود السمات الاجتماعية والفردية والعامة للجمهور، وكذلك المعلومات التي تتصل بالسلوك الاتصالي، وتلك البيانات قد تعبر عن آراء واتجاهات وحقائق ومعتقدات ومشاعر أو عن سلوك في الحاضر أو الماضي.

(3) الاستبانة (استمارة الاستبيان)

ويمكن تصنيف الاستبانة وفقا لنوعية الإجابة المطلوب الإجابة عنها إلى أربعة أنواع كما يلي:

أ- الاستبانة المغلقة:

والتي تتمثل في أن تكون الإجابة مقيدة، حيث تشمل أسئلة تتبعها إجابات محددة، وما على المبحوث إلا أن يقوم باختيار الإجابة بوضع إشارة عليها، كما هو الأمر في الأسئلة الموضوعية، ومن مميزات ذلك النوع أنه يعمل على تشجيع المبحوثين على الإجابة عليها، كما أنه لا يتطلب جهد ووقت كبير، ويساعد كذلك على تحليل البيانات إحصائيا بعد تصنيفها، ومن عيوبه أن المبحوث من الممكن ألا يجد بين الإجابات الجاهزة ما يريد.

وبالرغم من مزايا ذلك النوع من الاستبانة إلا أنها تحتاج إلى اختبارات كثيرة للتأكد من صدق المحتوى، حيث إنه من الضروري وجود اتفاق بين ما يقصده الباحث بالاستجابات البديلة، وما يقصده المبحوث بالاختيار منها، ونتيجة هذا، فإنه من النادر أن يتم استخدامها للحصول على بيانات تخص الآراء أو الاتجاهات أو المعتقدات، والتي من الممكن أن تتعدد حولها الحدود أو التفسيرات التي تمثلها مقاييس أو أوزان الاستجابات مثل درجات ضعيفة، صغيرة، كبيرة، مهم، مهم جدا وغيرها.

(3) الاستبانة (استمارة الاستبيان)

ويمكن تصنيف الاستبانة وفقاً لنوعية الإجابة المطلوب الإجابة عنها إلى أربعة أنواع كما يلي:

ب- الاستبانة المفتوحة:

وفي تلك النوع تكون الإجابة حرة ومفتوحة، حيث تحتوي على عدد من الأسئلة التي يجيب عليها المبحوث بلغته وطريقته الخاصة، كما يحدث في الأسئلة المقالية، ويهدف ذلك النوع على إعطاء المبحوث فرصة لكتابة رأيه، وذكر تبريراته الخاصة بإجابته بشكل صريح وكامل، ومن عيوبه أنه يتطلب وقت وجهد وتفكير كبير من المبحوث، مما قد لا يشجعه ويساعده على المشاركة بالإجابة.

ونظراً لوجود احتمالات اختلاف في فهم السؤال بذات المستوى من جميع المبحوثين، فإن ذلك النوع من الأسئلة عادة ما يكون نادر الاستخدام في الاستبيان البريدي، ويتم استخدامه في أسلوب المقابلة، والتي تحتاج إلى تدريب كبير للارتفاع بمهارة الباحثين، ليتمكنوا من تسجيل أفكار وآراء المبحوثين بدقة، والعمل على إدارة المقابلة، وذلك حتى لا يخرج المبحوث عن إطار السؤال.

(3) الاستبانة (استمارة الاستبيان)

ويمكن تصنيف الاستبانة وفقاً لنوعية الإجابة المطلوب الإجابة عنها إلى أربعة أنواع كما يلي:

ب- تابع الاستبانة المفتوحة: (ويتم استخدام ذلك النوع بتوسع في بعض الحالات كما يل):

