جامعة الشهيد حمّة لخضر الوادي

معهد العلوم الإسلامية

قسم أصول الدين

تخصص: الدعوة و الإعلام

مطبوعة مقدمة لطلبة السنة أولى ماستر دعوة و إعلام

**مقياس : منهجية البحث في الاتصال الدعوي**

**إعداد : د بن عثمان فهيمة**

**السنة الجامعية : 1441\_1442ه 2020\_ 2021م**

**التخصص : ماستر دعوة و إعلام**

**السداسي: الثاني**

اسم الوحدة : المنهجية

**اسم المقياس: مناهج البحث في الاتصال الدعوي**

**الرصيد : 4**

**المعامل**: 2

**أهداف التعلم:**

 التعرف على خصوصية البحث في الاتصال الدعوي، و التحكم في تقنيات المنهجية و حسن توظيفها في مجال الاتصال الدعوي.

**المعارف السابقة** :

\_ ينبغي أن يكون لدى الطالب خلفية معرفية و بيداغوجية عن تاريخ مناهج البحث

محتوى المقياس :

1\_ مدخل مفاهيمي للاتصال الدعوي

\_ مفهوم المنهجية

\_ مفهوم الاتصال

\_ مفهوم الدعوة

2\_ خصوصة البحث في الاتصال الدعوى

\_ خصوصية المرجعية

\_ الخصوصية المعرفية

\_ الخصوصية المنهجية

3\_ مجالات البحث في الاتصال الدعوي

* **دراسات حول القائم بالاتصال الدعوي**
* **دراسات متعلقة بالرسالة الدعوية**
* **دراسات متعلقة بجمهور المدعويين**
* **دراسات متعلقة بالوسيلة الدعوية**

4\_ بناء الإطار الإشكالي للبحث في الاتصال الدعوي

5\_ مناهج البحث في الاتصال الدعوي

 **بعض تصنيفات المناهج البحثية**

 **المنهج التاريخي**

 **المنهج الاستكشافي**

 **المنهج الوصفي أسلوب المسح**

 **المنهج الوصفي  أسلوب دراسة الحالة.**

 **المنهج الوصفي الدراسات الإنمائية والتطورية والبحوث المقارنة**

 **المنهج التجريبي خطواته وعيوبه ومميزاته**

6\_ مشكلة البحث العلمي ومصادرها وكيفية الاحساس بها وتحديدها

7\_ خطة البحث العلمي وكيفية إعدادها وبنائها

8\_ تقنيات البحث في الاتصال الدعوي

 **أدوات جمع البيانات. الاستبيان، المقابلة، والملاحظة**

 **الاختبارات وأنواعها وكيفية إعدادها والثوابت الاحصائية لها**

 **إعداد وإخراج مذكرة في الاتصال الدعوي وفق أنموذج IMRAD**

طريقة التقييم: امتحان + متواصل

المراجع: **( *كتب،ومطبوعات ، مواقع انترنت،* إلخ)**

**.**1 ا**حدادن (زهير)، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، د.م.ج.، الجزائر، 2002**

**2.           أنجرس (موريس)،  مناهج البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة: بوزيد صحراوي، كمال بوشرف؛ سعيد سبعون، دار القصبة، الجزائر،2004**

**3.           أحمد عظيمي، منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، د.م.ج، الجزائر، 2009**

**4.     بروان (بلقاسم) ، وسائل الإعلام والمجتمع. دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسساتية، دار الخلدونية،  الجزائر، 2007**

**5.           بن مرسلي (أحمد)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، د.م.ج، الجزائر، 2005.**

**6.           بوحفص (عبد الكريم)، دليل الطالب لإعداد وإخراج البحث العلمي، د م ج، الجزائر، 2006**

**7.           بوحوش (عمار)، الذنيبات (محمد محمود) ، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط3 ، ج.م.ج، ، الجزائر ، 2001،**

المحاضرة الأولى : مدخل مفاهيمي لمنهجية البحث في الاتصال الدعوي

**أولا : مفهوم المنهجية**:

 يرجع مصطلح منهجية methodologie إلى أصل يوناني تحت مصطلح logos، و يعني علم طريقة البحث،و يرجع مصطلح methode ، أيضا إلى أصل يوناني تحت مصطلح odos ، و هي الطريقة التي تحتوي على مجموعة القواعد العلمية الموصلة الى هدف البحث، و تعرف المنهجية على أنها مجموعة المراحل المرشدة التي توجه التحقيق و الفحص العلمي [[1]](#footnote-2).

 المنهجية methodology العلم الباحث في الطرق المستخدمة في العلوم للوصول إلى الحقيقة [[2]](#footnote-3).و أخذت المنهجية methodology مفهومها الحالي كنهج يسير على هديه البحث في التعامل مع المعلومات و البيانات ملاحظة و تجريبا و تحليلا و تفسيرا وصولا إلى النتائج التي تكشف عن حقيقة موضوع البحث ، أخذت كلمة منهج method معناها الحالي كمجموعة من القواعد و الإجراءات التي يجري بموجبها البحث من أجل الوصول إلى الحقيقة. [[3]](#footnote-4)

 منهجية البحث تعني مجموعة المناهج و الطرق التي توجه الباحث في بحثه، و بالتالي فان وظيفة المنهجية هي جمع المعلومات ، ثم العمل على تصنيفها و ترتيبها و قياسها و تحليلها من أجل استخلاص نتائجها و الوقوف على ثوابت الظاهرة الاجتماعية المدروسة. [[4]](#footnote-5)

**ثانيا : مفهوم البحث**

البحث: في اللغة هو :" أن تسأل عن شيء و تستخبر " [[5]](#footnote-6). و يرى حاجي خليفة أن التأليف و البحث لا يخرج عن أن يكون على سبعة أقسام ، لا يؤلف عالم عاقل إلا فيها و هي:

1. إما إلى شيء لم يسبق إليه فيخترعه
2. أو شيء ناقص يتممه
3. أو شيء مغلق غامض يشرحه
4. أو شيء طويل يختصره دون أن يخل بشيء من معانيه
5. أو شيء مختلط يرتبه
6. أو شيء متفرق يجمعه
7. أو شيء أخطأ فيه مصنفه فيصلحه[[6]](#footnote-7).

في الاصطلاح:

 البحث العلمي نشاط أنساني يقوم به الباحث من أجل الوصول إلى حقيقة الشيء الذي يبحثه.. و هو نشاط يصعب أن يستغني عنه أي علم يريد أن يظهر نظرياته ، و يحقق لقوانينه مزيدا من الدقة ، ذلك أن التقدم العلمي مرهون دائما بما تسفر عنه البحوث مع النتائج ، و ما تقدمه من إضافات.

 تعددت مفاهيم و تعريفات البحث العلمي إلى أكثر من مائة تعريف نذكر منها:

1. تقرير واف يقدمه باحث عن عمل تعهده و أتمه على أن يشمل هذا التقرير كل المراحل الدراسية منذ أن كانت منذ كانت فكرة حتى صارت نتائج مدونة و مؤيدة بالحجج و البراهين. [[7]](#footnote-8)
2. البحث العلمي عبارة عن تقصي عن الحقائق و معانيها و تطبيقها بالنسبة لمشكلة معينة. [[8]](#footnote-9)
3. البحث العلمي يستند إلى ثلاث محاور :

 \_ البحث بمعنى التنقيب عن الحقائق : و تتضمن الدراسة التنقيب عن حقائق معينة دون محاولة التعميم أو استخدام هذه الحقائق في حل مشكلة معينة .

