

كلية المستقبل الجامعة

قسم الاعلام /مرحلة ثانية

مناهج البحث /المحاضرة الرابعة.

أستاذة المادة /د. حنين محمد عبيد

مفهوم البحث الإعلامي :-

أكد العديد من الخبراء والمتخصصين في مجال تقديم الأبحاث الإعلامية والدراسات الصحفية، على أن البحث العلمي يعبر عن مفهوم الظاهرة في البيئة الإعلامية التي تساعد على تقديم مجموعة من الخدمات الاجتماعية لجمهور إعلامي نوعي، على أن تكون هذه الخدمات ذات علاقة وثيقة بمفهوم الإعلام التربوي والذي قد يجريه بعض الباحثين الطلاب أو الباحثين الأكاديميين أو الباحثين العاملين في مجال إدارة المؤسسات الإعلامية سواء كانت إذاعية أو صحفية أو تلفزيونية.

- أهداف البحث الإعلامي:

- 1- يهدف البحث الإعلامي إلى تعريف الباحث في مجموعة من الأسس العلمية المستندة على الدراسات الاتصالية والإعلامية.
- 2- يهدف البحث الإعلامي إلى غرس كافة المفاهيم العلمية والعملية المتعلقة بروح الفريق الجماعي؛ وذلك من أجل المشاركة في إثراء بعض المعلومات المتعلقة بالمشكلة البحثية، مع أهمية تعريف الباحث بمفهوم واضح للكلمات اللغوية والدلالات الرمزية، بالإضافة إلى البناء الهيكلي لإجراء وإعداد أبحاث إعلامية متميزة و متمكنة من التطرق إلى السوق الإعلامي سواء كانت محلية أو إقليمية أو عالمية.
- 3- يهدف البحث العلمي إلى ضرورة تقديم بعض المناقشات أو الحوارات التي تساعد الباحث في التطرق إلى بعض الخطط الأولية والمبدئية التي لا بُدَّ من رسمها قبل عملية البدء الفعلي لإعداد البحوث الإعلامية، وذلك على اعتبار أن البحوث الإعلامية تعتبر بمثابة جوهر إعلامي تستند عليه بعض المؤسسات الإعلامية؛ من أجل نقل الأفكار الصحفية والإعلامية إلى قطاعات إعلامية وميدانية كبيرة.

٤- يهدف البحث الإعلامي إلى ضرورة تحديد البحوث الميدانية التي يتم بواسطتها التعرف على شرائح اجتماعية كبيرة؛ من أجل إعداد استمارات واستبيانات مختلفة، يتم تعبئتها، على اعتبارها من أهم الأدوات المساعدة في البحوث العلمية الميدانية.

٥- كما لا بُدَّ من إجراء بعض اللقاءات الصحفية أو المقابلات مع جمهور إعلامي سواء كان مستهدف أو غير مستهدف، وذلك من أجل الحصول على النسب المئوية الواضحة تجاه أسئلة الاستبيان في البحث الإعلامي.

٦- يهدف البحث الإعلامي إلى تمكين المجتمعات من تسليط الضوء على بعض القضايا الاجتماعية وكيفية معالجتها من خلال التطرق إلى المشكلة البحثية بشكل هادف؛ وذلك من أجل الوصول إلى أهم النتائج والاستنتاجات المنطقية وكيفية تنمية المهارات في البحوث الميدانية فقد يكون ذلك من خلال أساليب علمية أو عملية أو أدبية.

خصائص البحث الإعلامي:

- ١- يتسم البحث الإعلامي في قدرته على إثراء المعلومات الإعلامية بشكل يعبر عن موضوعية الفكرة الإعلامية المقدمة.
- ٢- يتسم البحث الإعلامي في قدرته على تناول المصادقية وتحديد القيمة العلمية التي من الممكن الاستفادة منها بشكل يحقق بعض المنافع أو الأهداف في داخل المشكلة البحثية.
- ٣- يتسم البحث الإعلامي في قدرته على تطرق لبعض الأدوات أو المناهج؛ من أجل الإجابة على العديد من التساؤلات الإعلامية التي تكون ضرورية؛ من أجل بحوث إعلامية مستقبلية، مع أهمية مراعاة المجالات الجغرافية والزمنية في تحديد المجتمع البحثي المستهدف.
- ٤- يتسم البحث الإعلامي في قدرته على تقديم الفرص أمام الباحث؛ من أجل تقديم معلومات شاملة والعمل على مراعاة التناسق ما بين أحجام الأبواب أو المباحث أو الفصول في داخل البحث.

صفات الباحث الإعلامي:

- ١- يتسم الباحث الإعلامي في قدرته على اقتباس أفكار الآخرين بشكل آمن وذات مصداقية عالية، مع أهمية قدرتها على التطرق إلى المصادر الإخبارية أو الصحفية الأصلية؛ وذلك من أجل زيادة مصداقية المشكلة البحثية المقدمة.
- ٢- يتسم الباحث الإعلامي في قدرته على الاطلاع على كافة التخصصات الإعلامية والإنسانية الأخرى؛ وذلك من أجل ربطها في مجال الاتصال.
- ٣- يتسم البحث الإعلامي بالصبر والمثابرة، وذلك على اعتبار أن البحث الإعلامي يحتاج إلى وقت زمني كبير؛ من أجل إعداده والتطرق لبعض القواعد أو المناهج أو القصص ذات المجالات الإعلامية والاجتماعية المختلفة.
- ٤- يتسم الباحث الإعلامي في قدرته على الدقة في اختيار كافة الألفاظ أو الكلمات، على أن يقوم بتوضيح بعض الكلمات الصعبة أو السطحية، مع أهمية التعامل مع كافة القواعد النحوية والصرفية في اللغة العربية وصياغتها بشكل إعلامي وعربي سليم.