- ✓ أن يكون هناك رغبة في معرفة الاتجاهات والدوافع والآراء والمشاعر والأفكار، والتي لا يمكن أن توضحها مقياس أو إجابات نمطية، ويمكن أن تختلف من مبحوث لآخر، وذلك يكون وفقاً للسمات الاجتماعية والبيئية والعامة، كما يمكن أن يختلف مدى الإحساس بها، أو الكشف عنها، الأمر الذي يجعل ناك صعوبة في تنميط الإجابات، ومن المفضل هنا أن يترك للمبحوث الإجابة عنها بالأسلوب والطريقة التي يراها مناسبة.
- ✓ في حالة التعرف على مدى معرفة الفرد للمعاني، والتي قد يكون بها غموض، خاصة في الدراسات التي تختلف فيها المستويات التعليمية للعينة الدراسة، وذلك مثل السؤال عن تفضيل البرامج الثقافية وغيرها، فيكون السؤال هنا عن مفهوم الثقافة من وجهة نظر المبحوث.
- ✓ كما يتم استخدامها في الحالات التي تتصف بالنقص في البيانات التي ترتبط بموضوع الدراسة، الأمر الذي يجعل هناك صعوبة في تحديد الاستجابات المحتملة الخاصة بالأسئلة المطروحة، وتظهر بشكل خاص في الدراسات الكشفية أو الاستطلاعية.

(3) الاستبانة (استمارة الاستبيان)

ويمكن تصنيف الاستبانة وفقاً لنوعية الإجابة المطلوب الإجابة عنها إلى أربعة أنواع كما يلي:

جـ - الاستبانة المغلقة المفتوحة (نصف المغلقة):

وهي أداة بحث تجمع بين خصائص الاستبانات المغلقة والمفتوحة، مما يسمح للمشاركين بالإجابة عن الأسئلة المحددة مسبقاً وكذلك تقديم إجابات حرة. هذه

النوعية من الاستبانات تعتبر مفيدة جداً في مجال الإعلام للأسباب التالية:

- ❖ المرونة: توفر الاستبانة نصف المغلقة المرونة للمستجيبين للتعبير عن آرائهم بحرية في إطار محدد، مما يسمح بجمع بيانات أكثر تفصيلاً وغنية.
- ❖ تحديد وتفصيل: تسمح بجمع المعلومات الكمية من خلال الأسئلة المغلقة وكذلك فهم السياقات والدوافع وراء الإجابات من خلال الأسئلة المفتوحة.
- ❖ سهولة التحليل: الأسئلة المغلقة تسهل عملية تحليل البيانات كمياً، بينما الأجزاء المفتوحة تقدم نظرة نوعية عميقة حول القضايا المطروحة.
- ❖ تقليل التحيز: توفر فرصة للمشاركين للإدلاء بمعلومات أو وجهات نظر قد لا تكون متوقعة من قبل الباحث، مما يقلل من تحيزات البحث.

(3) الاستبانة (استمارة الاستبيان)

ويمكن تصنيف الاستبانة وفقا لنوعية الإجابة المطلوب الإجابة عنها إلى أربعة أنواع كما يلي:

د- الاستبانة المصورة:

ويتم تقديم فيها أسئلة على هيئة صور أو رسوم وذلك كبديل عن العبارات المكتوبة، ويقدم ذلك النوع من الاستبانات للأميين والأطفال، وتكون تعليماتها

شفهية. أهمية استخدامها في مجال الإعلام:

- ❖ تحسين الفهم: الصور تجعل الاستبيان أكثر جاذبية ويسهل فهمها من قبل المشاركين، خاصة في الدراسات التي تشمل جمهورًا متنوعًا.
- ❖ زيادة الاهتمام: استخدام الصور يمكن أن يجعل الاستبيان أكثر إثارة للاهتمام ويحفز المشاركين على إكماله.
- ❖ تقليل التحيز: الصور يمكن أن تقدم وسيلة موضوعية للتعبير عن الأفكار والمفاهيم، مما يقلل من تحيزات اللغة والتفسير.
- ❖ تسهيل التواصل: في مجال الإعلام، الاستبانة المصورة يمكن أن تسهل التواصل وجمع البيانات حول الردود العاطفية أو التفضيلات المتعلقة بالمحتوى البصري، مثل الإعلانات والبرامج التلفزيونية.