\_ البحث معنى التفسير النقدي للحقائق : أي التدليل المنطقي للوصول الى حلول للمشكلات التي تتصل بالأفكار و خاصة عند دراسة مجالات الفلسفة و التاريخ و الأدب.

\_ البحث الكامل: و هو البحث الذي يهدف إلى حل المشاكل ووضع التعميمات بعد التنقيب عن جميع الحقائق المتعلقة بموضوع البحث و تحليل جميع الأدلة التي يتم الحصول عليها، و تصنيفها تصنيفا منطقيا فضلا عن وضع الإطار المناسب و اللازم لتأييد النتائج التي يتم التوصل اليها . [[9]](#footnote-10)

 من التعريفات السابقة يتضح لنا أن البحث العلمي

\_ نوع من النشاط الفكري الذي يهدف إلى تقديم إضافات جديدة ، هذه الإضافات تختلف من بحث إلى آخر، فقد يسعى باحث إلى التحقق من صدق بعض النتائج التي توصل إليها غيره من الباحثين .وفي بعض الأحيان تكون هذه الإضافة من نوع غير قابل للتعميم إلا في أضيق المجالات و في أحيان أخرى تكون الإضافة على مستوى عالي من التجريد و العمومية .

\_ يستلزم البحث وجود مشكلة تتطلب الحل أو النقد أو الفهم أو التفسير بالكشف عن الغموض الذي يكتنف بعض جوانبها.

\_ يتجه البحث إلى تحقيق أهداف و غايات عامة غير شخصية ، على الرغم من أن كل بحث يبدأ بشعور بمشكلة ذات قيمة علمية و دلالة اجتماعية معينة

\_ البحث العلمي عملية منظمة واعية تتطلب وضع خطة محسوبة بعناية، و بإجراءات و خطوات دقيقة سعيا وراء الحقيقة أو تلبية لحاجة علمية أو اجتماعية ملحة

\_ البحث العلمي واقعية تنبع من الواقع و تنتهي به .

\_ نتائج البحث قابلة للاختبار من قبل باحثين آخرين،أي أنها قابلة للتكرار و الوصول إلى نفس النتائج أو نتائج متقاربة و ذلك حين تكرار البحث من باحثين آخرين حسب التصميم و الخطة و الظروف الموضوعية و الإجراءات المنهجية و الحصول على نتائج متشابهة أو متوازية .

 و استنادا إلى كل ما سبق فالبحث العلمي: دراسة موضوعية تهدف إلى تحقيق المعرفة المنظمة و المنطقية لمشكلة معينة أو موضوع معين بإتباع خطوات و أساليب ووسائل عملية للبحث و جميع المعلومات و البيانات و تحليلها وصولا إلى النتائج التي تعين على حل المشكلة أو فهم الموضوع المعين . [[10]](#footnote-11)

 **ثالثا : مفهوم الاتصال**

 1\_ لغة: يعرف قاموس اكسفورد الاتصال بأنه يعني: نقل و توصيل و تبادل المعلومات بالكلام و الكتابة أو الإشارات ، بحيث يتم تبادل المعلومات و الأفكار بين مرسل أو مستقبلين، بالإضافة إلى انه يعني المشاركة في الرأي و اتخاذ القرار و الاشتراك في تبادل المعلومات و المشاعر و الاتجاهات ، و هذا يعني أن الاتصال يمثل عملية تفاعل أخرى تهدف إلى تقوية الصلات الاجتماعية عن طريق تبادل الأفكار و المشاعر و المعلومات و التخاطب او التباغض[[11]](#footnote-12).

 و تعرف القواميس أيضا الاتصال باعتبار : أن كلمة الاتصال communications بمعنى يشيع عن طريق المشاركة . و يرى البعض الأخر أن هذا اللفظ يرجع إلى المشاركة .و يرى البعض الأخر أن هذا اللفظ يرجع إلى الكلمة اللاتينية communis و معناه common بمعنى عام أو مشترك.

 و لقد تناول الكثير من الكتاب مفهوم الاتصال في كتاباتهم في محاولة جادة منهم لتوضيح هذا المفهوم و التعريف به لكشف ما به من غموض ، و لم تقتصر كتاباتهم على مهنة معينة ، و لكن نظرا لان مفهوم الاتصال يكاد يكون عاملا مشتركا في عدد كثير من المهن و المجالات المختلفة ، و لذلك لم تقتصر هذه المحاولات على مهنة دون الأخرى فاهتم به المهتمون بالتربية و المهتمون بالتوجيه و التثقيف و الإرشاد و الإدارة ، و كل منهم كان ينظر إلى هذا المفهوم بما يتماشى مع مجال عمله و الأهداف التي يعمل من أجلها ، و لعل في ذلك ما يبرر التباين في مثل هذه التعريفات.

 يتناول الباحثون في علم النفس الاتصال باعتباره نسقا جماعيا يؤثر بطريقة آو بأخرى في العلاقات المتبادلة بين أعضاء الجماعة و أرائهم و اتجاهاتهم ، فنجد باحثا مثل "وارن" يعرف الاتصال بأنه نقل انطباع أو تأثير من منطقة إلى أخرى دون النقل الفعلي لمادة ما أو انه" يشير إلى نقل انطباعات البيئة إلى الكائن و بالعكس أو بين فرد و أخر"، ووفقا لهذه التعريف فان أي تغيرات تحدث داخل الحي نتيجة لمؤثر ما سواء كان التعريف داخليا أو خارجيا فانه يعني أن ثمة اتصال دافع قد و قع.

 و ينظر علماء الاجتماع إلى الاتصال باعتباره ظاهرة اجتماعية و قوة رابطة لها دورها في تماسك المجتمع و بناء العلاقات الاجتماعية ، و هنا يؤكد شرام أن المجتمع الإنساني يقوم على مجموعة من العلاقات قوامها الاتصال و أن ما يجمع الأفراد ليس قوة غيبية أو سحر أو قوة مطلقة و أنما هي علاقات الاتصال التي هي ضرورة من ضرورات الحياة الاجتماعية ذاتها.

 كما يعرف احمد أبو زيد الاتصال بأنه" العملية التي يتم بمقتضاها تكوين العلاقات بين أعضاء المجتمع بصرف النظر عن حجم المجتمع و طبيعة تكوينه و تبادل المعلومات و الآراء و الأفكار و التجارب فيما بينهم " و هو ذات الفهم الذي قدمه محمود عودة الذي عرف الاتصال بأنه " العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار و المعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين يختلف من حيث الحجم و من حيث العلاقات المتضمنة فيه بمعنى أن النسق الاجتماعي قد يكون مجرد علاقات ثقافية نمطية بين شخصين آو اجتماعية صغيرة أو مجتمع محلي قومي أو حتى إنساني" .[[12]](#footnote-13)

 و يعرف معجم العلوم الاجتماعية الاتصال بأنه عملية أساسية محسنة و نفهم من خلالها الناس و المواقف و نضفي عليها و عليهم معان معينة ، و يتأتى تبعا لذلك أن نكون قادرين على التعامل معهم أي نؤثر فيهم أو نتأثر بهم، و ليس ثمة سبيل إلى هذا التأثير أو ذاك التأثير سوى عن طريق هذه العملية الأساسية ، أما جاري كرونكت gary garkhite، فقد حصر مفهوم عملية الاتصال بين البشر و انه يتم عندما يستجيب الإنسان لرمز ما ، و يرى إسماعيل سعد " أن الاتصال لا يعد اتصالا إلا إذا اقترن بالنجاح و بالتالي يسهل تحديد العناصر التي تنطوي عليها عملية الاتصال كما أوردها كرونكت على النحو الآتي:

\_ أن الاتصال يعتمد على الرموز

\_ سواء كانت على هيئة كلمات أو غير ذلك

\_ أحدثت بقصد أم بغير قصد

\_ بواسطة مصدر على وعي على غير وعي بما يفعل

\_ و تلك الرموز تحدث استجابة لدى المتلقي

\_ بعضها قد يكون ظاهرا أو مختفيا

\_ و بعضها قد يكون مقصودا و بعضها قد يكون غير مقصود

\_ و قد تكون الاستجابات أو قد لا تكون على مستوى عال من الوعي

\_ و قد تكافئ أو قد لا تكافئ قصد المصدر

\_ أو قد تكون في الحقيقة استجابة من الشخص لرمز أحدثه هو نفسه.

وداخل إطار النظرة إلى الاتصال باعتباره ينهض على العلاقة التفاعلية و المشاركة بين طرفين التي يستجيب كل منها للأخر و ينتقل بينهما الأفكار و المعلومات و يتم تبادل المشاعر و العواطف التي تنتقل من خلال عملية الاتصال.

 قدمت تعريفات للاتصال باعتباره عملية يستطيع من خلالها طرفان أن يتشاركا في فكرة أو خبرة أو مفهوم أو إحساس أو اتجاه أو عمل معين، و هذا يعني أن احد الطرفين لديه معلومات أو أفكار أو أراء معينة و يريد أن ينقلها إلى الطرف الأخر مشتركا معه فيها و هذه العملية تحتوي على خمسة عناصر أساسية هي المرسل ،الرسالة،المستقبل، المرجع.

 الاتصال هو الوصول إلى الشيء أو بلوغه و الانتهاء إليه.

\_ الاتصال هو العملية التي تنتقل بها الرسالة من مصدر معين إلى مستقبل واحد أو أكثر بهدف تغيير السلوك.

\_ هو العمليات التي بواسطتها تنتقل المعلومات بين الإفراد أو المنظمات بمعاني و طرق و إشارات متفق عليها .[[13]](#footnote-14)

**رابعا: مفهوم الدعوة**:

 الدعوة في اللغة : تعني الرغبة في الله عز وجل، فهي من الفعل دعا ، و مصدره دعاء و دعوى ،و الاسم منه الدعوة و الدعاء، تطلق كلمة دعوة و يراد بها النداء و الدعاء و فيها قولك دعوت زيدا أي ناديته و طلبت منه و تعني دعاه و استدعاه ،أي صاح به. .[[14]](#footnote-15)

 في الاصطلاح عرفها الطبري "هي دعوة الناس إلى الإسلام بالقول و العمل" .[[15]](#footnote-16)و عُرفّت بأنها :"تبليغ الإسلام للناس و تعليمه إياهم و تطبيقه في واقع الحياة ".[[16]](#footnote-17) و عرفها الطيب برغوث ب: "ذلك الجهد المنهجي المنظم و الهادف إلى تعريف الناس بحقيقة الإسلام و المحافظة على منجزاتها ".[[17]](#footnote-18) و "تعني قيام العلماء و المستنيرين في الدين بتعليم الجمهور من العامة ما يبصروهم بأمور دينهم و دنياهم على قدر الطاقة ".[[18]](#footnote-19) و يعرفها علي محفوظ بأنها:" حث الناس على الخير و الأمر بالمعروف و النهي عن المنكر ليفوزوا بسعادة الدارين" .[[19]](#footnote-20)

**سادسا: الاتصال الدعوي**

 الاتصال الدعوي استعمال المصطلحين ( الاتصال و الدعوة ) معا من المفاهيم الحديثة فهي تشكل عملية اتصالية تتوافق مع ما توصل إليه علم الاتصال الحديث مع خصوصية في بعض الجزئيات التي يتميز بها كل من مجال من مجالات الاتصال كالإعلام و غيرها

 الإعلام الدعوي واحد من ميادين الاتصال المناط به مهمة نشر و تبليغ الرسالة الإسلامية على أسس اتصالية علمية، بغية تحقيق الأثر في الجمهور المسلم و غير المسلم ،و الاستفادة من منجزات الإعلام و فاعليته الاتصالية في تحقيق الأهداف الدعوية بصورة تنسجم وروح الاتصال العصري الفعال" . .[[20]](#footnote-21)

 تتضمن عملية الاتصال المشاركة التي تهدف إلى التأثير في معتقدات أو سلوك المتلقي ، فهو فطري في الإنسان منسلخ كعلم من مجموعة من العلوم كعلم النفس و الاجتماع و الانثروبولوجيا و الفيزيولوجيا و اللغات و غيرها، حيث ورد ذكره في القرآن الكريم في مواضع عديدة تشير إلى علاقته بالدعة التي لها معان عديدة أيضا تعني الإسلام و ما يتضمنه من عقائد و شرائع من خلال رسالة تبلغ إلى الناس، فهي كأي نشاط اتصالي يتضمن حدوث تفاعلات بين عناصر العملية الاتصالية ،من مرسل و مستقبل ورسالة ووسيلة.

 مصطلح الدعوة من الألفاظ المشتركة التي تطلق على الإسلام أو الرسالة الإسلامية ، و عملية نشرها و تبليغها إلى الناس، و قد قسمها " الشيخ عطية صقر" في تعريفه للدعوة بأنها ذات مفهومين " المفهوم الأول بمعنى التبليغ و الإخبار و النشر، و المفهوم الثاني بمعنى المبادئ نفسها و ممارسة هذه المبادئ .[[21]](#footnote-22)

أما منير حجاب فقد حدد مفهوم الدعوة أيضا من خلال مجالين ، المفهوم الأول هو الدين الإسلامي بأركانه و حقائقه و قيمه و تشريعاته، و المفهوم الثاني للدعوة و الذي يعني النشر و التبليغ و الإقناع ، أو بمعنى الاتصال أو الإعلام بالدين و الإقناع به: الدعوة مرادفة لمفهوم الاتصال الذي يعني كما يقول كارل هوفلاند العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد القائم بالاتصال منبهات عادة ما تكون رموزا لغوية لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين مستقبلي الرسالة. " .[[22]](#footnote-23)

 المحور الثاني: مجالات البحث في الاتصال الدعوي

 تتكون العملية الاتصالية من عدة عناصر ، فحسب أرسطو فان الاتصال يحتوي على ثلاثة عناصر هي : المتحدث و ما يقوله هذا المتحدث و الجمهور المتلقي للرسالة . و حسب "**لازويل**" فان مكونات العملية الاتصالية من خلال تساؤله الشهير: من؟ يقول ماذا. لمن؟ بأي تأثير؟. أما "**شانون**" ويفر فقد قسم العملية الاتصالية إلى خمسة عناصر هي: مصدر، مرسل، إشارة، مستقبل، مقصد(هدف).أما "**بيرلو**" فقد قسم الاتصال إلى أربعة عناصر: المصدر، الرسالة، الوسيلة، المستقبل.[[23]](#footnote-24)

 دراسات حول القائم بالاتصال الدعوي

 **المرسل أو المصدر أو القائم بالاتصال:**

 هو الشخص أو مجموعة الأشخاص أو الهيئة آو الجهاز الذي يود أن يؤثر في الآخرين بشكل معين ليشاركوه في أفكار أو اتجاهات أو خبرات معينة. و من أمثلة ذلك المدرس و الأخصائي الاجتماعي و المفكرين حينما يقومون بأنفسهم بنشر أفكارهم على الناس بأي وسيلة يرونها . و قد تكون هذه الأفكار من ابتكار آخرين كالمدرس الذي نقل لتلاميذه الحقائق العلمية التي توصل إليها علماء آخرون.[[24]](#footnote-25)