(3) الاستبانة (استمارة الاستبيان)

طريقة الإجابة على الاستبانة

تملأ الاستمارة بشكل ذاتي، أي من طرف المبحوث ذاته، أو عن طريق المقابلة، وتتمثل استمارة الملاء بشكل ذاتي في توزيع الاستمارات، بمعنى إعطاء نسخة لكل مستجوب يقوم بذاته بملئها، وتتطلب تلك الاستمارة من المبحوث أن يبذل المزيد من الجهد، حيث يجب عليه فهم الأسئلة وقراءتها وتحضير الإجابة عنها، ولكن الاستمارة عن طريق المقابلة تكون بطرح الأسئلة وتسجيل الإجابات بشكل شفوي، ويتطلب ذلك من الباحث تدخل ووقت أكبر، وقد يكون ذلك عبر الهاتف أو وجها لوجه، أو قد يتم الحصول على الإجابات من خلال الاستمارة الإلكترونية عبر موقع ويب أو عبر البريد الإلكتروني.

(3) الاستبانة (استمارة الاستبيان)

وهناك عدد من القواعد العامة لتصميم الاستبيان كما يلي:

- ✓ ضرورة أن يكون حجم الاستبيان مناسب، كذلك أن تكون الطباعة سهلة القراءة وجيدة، كما يجب أن يكون لون الورق مقبول، وفي حالة أن هناك صفحات عديدة فإنه من الأفضل أن تكون على شكل رأسي.
- ✓ ضرورة مراعاة التنفيذ الآلي الخاص بتبويب المعطيات والعمل على تحليلها، إذا كان هناك نية في استخدام الحاسب الآلي، ويكون ذلك عن طريق تخصيص حقول للترميز، والخاصة بإجابة كل سؤال، وتكييف الاستبيان بما يتناسب مع هذا الهدف، وضرورة مراعاة إذا كانت عملية الترميز ضمن الإجابة أم لا، أي الترميز المسبق، أم يكون لاحقاً بعد ملء الاستمارة.
- ✓ كذلك ضرورة أن يضم الاستبيان الحد الكافي من الأسئلة قدر المستطاع، ويستوجب تحقيق ذلك مراجعتها أكثر من مرة، للتأكد من عدم وجود أسئلة لا تخدم هدف الدراسة.

(3) الاستبانة (استمارة الاستبيان)

ما بعد الإجابة على الاستبانة

يقوم الباحث بتحليل البيانات وتفسيرها بعد جمعها، ويؤدي حجم العينة دور محوري في الاستبانة ومدى صلاحية البحث، وله أسس وأصول إحصائية معروفة، تهدف للتأكد من كفاية حجم العينة، ومدى تعبيرها عن المجتمع الأصلي، ويعتبر اختيار حجم العينة بطريقة خاطئة يؤدي إلى ظهور نتائج خاطئة، ومن المزايا الخاصة بالاستبانة أنها طريقة قليلة التكلفة، وبشكل خاص حينما تكون سريعة التنفيذ، ويكون ذلك عندما تكون الاستمارة إلكترونية، وتمكننا من تسجيل السلوكيات غير الملحوظة، كما تجعلنا قادرين على مقارنة الإجابات والتطبيق يكون هنا على عدد كبير، كما أنه من عيوب الاستمارة هو إمكانية تزيف الإجابات، ويكون ذلك لأسباب عدة، مثل إعطاء صورة إيجابية عن أنفسهم أو غيرها من الأسباب، كما أنه من الممكن صياغة الأسئلة بطريقة تجعل بعض المصطلحات غير مفهومة بالنسبة لعينة الدراسة.

(3) الاستبانة (استمارة الاستبيان)

وهناك عدد من المعايير الخاصة بالاختيار بين أي من أنواع الأسئلة السابقة في تصميم الاستمارة، كما يلي:

- ✓ موضوع الاستبيان: حيث إنه إذا كان يستهدف التصنيف عن طريق تعبيرات ذات وزن محدد مثل لا أوافق وأوافق ونعم أو لا، الذي يهدف إلى الكشف عن الدرجة، ولكن حينما يرتبط الموضوع بالتعرف على عملية تكوين التقديرات وأسبابها، فإن الأسئلة المفتوحة تعتبر هي الأنسب في تلك الحالة.
- ✓ مستوى المعلومات المتوفرة لدى المبحوث، فيما يخص موضوع الاستبيان، حيث إن النقص في هذا الصدد يجعل الباحث يلجأ للأسئلة المفتوحة، والتي تكون دليلاً له في توجيه الإجابة، بينما تعد الأسئلة المغلقة أكثر ملائمة حينما يكون الموضوع حول خبرات أو سمات المبحوث التي يدركها بشكل جيد.
- ✓ وتعد الأسئلة المفتوحة أكثر ملائمة للتعبير عن الاتجاهات أو الآراء، حيث إن الأسئلة المغلقة في تلك الحالة لن تقدم تعبير صادق عما يقصده الباحث.
- ✓ كما أن مستوى الدافع إلى الإجابة عن أسئلة الاستبيان يعتبر مرشداً، حيث إن الأسئلة المغلقة تكون بحاجة إلى دافع بسيط، ويعود ذلك نتيجة لارتفاع مستوى وعي المبحوث أو مستوى إدراكه وتفاعله مع موضوع الاستبيان، لكن الأسئلة المفتوحة تحتاج إلى دوافع أقوى، وتثير الاتصال بين المبحوث والباحث الذي يتمثل في الغالب في أسلوب المقابلة الشخصية.

(3) الاستبانة (استمارة الاستبيان)

ويوجد لصياغة أسئلة الاستبيان عدد من الشروط كما يلي:

- ✓ ضرورة التركيز في أن الأسئلة موجهة إلى أفراد مختلفين في مؤهلاتهم التعليمية والثقافية ومستوياتهم، وكذلك في عاداتهم الاجتماعية، مما يستوجب الموضوع في صياغة الأسئلة، كذلك استخدام عبارات بسيطة ذات معنى، وتعطي في ذات الوقت المعنى المقصود.
- ✓ ضرورة تجنب الأسئلة الغامضة.
- ✓ أن يتم صياغة الأسئلة بحيث تكون الإجابة عليها واضحة وقاطعة، فمثلا تكون عبارة عن كلمة نعم أولا أو عن رقم أو استخدام إشارات محددة، كما يجب ألا تكون الأسئلة من النوع المفتوح، بل يتم حصر كافة الإجابات المحتملة عن كل سؤال، والعمل على كتابتها أمام السؤال، حتى يتمكن المبحوث هنا من وضع علامة على الإجابة المناسبة، وكتابتها أمام السؤال المناسب، كما هو الأمر في ذكر المستويات التعليمية عند السؤال عن المستوى الخاص بالتحصيل الدراسي، وكتابة كذلك عدد الهوايات الأساسية عند سؤال المبحوث عن هوايته المفضلة ليقوم بتحديد أحدها.

(3) الاستبانة (استمارة الاستبيان)

(تابع) ويوجد لصياغة أسئلة الاستبيان عدد من الشروط كما يلي:

- ✓ تجنب الأسئلة المزدوجة عن طريق سؤال واحد، وقد يختلف الرأي فيهما، وتعتمد في صياغتها على حرف البدل أو العطف مثل سؤال المبحوث عن موافقته على تكرار إحدى الفقرات على القناة الثانية وفترة السهرة في آن واحد.
- ✓ ضرورة تجنب الباحث صياغة الأسئلة ذات الاتجاه السلبي، وهي الأسئلة التي يتم سؤاها بالنفي أو السؤال عن الجانب السلبي في موضوع السؤال، الأمر الذي يترتب عليه حيرة المبحوث أثناء الإجابة، فمثلا بسؤاله عن تحديد الأسباب التي لا يوافق عليها في قراءته للصحف.
- ✓ ضرورة تجنب الأسئلة الإيحائية، والتي نجد فيها تحيز كبير في الإجابة، حيث إن المبحوث قد يشعر أن هناك إجابة مستهدفة عن طريق السؤال، ويكون الإيحاء واضح في طريقة تقديم السؤال، أو في بنائه اللفظي الذي يشمل بعض العبارات أو الألفاظ العاطفية، والتي من شأنها استمالة المبحوث لإجابة محددة، مثل سؤال المبحوث عن موافقته عن تأييده للمسلسلات المستوردة من الخارج والتي تؤدي لانحراف الشباب.