 وعرفه أحمد زكي بقوله:" هو الذي يصوغ فكرة في شكل رموز معينة أو يبعثها في شكل آراء أو معلومات أو أفكار أو معاني إلى الآخرين" [[25]](#footnote-26)

 و يعتبر المرسل هو المسؤول عن إعداد و توجيه المعلومات و المفاهيم أو المهارات أو المبادئ أو الاتجاهات التي يحتاجها من يتعامل معهم من الأفراد أو الجماعات في موقف معين.[[26]](#footnote-27)

 وهذا يتطلب من المرسل أن يحدد الفكرة أو المهارة التي يرغب في توصيلها لمن يتعامل معهم ثم القيام بدراسة هذه الفكرة و جمع المعلومات عنها و تنظيمها و تحديد الوسيلة التي يستعملها لنقلها إليهم، ثم القيام بشرح و توضيح هذه الفكرة لمن هم في حاجة إليهم.[[27]](#footnote-28)

 تمر المادة الإعلامية من مصدرها حتى وصولها إلى المتلقي بمراحل متعددة ،و في كل مرحلة هناك حراس بوابات يتخذون فيها قرارات بالنسبة لما يذاع أو ينشر فيها.

 و يبرز القائم بالاتصال في مختلف المراحل التي تمر بها مادة الاتصال ، و لذلك فان دراسة القائم بالاتصال لا تقلّ أهمية عن دراسة الرسالة و الوسيلة و الجمهور .[[28]](#footnote-29)

 و تعتبر دراسة ليور وستين leo roston التي أجراها في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1937 بعنوان : مراسلي واشنطن،أول دراسة تناولت قطاعا من القائمين بالاتصال. و في عام 1941 نشرت مجلة الصحافة التي تصدر في ولاية أيو الأمريكية دراسة عن العاملين في جريدة ملواكي بعنوان: التركيب الاجتماعي و التدريب لرجال الأخبار في جريدة ملواكي the social composition and training at the mil Waukee journal newes staff.

 .[[29]](#footnote-30)

 في عام 1950 نشر الباحث الأمريكي ديفيد مانج وايت d m white دراسة عن حارس البوابة و انتقاء الأخبار، the gate keeper a case study the selections at news، فقد أعطت هذه الدراسة دفعة قوية للبحث في هذا المجال الهام، و يرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل الأمريكي الجنسية كرت لوين kurt lewin، في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية حارس البوابة الإعلامية ..و التي نشرت عام 1947 بعنوان :channels of groupife، و فيها يقول لوين: أنه على طول المرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور، هناك بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل و بما يخرج و أنه كلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في وسيلة الإعلام ، ازدادت المواقع التي تصبح فيها سلطة فرد أو عدة أفراد في تقرير ما كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال بعض المتغيرات عليها، و لهذا فسلطة إدارة هذه البوابات و القواعد التي تطبق عليها و الشخصيات التي تملك بحكم عملها سلطة التقرير يصبح لها أهمية كبرى في انتقال المعلومات.[[30]](#footnote-31)

 و تعتبر دراسة الدكتور يوسف مرزوق حول القائم بالأخبار في الخدمة الإخبارية في إذاعة القاهرة ، و التي تقدم بها إلى درجة الدكتوراه أول دراسة عربية تناولت هذا الموضوع نظريا و تطبيقيا

 و تستهدف دراسة القائم بالاتصال العوامل التي تؤثر في القائم بالاتصال و أهمها العوامل السياسية و الاجتماعية و المهنية و الفنية و المادية و الاعتبارات الذاتية و الضغوط الأخرى

 و على الرغم من أهمية هذا النوع من الدراسات التي تشكل محورا أساسيا في محاور البحث في الإعلام، إلا أن هناك بعض الصعوبات التي تواجه هذا النوع من الدراسات ، خاصة في الدول النامية و ذلك للظروف التي تعمل في إطارها المؤسسات الإعلامية و الصحفية .. و هي ظروف تشكل المجتمع نفسه ، و نظام الدولة التي تعمل المؤسسات الإعلامية في إطاره و خاصة ما يتصل بملكية و تبعية وسائل الإعلام . .[[31]](#footnote-32)

* دراسات متعلقة بالرسالة الدعوية

 **مفهوم الرسالة** : هي مجموعة الأفكار و المفاهيم و المهارات أو المبادئ أو القيم أو الاتجاهات التي يرغب المرسل في توجيهها لمن هم في حاجة إليها من الأفراد أو الجماعات لاشتراكهم فيها.

ومن أمثلة ذلك مجموعة الحقائق العلمية التي يقدمها المدرس لتلميذه و كذلك الاتجاهات الفكرية التي يرغب المعلم في نقلها للناس، و كذلك الإحساس بالفرح أو الحرية الذي يحاول الفنان إن

يشرك الجمهور فيه فهو رسالة و أيضا المعلومات التي يوجهها الأخصائي الاجتماعي لعملائه عن المؤسسة الأخرى التي تدخل في نطاقها او المعلومات عن المؤسسات الأخرى التي تدخل في نطاقها مشكلة احد العملاء تعتبر هذه المعلومات رسالة.[[32]](#footnote-33)

 تمثل الرسالة الجانب الملموس في عملية الاتصال حيث يمكن أن تكون بشكل رموز لفظية أو غير لفظية ، فالرسالة هي قلب عملية الاتصال و حلقة الوصل بين المرسل و المستقبل، ولا يمكن لعملية الاتصال أن تتم إلا بها .[[33]](#footnote-34)

 تتوقف فاعلية الاتصال على الحجم الإجمالي للمعلومات المتضمنة في الرسالة فالمعلومات الكثيرة يصعب على المتلقي استيعابها، كما يصعب إدراكها، لذا تعتبر الرسالة تحدي كبير لدى القائمين بعملية الإقناع باختلاف توجهاتهم و مجالاتهم ، فالرسالة هي بناء لفظي يتشكل من لغة لفظية أو غير لفظية لإتمام المعنى المراد إلى الجمهور. [[34]](#footnote-35)

 تحتل الرسالة بصفتها الرمز الفعلي الذي يجري نقله عبر الوسائط الإعلامية ، المحور الأساسي في عملية الاتصال ، فهي كما يقول وأين. أ . دانيلون:" تقف معلقة في الزمن و الفراغ بين المصدر الذي كوّنها و الهدف النهائي الذي سيستقبلها ، و هي نتاج لعدة قوى بعضها واضح وحاضر ، و بعضها الآخر غامض و بعيدة" [[35]](#footnote-36)

 حول مصدرها يدور التساؤل عن من الذي أعدها؟ و لماذا استخدم المصدر هذه الكلمة بدلا من تلك؟ و هذه الوسيلة دون الأخرى؟ ما هي دوافعه؟ و ما هي الأهداف التي يرمي إليها؟ وهل ستجذب الرسالة الاهتمام؟ و إلى أي درجة سيكون الاهتمام بها ؟ و هل سيتم إدراك المضامين بالصورة التي ترمي إليها ؟ و ما هو الدور المتوقع منها؟ و ما هي طبيعة هذا الدور؟ و ما هو الأثر الذي ستتركه لدى المستقبل ؟ هل ستؤدي إلى تغيير مواقفه؟ أم تدعم اتجاهات معينة عنده ، أم تغيير قيم أو سلوكيات خاصة به ؟ [[36]](#footnote-37)

 و هكذا تندرج قائمة طويلة من الأسئلة التي قد تجد ردودا انطباعية غير مقنعة ، أو قد يقف الإنسان أمامها حائرا لا يعرف بماذا يجيب .