(3) الاستبانة (استمارة الاستبيان)

(تابع) ويوجد لصياغة أسئلة الاستبيان عدد من الشروط كما يلي:

- ✓ كذلك تجنب أن يتم استخدام مصطلحات أو ألفاظ متحيزة كسؤال المبحوث عن استجابة معينة، مثل سؤاله عن تفضيله عن قراءة الصحف أم "مجرد" مشاهدة التلفزيون في أوقات فراغه، وهنا استخدام لفظ مجرد قد يثير عند المبحوث الشعور بعدم أهمية المشاهدة، فيختار تفضيل قراءة الصحف.
- ✓ ضرورة تأكد الباحث من أن السؤال لا يسبب حرج للمبحوث في الإجابة عليه، وذلك مثل الأسئلة التي ترتبط بالتقاليد الاجتماعية والأعراف، والتي لا يمكننا توقع أن المبحوث قد يختار ما يخالفها، كذلك الأسئلة التي تمثل تهديد للمبحوث نتيجة مخالفته لتقاليد المجتمع، مثل السؤال عن مشاهدة الأفلام الإباحية وغيرها.
- ✓ كذلك ضرورة تجنب الأسئلة التي تتطلب معلومات تفصيلية، والتي قد لا يستطيع الباحث استعادتها أو تذكرها، وبالتالي تتزايد نسبة الإجابات المرفوضة لدى المبحوث.

(3) الاستبانة (استمارة الاستبيان)

(تابع) ويوجد لصياغة أسئلة الاستبيان عدد من الشروط كما يلي:

- ✓ كما يجب مراعاة أن ترتيب الأسئلة يكون بشكل منطقي، والذي يراعي العلاقة بين الأسئلة، ويكون ذلك عن طريق تقسيم الأسئلة إلى مجموعات متجانسة، والتي تحمل عناوين فرعية.
- ✓ كذلك الأسئلة التي تبعد عن الحساسية، والتي لا تعتبر تدخل في أموره الشخصية، التي قد تؤدي إلى إزعاج المبحوث، والتأكيد كذلك على تجنب الأسئلة التي تحتاج إلى خبرة واسعة.
- ✓ الابتعاد عن الأسئلة التي تتطلب من المبحوث إجراء عمليات حسابية مطولة، مثل سؤاله عن عمره في تاريخ محدد، ومن الممكن الاكتفاء بسؤاله عن تاريخ ميلاده فقط.
- ✓ ضرورة إضافة بعض الأسئلة بصيغ متعددة، وذلك للتأكد من دقة بعض الإجابات الأخرى، مثل سؤال المبحوث في بداية الاستمارة عن متوسط مصروفه الشهري، وفي مكان آخر عن متوسط دخل المبحوث الشهري.

(4) المقابلة

مفهوم المقابلة:

- هي لقاء مباشر يجمع ما بين الباحث العلمي، وأفراد العينة التي يراها مناسبة من وجهة نظره؛ للحصول على معلومات تخص موضوع البحث العلمي، ويتم ذلك بصورة مباشرة دون وسيط، وتعد طريقة المقابلة من أكثر أدوات الدراسة صدقًا. وهنا ثلاثة أنواع رئيسية للمقابلة:
- المقابلة التقليدية: تتميز بكونها بنية وتنظيمًا حيث يتم تحضير الأسئلة مسبقًا وتكون موجهة لجمع معلومات محددة من المشارك. هذا النوع من المقابلات يعطي الفرصة للباحث أو المقابل للحصول على إجابات دقيقة ومباشرة حول موضوعات معينة.
 - المقابلة التحليلية: تركز على تحليل سلوك الطرف الآخر وتصرفاته خلال المقابلة. هذه الطريقة تُستخدم لفهم دوافع الشخص وإنجازاته بعمق أكبر بدلاً من الاعتماد على الإجابات السطحية فقط. يتم استخدامها غالبًا في مقابلات العمل والتقييمات النفسية.
 - المقابلة الشخصية: هذا النوع ينقسم إلى ثلاث مراحل: ما قبل المقابلة، أثناء المقابلة، وما بعد المقابلة. كل مرحلة تتطلب استعدادات مختلفة وتعتبر حاسمة لنجاح العملية ككل. تُستخدم المقابلات الشخصية بشكل واسع في عملية الاختيار والتوظيف، حيث تُعطى أهمية كبيرة للتفاعل المباشر.