 و باختصار فان الرسالة تتضمن على الرغم من بساطة الفكرة التي يقوم عليها مسائل بالغة التعقيد.

 ففي الماضي، تعرضت دراسات الإعلام للنقد بسبب اعتمادها على دراسة الأمور التاريخية الوصفية ، و عندما بدأ هذا النوع من الدراسات في التعمق باستخدام طرق و أساليب بحثية أكثر دقة و موضوعية برزت العديد من الحقائق المفترضة التي لم تكن حقائق على الإطلاق ، و ظهرت تبعا لذلك نظريات الاتصال التي لو أمعنا النظر في الأساليب المنهجية التي اعتمد عليها أصحاب النظريات في الوصول إليها، لوجدنا أن معظمها يدور حول الرسالة واضعين في الاعتبار أن هذه النظريات لا يمكن أن تكون نهائية ، لأنها متغيرة ، و لأن أساليب البحث العلمي محل تطور دائم[[37]](#footnote-38).

 لابد في تصميم الرسالة من مراعاة الاختلاف في المستويات التعليمية و الشعبية أو غير المثقفة و غيرها، مراعاة عادات و تقاليد المجتمع مع أخذ الرسالة اهتمامات الجمهور المتلقي بعين الاعتبار،لأن الفرد لا يُعرّض نفسه إلا للموضوعات التي يرغب فيها، و هو ما يسمى بالتعرض الانتقائي الذي يبحث الناس من خلاله عن المعلومات التي تتفق مع مخزونهم المعرفي، فيتعرضون لها باهتمام.[[38]](#footnote-39)

* دراسات متعلقة بجمهور المدعويين

و يقصد بالمستقبل في عملية الاتصال هو الشخص أو مجموعة الأشخاص الذي يتلقى او يستقبل محاولات التأثير الصادرة عن المصدر .

 و قد يكون المستقبل شخصا واحدا كما هو الحال عندما يلتقي الأخصائي الاجتماعي بعملية المناقشة في مشكلة ، فالعميل الفرد في هذه الحال يعتبر مستقبلا، و قد يكون المستقبل جماعة معينة مثلما يحدث عندما يستقبل الجمهور خطابا لرئيس الدولة.[[39]](#footnote-40)

 الجمهور ليس كما يعتقد البعض سلبيا ، فهو لا يستجيب بشكل نمطي واحد للرسائل الإعلامية ، و لكنه يأخذ ما يريده من وسائل الإعلام ، و يرفض ما لا يشبع رغباته و توقعاته حتى لو كانت الوسيلة باردة كالتلفزيون ، كما أن هذه الاستجابة لا تتم دون تفكير ، و إنما تتشكل في ضوء الاتجاهات و القيم و المعتقدات و الانتماءات و المعايير و المبادئ التي يؤمن .ذلك أن نوع الجمهور الذي يعتقد القائم بالاتصال أنه يوجه إليه الرسالة ، له تأثير كبير على الطريقة التي يتم بمقتضاها اختيار المادة و إعدادها و طريقة تقديمها ، و الوسيلة التي قدمت من خلالها، و مستوى اللغة التي قدمت بها.ذلك أن الجمهور الذي يرى في الإعلام ضروبا من الانعكاسات لحاجاته، يحاول التخلص من الطوق الإعلامي نافرا منه..إذا لم يستجب هذا الإعلام لهذه الحاجات.[[40]](#footnote-41)

 و من هنا تظل معرفة الجمهور مسألة أساسية ، كما أن معرفة آرائه حول الموضوعات و البرامج و الأوقات المفضلة لديه تعتبر مسألة على درجة كبيرة من الأهمية في البحوث الإعلامية المتصلة بالجمهور.ذلك أن نجاح البرامج في جذب الجمهور إليها لا يتوقف على إعداد برامج جيدة ، بل يتوقف على معرفة آراء و احتياجات الجمهور بمختلف فئاته ، و ذلك في الأحوال العادية التي يتمتع بها الجمهور بحرية انتقاء المضمون الذي يفضله .[[41]](#footnote-42)

 الجمهور اصطلاح فني بقصد به جماعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة كما يرتبط أفرادها بروابط معينة، و تجمع بينهم مصلحة مشتركة و بيئة جغرافية محددة قد تكون مدينة أو إقليما و أحيانا العالم بأسره. .[[42]](#footnote-43)

 جمهور الدعوة هم جميع البشر دون اعتبار لعقيدة أو عنصر أو مكان أو عامل اقتصادي أو اجتماعي ، لأن الإسلام دين لا يعرف التفرقة العنصرية بين البشر،و لأن مبادئه و تعاليمه السمحة إنما هي تعاليم من أجل نشر الفضيلة بين البشر، و لأنها من الله سبحانه و تعالى خالق البشر جميعا، و لهذا كانت الدعوة خطاب موجه إلى المسلمين و إلى غير المسلمين. [[43]](#footnote-44)

 يمثل الجمهور أهمية مركزية في عملية الاتصال الدعوي، فلا دعوة دون جمهور، و مصدر نجاح و فاعلية الدعوة يعتمد على معرفة الجمهور من جميع الجوانب معرفة دقيقة شاملة لكل مكوناته و اتجاهاته و صفاته بصفة أساسية، و معرفة كيف سيستقبل الجمهور الرسالة، و معرفة مدى أفعاله إزاء رسائلنا و مدى تفاعله معنا و إقباله علينا، و الأوقات المناسبة للاتصال به . [[44]](#footnote-45)

و أثار معرفة الجمهور على الخطاب الدعوي

\_ وضع الخطط الكفيلة بالإعلام و الإقناع و إزالة الفهم و التحيز و الوصول إلى تقبل الجمهور للدعوة.

\_ توفير الكثير من الجهد و النفقات أنها تجعلنا نركز على الهدف مباشر فلا تتفرق الجهود.

\_ تحديد الموضوعات و طرق الصياغة بما يتناسب و الخلفيات الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و السياسية للجمهور، و بما يتناسب و معتقدات الجمهور و احتياجاته و ما يألفه من مسائل تجاه مصدر الاتصال.

\_ معرفة مراكز القوى في المجتمع باعتبارهم أصحاب الرأي و الكلمة المسموعة فهم الذين يصنعون السياسات و يتخذون القرارات باعتبارهم جمهورا فعالا في المجتمع.

\_ معرفة الاختلافات الجوهرية بين الجماهير المختلفة و معرفة المصالح المختلفة لكل فئة لاختيار لغة الخطاب المناسبة.

\_ معرفة جوانب التكوين النفسي للبشر و ما يعتريها من نزوات و عقد أو غيره و تعصب أو كسل و عدم تعقل، و الوقوف على الدوافع المحركة للسلوك من غرائز و انفعالات و جوانب مميزة للسلوك الجمعي.

\_ معرفة مشكلات الجمهور و أماله و تطلعاته و مدى مميزة للسلوك الجمعي.

\_ معرفة مشكلات الجمهور و أماله و تطلعاته و مدى تقديره لنفسه و للآخرين.

\_ الجمهور متغير مهم في عملية الاتصال الدعوي..و إذا لم يكن لدي الداعية فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور العقلية و العاطفية و خصائصه الأولية فسوف يحد ذلك من مقدرته على الإقناع و التأثير مهما كانت مقدرته الاتصالية ورغم وضوح الرسالة الإسلامية.

\_ و تفيد هذه المعرفة الدقيقة بالجمهور و رجل الدعوة في:

\_ تصميم الرسالة الإعلامية بحيث تتناسب و الجمهور المخاطب.

\_ تلبي الرسالة الإعلامية احتياجات الجمهور الفعلية.