(4) المقابلة

ما الأمور التي ينبغي مراعاتها عند إجراء المقابلة؟

- ✓ يجب أن يكون الباحث على قدر كبير من المهارة في الحوار؛ حتى يحصل على المعلومات التي تثري موضوع البحث العلمي.
- ✓ ينبغي على الباحث العلمي أخذ موافقة المبحوثين قبل القيام بإجراء المقابلة، وفي حالة رغبة أحد المبحوثين في الانسحاب أثناء المقابلة يجب على الباحث العلمي أن يحترم ذلك.
- ✓ يجب على الباحث القيام بإعداد مجموعة الأسئلة الملقاة على المبحوثين قبل إجراء المقابلة، والتحضير لها بشكل جيد.
- ✓ من المهم تحديد الأهداف الرئيسية قبل إجراء المقابلات مع أفراد العينة أو المبحوثين.
- ✓ ينبغي أن يقوم الباحث العلمي بكتابة جميع الإجابات والسلوكيات الخاصة بالمبحوثين بمجرد إنهاء المقابلة؛ حتى لا يتم نسيان أي جانب من الجوانب، وخاصة في حالة القيام بعدد كبير من المقابلات.

(4) المقابلة

ما خطوات إجراء المقابلة؟

1. حصر الأفراد أو المبحوثين المزمع إجراء المقابلة معهم، وكلما كان العدد قليلاً كان ذلك أفضل في الحصول على نتائج إيجابية، ويجب أن تمثل عينة المقابلة المشكلة العلمية المراد دراستها؛ لذا يشترط انتقاء عينة الأفراد بعناية لتحقيق المستهدف.
2. يقوم الباحث العلمي بوضع أسئلة المقابلة، ودراساتها بعناية فائقة؛ من أجل التأكد من مدى فاعليتها في الحصول على المعلومات والبيانات اللازمين للحصول على نتائج ذات دلالات رقمية أو وصفية، ومن المفضل إجراء اختبار لأسئلة المقابلة على فردين أو أكثر؛ من أجل التعرف على جدوى الأسئلة، ومدى تفهم المفحوصين لها، كما أن الاختبار مهم من أجل تصحيح المسار في حالة وجود سلبيات مؤثرة.
3. اختيار توقيت ومكان المقابلة وإبلاغ الأفراد بذلك، مع شرح أهمية المقابلة في حل الإشكالية العلمية التي يدرسها الباحث، لضمان اهتمام المبحوثين بالإجابة بصورة نموذجية.
4. إجراء المقابلة مع إجمالي العينة المختارة، مع وضع جدول زمني من أجل تحديد المقابلات التي سوف يتم إجراؤها في اليوم، مع الاهتمام بالتدوين اليومي.

(5) مجموعات النقاش المركزة

مفهوم مجموعات النقاش المركزة:

مجموعات النقاش البؤرية أو المركزة (Focused Group Discussion) هي إحدى طرق جمع البيانات الكمية والنوعية في البحوث الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والتسويق الاستراتيجي. تهدف هذه الطريقة إلى جمع المعلومات من مجموعة مختارة ومتدربة من الناس، وذلك من خلال توجيه سلسلة من الأسئلة والمناقشات المركزة حول موضوع محدد. ويعتبر تحليل مجموعات النقاش البؤرية أحد أساليب تحليل البيانات التي تم جمعها.

تُجرى مجموعات النقاش البؤرية عادةً في مجموعات صغيرة، تتراوح ما بين 6 إلى 10 أشخاص، يجمع بينهم صلة مشتركة. تهدف المجموعات إلى إثارة النقاش والحوار، ومناقشة الآراء والمعتقدات والتجارب فيما يتعلق بموضوع محدد، واستخلاص الأفكار والإجابات والتوصيات التي يتم إضافتها إلى مجموعة البيانات الأساسية. يتم تنظيم المجموعات عادة في موقع مناسب مع توفير ظروف تحفيزية للمشاركين، وتسجيل جلسات المجموعات عادة بالصوت أو الفيديو لاحقاً.

(5) مجموعات النقاش المركزة

أهمية مجموعات النقاش المركزة

- تعد هذه الطريقة مفيدة للغاية في البحوث الاجتماعية والتسويق وعلم النفس ومجالات أخرى للأسباب التالية:
 - فهم أعمق للآراء والتصورات: تُتيح مجموعات النقاش المركزة فرصة لفهم آراء ومواقف المشاركين بشكل أعمق من خلال التفاعل الجماعي والنقاشات الحية.
 - تحديد الاتجاهات والأنماط: يُمكن للباحثين تحديد الأنماط والاتجاهات في البيانات التي تُجمع خلال النقاشات، مما يُسهل تحليل البيانات واستنباط الاستنتاجات.
 - المرونة في البحث: تُوفر هذه الطريقة مرونة كبيرة في تناول موضوعات مختلفة والتعمق في أسئلة محددة استنادًا إلى النقاشات التي تجري خلال الجلسة.
- مجموعات النقاش المركزة تُساعد الباحثين على الكشف عن معلومات غنية ومفصلة قد لا تظهر من خلال طرق البحث الكمية، مما يجعلها أداة قيمة للحصول على فهم متعمق للموضوعات المدروسة.

الفرق بين مجموعات النقاش المركزة والمقابلات

المقابلات	مجموعات النقاش
التعرف على وجه النظر الفردية	التعرف على رأي عدد من الخبراء أو الأفراد بشكل جماعي
التطرق للآراء والخبرات الشخصية	إثارة نقاش وشرح القضايا، وفهم أنماط التفاعل وأساليب اتخاذ القرار
الحصول على معلومات متعمقة في مجال محدد	الحديث حول عدد من القضايا الجديدة
معالجة ووصف المعلومات عن القضايا والمشكلات مثل الهجرة والعلاقات الأسرية	البحث عن معلومات واسعة في المجتمع مثل سلوكيات الأشخاص أو القيم الثقافية في المجتمع أو القضايا والرأي العام
أكثر استخداما في الموضوعات الحساسة والمعقدة	أقل استخداما في الموضوعات التي بها حساسية شخصية

صدق وثبات الأدوات

- وتستهدف تلك الخطوة التأكد من مدى صلاحية الأدوات للتطبيق، والعمل على تحقيق هدفها في جمع المعلومات المطلوبة، وهو ما يدعى بصدق الاستمارة، أي صلاحيتها في تحقيق الهدف الذي تم تصميمها من أجله، وهناك ثلاثة طرق يمكن عن طريقها اختبار مدى صدق الاستمارة، وصلاحيتها لقياس ما تسعى لقياسه كما يلي:
- مراجعة الأسئلة: عن طريق التأكد من صياغة السؤال ومحتواه، وترتيب الأسئلة في الاستمارة، وأشكال الإجابات، وتلك الأسئلة يضعها الخبراء كمرشد لتصميم استمارة الاستقصاء.
 - عرض الاستمارة على عدد من أصحاب الاختصاص، وفي مناهج البحث العلمي، وذلك بغرض الكشف عن أي أخطاء علمية أو قصور منهجية من شأنها التأثير على موضوعية الأداة وبنائها وصدق محتواها.
 - توزيع عينة أولية من استمارة الاستبيان على عينة مشابهة للعينة الأساسية، وذلك للكشف عن مدى فهم العينة للأسئلة وطريقتها وأشكالها، ومدى تجاوبها مع شكل الأسئلة وترتيبها، والكشف كذلك عن الألفاظ غير الشائعة والصعبة، وما يظهره ذلك الاختبار من صعوبات يمكن تلافيها عند إعداد صحيفة الاستبيان في صورتها الأولية.

صدق وثبات الأدوات

وهناك عدة طرق لتقدير الثبات في تحليل المضمون كما يلي:

إعادة التحليل: يقوم الباحث بتحليل عينة من المادة قيد الدراسة ويترك تلك المادة لفترة كافية من الزمن (أسبوعين أو أكثر) ثم يعود لتحليل المادة نفسها. ويستخرج معامل الاتفاق بين التحليلين.