\_ تراعي الرسالة الإعلامية قيم الجمهور و تصوراته المختلفة..حتى لا يواجه الداعية بمقاومة شديدة لدعوته من قبل الجمهور..و إنما يقدم له يد العون و يتدرج معه في الخطاب حتى يصل إلى درجة تكوين رأي ايجابي تجاه رسالته.

\_ اختيار طرق الإقناع المناسب: أسلوب التقدم المناسب، متى نقدم الشواهد و الأدلة ، و متى نقدم الشواهد و الأدلة ، و متى نقدم الشواهد و الأدلة ، و متى نقدم الرأي المؤيد و المعارض، و متى نستخدم استمالات التخويف و الترغيب ، و متى نستخدم الاستمالات العاطفية أو المنطقية ..و متى نكرر و متى نقدم الحجج و البينّات . . [[45]](#footnote-46)

-دراسات متعلقة بالوسيلة الدعوية

 هي الأداة التي بواسطتها يتم نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل ،تستخدم الوسيلة في نقل الرسالة [[46]](#footnote-47)، و الرمز أو الشكل أو اللغة تعتبر وسائل يستعملها المرسل ليعبر بها عن رسالته التي يرغب في توجيهها إلى المستقبل ، فالأفكار أو المهارات لا تنتقل من تلقاء نفسها بل تحتاج إلى وسيلة تعبر عنها

 و من المعلوم أن هناك العديد من الوسائل التي يمكن أن يستعملها المرسل في نقل رسالته ، و قد تكون هذه الوسائل لفظية سواء منها المنطوقة مثل المحاضرة و المناقشة و الندوة أو المكتوبة مثل الكتب أو المذكرات أو الخطابات أو النشرات أو التقارير.

 و قد تكون هذه الوسائل غير لفظية كالصور و الرسوم التوضيحية ، و كلما تعددت هذه الوسائل أتاحت الفرصة للمرسل أن يتخير من بينها الوسيلة التي تتناسب مع الرسالة و مع المستقبل الذي يوجه رسالته إليها.

 إن العوامل المتعلقة بالوسيلة أدت إلى ظهور بعض النظريات التي ترى أن لمحتوى البرامج أي الرسالة أثرا ضعيفا .. و أن الناس يتعاملون مع الوسيلة التي تقدم من خلالها الرسالة كفاعلية في حدّ ذاتها.. و يدلل مارشال ماكلوهان m mcluhan على مميزات الوسيلة بمقولته التي أطلقها عام 1964بأن الرسالة هي الوسيلة، و كذلك جيمي ه وات what ، الذي قام باختبار عوامل الشكل للتحقيق من ثبات نظرية ماكلوهان مستخدما مقياسا للتعرف على الاستجابة العاطفية للبرنامج (مثير \_ مقبول \_ قوي) للتعرف على حكم الجمهور على تقبّل مادة موحدة تقدم عن طريق التلفزيون و جهاز إعلامي آخر، و قد كشفت الدراسة التي قامت بتقديم الراديو و التلفزيون لمادة واحدة إلى أن الاستجابة العاطفية للبرنامج ، كانت أقوى في التلفزيون منها إلى الراديو. [[47]](#footnote-48)

 إلا أن هذه النظرية قد وجدت معارضة ، و خاصة من المدرسة الفرنسية لعلوم الاتصال و التي ترى أن نظرية ماكلوهان تضعف أو تكاد تلغي قدرات الجمهور و اهتماماته و أفكاره و معتقداته التي تتحكم في اختياراته، و كذلك تلك النظرية التي قدمها ستيفنسون stephenson عام 1967 التي تقوم على محتوى الاتصال و التي تقرأ "الاتصال ما هو إلا وسيلة للمتعة"، على اعتبار أن الجمهور يختار و ينتقي ما يحب مشاهدته ، و أنه من غير المعقول أن الاستجابة تتم بهذا الشكل ذاته.. ذلك أن أي تقييم عادل لأداء وسائل الاتصال ، يجب أن تأخذ في الاعتبار الظروف التي أحاطت بذلك الأداء.. و إلا لماذا جاء الأداء بصورة معينة دون الأخرى؟ ربما كان في الظروف سبب مقنع أو أنه قد بدا مقنعا للقائم بالاتصال. [[48]](#footnote-49)

يعتبر اختيار الوسيلة المناسبة عامل مهم في نجاح العملية الاتصالية، بحيث يعتبر حسن اختيارها فن لذا ينبغي مراعاة الكثير من العوامل أثناء اختيار وسيلة مناسبة لنقل الرسالة الاتصالية بوضوح منها: [[49]](#footnote-50)

\_أن تكون الوسيلة التي تساعد المتلقي على إدراك و فهم المضمون و تراعي خصائصه.

\_اختيار الوسيلة التي لا تشويش فيها، و تساعد على التركيز مع محتوى الرسالة.

\_ حري الوسيلة التي لها القدرة على اختصار الوقت و الجهد في تبليغ الرسالة الاتصالية.

\_إن الوسيلة هي الطريق الذي تمر من خلاله الرسالة بين المرسل و المستقبل، و القنوات الطبيعية لنقل الرسائل من موجات الضوء و الصوت التي تمكننا من رؤية الآخرين و سماعهم، كما أن هناك وسائل عدة يستخدمها الناس في نقل رسائلهم كالكتب و الصحف و الأفلام و البث الإذاعي و التلفازي و الأشرطة السمعية و البصرية و الصور و الهواتف و الحواسيب ..الخ

المحور الثالث : مناهج البحث في الاتصال الدعوي

* بعض تصنيفات المناهج البحثية
* المنهج التاريخي
* المنهج الاستكشافي
* المنهج الوصفي أسلوب المسح
* المنهج الوصفي  أسلوب دراسة الحالة.
* المنهج الوصفي الدراسات الانمائية والتطورية والبحوث المقارنة
* المنهج التجريبي خطواته وعيوبه ومميزاته

**تعريف المنهج**: ورد في القرآن الكريم كلمة منهاج تعقيبا على وجود تشريع لليهود في التوراة ،اذ يقول الله سبحانه و تعالى : " و لكل جعلنا شرعة و منهاجا"

* و في المعجم الوسيط وردت كلمة المنهج بمعنى" الطريق البيّن الحق في أيسر سبله" [[50]](#footnote-51).
* يعرف عبد الرحمن بدوي المنهج بأنه:" فن التنظيم الصحيح بسلسلة من الأفكار العديدة ، إما من أجل البحث عن الحقيقة حين نكون جاهلين بها، و إما من أجل البحث عن البرهنة عليها للآخرين حين نكون عارفين لها"[[51]](#footnote-52).، و يقول طلحت عيسى أنه"[[52]](#footnote-53). أسلوب للتفكير الموضوعي"[[53]](#footnote-54).و يرى جمال زكي أن المنهج " وسيلة يمكن عن طريقها الوصول إلى الحقيقة"[[54]](#footnote-55).، بينما يعرفه عبد الباسط عبد المعطي بأنه:" خطة منتظمة تسير في مجموعة من الخطوات يقصد بها تحقيق هدف البحث سواء أكان نظريا أو تطبيقيا"[[55]](#footnote-56).

 و يبني سمير نعيم تعريفه للمنهج على " القواعد العامة التي تحدد الإجراءات العلمية و العملية العقلية التي تتبع من أجل الوصول إلى الحقيقة ، فيما يتعلق بظاهرات الكون الطبيعية أو البيولوجية للإنسان"و المنهج عند السيد احمد مصطفى عمر هو " طريق إجرائي مركب و متكامل يعتمده الباحث للوصول إلى حقيقة جديدة ينشدها للتغلب على مشكلة تستهويه أو غامضة عليه"[[56]](#footnote-57) و هو تعريف يركز على المنهج كمجموعة إجراءات يجري بموجبها البحث.