الاتفاق بين محللين مستقلين: يقوم محللان مستقلان بتحليل العينة نفسها، ثم يجري حساب معامل الاتفاق بين التحليلين. وتشير الدراسات إلى أن معامل الثبات المقبول يفوق (80%).

إذن، يعني بالثبات، حدوث توافق أو تطابق بين النتائج التي يتوصل إليها أكثر من باحث يستخدم نفس فئات التحليل على نفس المضمون. أما المقصود بالصدق في حالة الدراسات التي تستخدم أسلوب تحليل المضمون هو صلاحية فئات تحليل المضمون لقياس ما هو مراد قياسه.

طرق قياس الثبات

إعادة الاختبار: تقوم هذه الطريقة على حساب معامل الارتباط بين اختبار تم إجراؤه على نفس العينة البحثية مرتين يفصلهما وقت محدد، ويؤثر معامل الارتباط إيجابياً على الثبات كلما ازداد. التجزئة النصفية: تعتمد هذه الطريقة على تجزئة الاختبار إلى نصفين، وحساب معامل الارتباط بينهما باستعمال معادلة بيرسون براون للارتباط. (Pearson Correlation).

حساب معامل ثبات كرونباخ ألفا (Cronbach's alpha) يُستخدَم معامل ثبات كرونباخ في حساب معامل التمييز الخاص بكل سؤالٍ من الاختبار، الذي يؤثر على حذف الأسئلة في حال كان معامل التمييز سالباً أو ضعيفاً، ويجدر بالإشارة أن معامل كرونباخ يُحسَب باستخدام برمجية SPSS أو برمجية E-

views.

خاتمة

تحديد أدوات الدراسة خطوة حاسمة في نجاح البحوث في مجال الإعلام. لذلك من خلال هذه المحاضرة ركزنا على الأدوات التي يمكن استخدامها في مجال بحوث الإعلام وكيفية إعدادها بالشكل الصحيح، ومميزات وعيوب كل أداة، وأساليب التحقق من صدق وثبات كل أداة.

- ✓ أحمد إبراهيم خضر (2021). مناهج البحث وإعداد الخطط البحثية، جامعة السويس: كلية السياسة والاقتصاد.
- ✓ بسام عبد الرحمن المشاقبة (2014). مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- ✓ سعيد محمد المصري (2005). طرق ومناهج البحث العلمي، الإسكندرية: دار الحوري للطباعة.
- ✓ شيماء ذو الفقار زغيب (2009). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- ✓ طه عبد العاطي نجم (2015). مناهج البحث الإعلامي. الإسكندرية: دار كلمة للنشر والتوزيع.
- ✓ متولي نقيب (2008). مهارات البحث عن المعلومات وإعداد البحوث في البيئة الرقمية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للنشر.
- ✓ محمد زيدان عمر (2002). البحث العلمي ومناهجه وتقنياته، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- ✓ محمد عبد الحميد (12000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة: عالم الكتب..
- ✓ مصطفى حميد الطائي (2007). منهج البحث العلمي في الإعلام والعلوم السياسية، الإسكندرية: دار الوفاء.

- ✓ C.R Kothari (2005). Research Methodology Methods and Techniques, London: New Age International.
- ✓ John Scott & Gordon Marshall (2002). A Dictionary of Sociology, London: Oxford University press.
- ✓ Marcel Danesi (2000). Encyclopaedic Dictionary of Semiotics, Media, and Communication, London: University of London press.
- ✓ Roger D. Wimmer & Joseph R. Dominick (2005). Mass Media Research: An Introduction, USA: Wadsworth publishing Company, Inc.
- ✓ Simon Pope, Audun Josang (2009). Analysis of Competing Hypotheses using Subjective Logic, Australia, London: The university of Queensland.
- ✓ W. (William) Paul Vogt, R. (Robert) Burke Johnson (2011), Dictionary of Statistics & Methodology: A Nontechnical Guide for the Social (Vogt, Dictionary of Statistics and Methodology, SAGE.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