 المنهج هو مجموعة العمليات و الخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه، و بالتالي فالمنهج ضروري للبحث، إذ هو الذي ينير الطريق و يساعد الباحث في ضبط أبعاد مساعي ، أسئلة و فرضيات البحث [[57]](#footnote-58)

أولا: المنهج التاريخي :

 المنهج التاريخي إجرائيا يعني طريقة الوصول إلى المبادئ المتصلة بأحداث التاريخ الماضية ، و تحليل الحقائق المتعلقة بالمشكلات الإنسانية و القوى الاجتماعية التي شكلت الحاضر ، ذلك لأننا كثيرا ما يصعب علينا فهم حاضر بعض الظواهر دون الرجوع إلى ماضيها.. و من ثم فانه غالبا ما نستعين بالمنهج التاريخي في الحصول على بعض أنواع المعرفة ذات الجذور التاريخية بقصد تحليل و دراسة بعض المشكلات الإنسانية الحاضرة ، و باختصار فان المنهج يُعني باسترداد الحدث التاريخي من الماضي ، و بعثه حيا من جديد[[58]](#footnote-59).

 يهتم بدراسة ظواهر ووثائق و مواقف و أحداث الماضي ،وذلك عن طريق جمع المعلومات و الحقائق المتصلة بها من مراجعها الأصلية بهدف التعرف على حقيقتها ،ولا يقتصر استخدام المنهج التاريخي على دراسة موضوعات التاريخ بل يشمل مختلف مجالات العلوم ، و يقوم هذا المنهج مستندا إلى القواعد التالية الحاضر[[59]](#footnote-60)

1. قاعدة التحديد : و تعني تحديد الظاهرة التاريخية محل الدراسة رمانيا و مكانيا ، مع الاهتمام بالظروف التي صاحبتها باعتبارها جزءا أصيلا منها.
2. قاعدة التحليل:و تعني جمع أكبر قدر ممكن من الحالات و المعلومات المتعلقة بالظاهرة و تحليلها و إجراء دراسة نقدية عليها للتأكد من صحتها.
3. قاعدة التركيب: و تعني إعادة صياغة المادة التاريخية صياغة علمية ، و تجاوز مرحلة السرد و الوصف إلى التعليل ، مع افتراض أن الوقائع التاريخية معلولة بعلل و أسباب يسعى الباحث إلى استخلاصها.
4. قاعدة إصدار الأحكام: و تعني الحكم على الظاهرة بمنطق العصر إلي ظهرت فيه ،على اعتبار أن لكل عصر تاريخي حضارة لها شخصيتها و قيمها، و لكل فترة تاريخية أحداثها و ظروفها ، و ليس من شأن المؤرخ أن ينظر إلى الماضي من خلال معايير .[[60]](#footnote-61)

**أمثلة لبحوث في مجال الدعوة يناسبها المنهج التاريخي**:

\_ التعليم القرآني إبان فترة الاستعمار الفرنسي في الجزائر

\_ دور جمعية العلماء الجزائريين في محو الأمية في الجزائر من 1930\_1962

\_ مدارس التعليم الأصلي ودورها في محاربة الأمية إبان فترة الاستعمار

\_ دور البعثات العلمية إلى المشرق في ازدهار حركة التعليم في الجزائر أثناء فترة الاستعمار.

\_ الدور الإصلاحي للعلامة ابن باديس \_رحمه الله \_ في الجزائر

\_ صحف جمعية العلماء و علاقتها ببث الوعي الديني في الجزائر.

**خصائص المنهج التاريخي**

\_ الاستدلال بما هو معروف عما هو مجهول،إن هذه الخاصية هي التي تكشف عن الجوانب الغامضة في التاريخ خاصة عند تعذر الحصول على وثائق صادقة .

\_ دراسة العصر الذي بدأت فيه الظاهرة كنقطة للبداية في دراسة الموضوع التاريخي، و هذا يعني تتبع الجذور الأولى ، و تصعيد البحث إلى أقصى ما تمكنه المعلومات التاريخية ، بالاعتماد على الوثائق و المستندات و السجلات التاريخية و غيرها من مصادر الدراسات التاريخية

\_ إن بحث و دراسة المادة التاريخية موضوع البحث لا يعني الوقوف عند تسلسلها التاريخي ، و إنما تفسير أحداث التاريخ و مادته تفسيرا دقيقا و عميقا في نفس الوقت للوقوف على العوامل التي أثرت عليها سلبا و إيجابا بما يقدم تعليلا علميا للظاهرة,

\_ التحرر التام من كل ما يمكن أن يضع الباحث في موقف التحيز، ذلك أن فساد التاريخ يرجع في كثير من حالاته إلى أهواء المؤرخين و ميولهم ، لذا فان الاستناد إلى ما هو موثوق به من تفاصيل يعد أمرا مطلوبا، بمعنى أن تكون المعلومات المستخدمة في البحث محلا للثقة ، و كذلك الأمر بالنسبة لمصادرها ،و خاصة كل ما يشك الباحث في أن له طابعا ذاتيا نتيجة لتفسيرات المؤرخين، و بنفس المستوى (إيراد وجهات النظر المعارضة لوجهة نظره).

\_ استخدام أسلوب واحد في تحليل مواقف و أحداث و شواهد المادة التاريخية.

**خطوات المنهج التاريخي** :

\_ يبدأ المنهج التاريخي بفكرة مبدئية غير دقيقة عما يتضمنه موضوع معين، ولا يستطيع الباحث أن يحدد أبعاد الموضوع إلا بعد تجميع المواد العلمية و المراجع المتصلة به، و إجراء عملية المسح الأولية لمعرفة الرصيد السابق من البحوث و الدراسات التي تناولت الموضوع.

\_ تحديد مشكلة البحث تحديد دقيقا ، ففي هذا المنهج من المهم أن نحدد بعناية مشكلة البحث ، و أن نقدر تقديرا جيدا تناسبها مع هذه المنهج ..ذلك لأن كثير من المشكلات البحثية لا يصلح المنهج التاريخي لدراستها ، ولا شك أن معايير اختيار مشكلات البحوث و مصادرها تساعد الباحث المبتدئ على تحديد المشكلة ،و في هذا الجانب يجب مراعاة :

أ\_ أهمية الموضوع و الهدف من دراسته

ب\_ جدة الموضوع وحداثته

ج\_ قدرة الباحث على استخدام المنهج التاريخي و مدى توفر الوقت لديه

د\_ مدى توفر البيانات و المصادر التاريخية

ه\_ التكاليف المادية التي يحتاج إليها الباحث عند تنفيذ البحث

ترى سهير بدير أن اختيار موضوع معين للبحث التاريخي يجب أن يكون ممتدا عبر التاريخ ،أي له صفة الاستمرار بحيث يمكن تعقبه ، و تتبع مراحل التطور التي مرت به و الآثار المترتبة عليه.

3\_ وضع الفروض أو التساؤلات التي يسعى البحث التي تحقق منها أو الاجابة عليها، على أن يضع الباحث في اعتباره أن هذه الخطوة هي التي تمد الباحث بالبيانات اللازمة للبحث، و يتوقف قبول الباحث لفروضه أو تساؤلاته أو رفضهما على البيانات و المعلومات التي يستفتيها من الكتب و المراجع و المخلفات و الآثار ،و على تفسيره لها.

4\_ تحديد المفاهيم الأساسية للبحث و قضاياه و الإطار النظري الذي سيوجه الدراسة و توضيح المقصود منها.

5\_ تحديد وحدة التحليل التاريخي ، فقد تكون هذه الوحدة زمانية أو مكانية ..أو نظاما اعلاميا معينا أو نظرية اعلامية معينة ..أو صحفا ..الخ

6\_ تحديد مصادر المعلومات و البيانات و أدوات جمعها لاستنباط الحقائق التاريخية، و على الباحث أن يبذل كل محاولة في سبيل التأكد من صدق المصدر و مدى دقته.

7\_ جمع بيانات متصلة بموضوع أو مشكلة البحث من مصادرها الأولية، و على الباحث أن يدرك أن أهمية هذه الخطوة ليست بالمهمة السهلة ، لأن الباحث في كثير من الأحيان لم يعش الزمن أو العصر الذي يدرسه.

8\_ ترتيب البيانات و المعلومات و الحقائق التاريخية على أساس تطور الأحداث مع مراعاة العلاقات القائمة بين أحداث التاريخ التي تتضمنها الظاهرة التاريخية موضوع البحث و غيرها من المتغيرات التي صاحبتها سواء أكان تأثيرها مباشرا أو غير مباشر ، مع تجنب الاعتماد على كل ما يقوم على التفسير و التحليل و الاجتهاد الشخصي من قبل الآخرين.

9\_ تحليل و نقد البيانات و المعلومات : هي الخطوة التي تعرف بمرحلة نقد المادة التاريخية ، و يقوم الباحث بهذه الخطوة بغرض التحقق منها و معرفة حقيقتها ، و كذلك التحقق من مصادرها و تنقيتها من الآراء التي ألحقت بها، و هنا يجب على الباحث أن يكون موضوعيا و دقيقا إذا كان راغبا في الوصول الى نتائج تاريخية يمكن الاعتماد عليها.و تتمخض جهود الباحث في هذه المرحلة عن تحديد الحقائق الأساسية المتصلة بموضوع البحث عن طريق النقد الداخلي و النقد الخارجي.

10\_ العرض و التركيب و التفسير للحقائق الأساسية للخروج بالشواهد التي تدلل على أصالة البحث،و الكشف عن الاتجاهات العامة للظاهرة موضوع البحث، و معرفة العوامل و الظروف التي خضعت لها في تطورها و تغيرها و انتقالها من حال إلى حال.

11\_ تحديد النتائج التي توصل إليها الباحث: و دلالتها في الاجابة على التساؤلات التي تطرحها الدراسة و مقارنتها بالأفكار المستخلصة من مصادر أخرى، و ذلك بتقديم تفسيرات مقبولة لهذه الحقائق بالصورة التي تضعها في الإطار الصحيح للسياق التاريخي.

12\_ كشف أي وثائق أو مصادر أو معلومات أو تحليلات أو اجتهادات ثبت بالدراسة العلمية أنها موضع شك.

**مصادر الدراسات التاريخية**

المصادر الأولية :

\_ الآثار: و هي بقايا الحضارات أو ما يدل عليها.مثل آثار المعابد و الكتب القديمة و المخطوطات.

\_ الوثائق :و هي أوراق تكشف عن أحداث وقعت في الماضي.مثل مذكرات

\_ السجلات الشفهية :كالأساطير و الأمثال و الحكايات الشعبية.

\_ السجلات المكتوبة:كالخطب و الرسائل المكتوبة و الدساتير و القوانين و اللوائح و المعاهدات.

\_ السجلات المصورة:مثل الصور و الأفلام و طوابع البريد و النقود و النحت.

\_ السجلات الصوتية: مثل الأسطوانات و أشرطة التسجيل المرئي و المسموع.

المصادر الميدانية:

\_الصحف

\_ روايات شهود العيان

\_ المذكرات و المراسلات و السير و التراجم الخاصة التي يكتبها أصحابها و التي يسجلون فيها حقائق دون القصد من نشرها.

\_ الدراسات و البحوث و المؤلفات التاريخية السابقة .

\_ الكتابات الأدبية و الثقافية و الاجتماعية و الدينية .

\_ثانيا: **المنهج الاستكشافي**: les recherche desciptive

 تعرف الأبحاث الاستكشافية أيضا بالأبحاث الاستطلاعية ، و هي تلك الأبحاث الأولية التي يلجأ إليها الباحث عادة لتذليل الصعوبات، التي يواجهها على مستوى استكشاف الظواهر محل الدراسة، أو التعرف عليها بصورة جيدة ، بعد اكتشافها سواء على مستوى التأكد من بعض بنودها ،أو التوسع في دراسة إحدى نقاطها الغامضة التي هي في حاجة إلى المزيد من تسليط الضوء عليها.

 كما يستخدم هذا النوع من الأبحاث في تحديد إشكالية البحث بصورة دقيقة قبل معالجتها.أو اختيار الفرضيات الخاصة باختيار طرح معين، و هي بذلك الخطوة الأولى في عملية البحث،لاستكشاف الظواهر غير المعروفة كليا أو جزئيا ، دون الذهاب إلى ابعد من ذلك ، و هي تكون في شكل إجابة على سؤال واحد يتناول نقطة بعينها لا غير ، و بالتالي فان بناءها الفني يتم بصورة مرنة، لا يتطلب الكثير من الإجراءات البحثية أو التصميم الهيكلي المعقد.[[61]](#footnote-62)

 كما أن الأبحاث الاستكشافية لا تتطلب استخدام التساؤلات آو الفرضيات لكونها تعالج نقطة واحدة في شكل إجابة على سؤال لا يخشى الدارس في معالجته الخروج عن مسار ما هو بصدد السعي إليه [[62]](#footnote-63).

 تستخدم الأبحاث الاستكشافية عادة في مجال العلوم ، التي تعاني من عدم توفر الرصد المعرفي ( النظريات \_ القوانين) بالقدر الذي يسمح لها بالانطلاق في وضع فرضيات ، تفسير الظواهر محل الدراسة بسهولة و دقة ، لذلك يوظف هذا النوع من الأبحاث في توفير المعلومات التي تسمح بإجراء الدراسات الاختبارية للفروض خاصة على مستوى علوم الإعلام و الاتصال ، التي هي علوم حديثة في بدايتها الأولى، لا تتمتع بالرصيد المعرفي الكافي من النظريات العلمية و القوانين ، كما تستخدم هذه الأبحاث في إجراء الدراسات المسحية للتراث العلمي في المجالات العلمية المختلفة ، لتوفير المعلومات الضرورية المساعدة للباحثين على التعرف بصورة جيدة على ما تحتويه هذه المجالات من معارف [[63]](#footnote-64).

ثالثا: المنهج الوصفي :

 هي تلك البحوث التي تستهدف وصف موضوع معين كما في الواقع الحالي من حيث الخصائص العامة و التفصيلية للموضوع، بما فيه من متغيرات و عناصر و علاقات و مؤثرات،و ذلك باستخدام المنهج العلمي في كافة إجراءات البحث. [[64]](#footnote-65)

 يهتم المنهج الوصفي بدراسة الحقائق حول الظواهر و الأحداث ، و الأوضاع القائمة ، و ذلك بجمع البيانات و المعلومات و تحليلها و تفسيرها لاستخلاص دلالاتها أو إصدار تعميمات بشأنها، و يقوم هذا المنهج على قاعدتين:[[65]](#footnote-66)

1. قاعدة التجريد: و تتضمن عزل و انتقاء مظاهر معينة من الظاهرة و دراستها، ولا يعني العزل اعتبار الظاهرة منفصلة منفصلة عن غيرها من الظواهر ، و إنما يعني تمييز الظاهرة كما و كيفا ، بغرض إظهارها أو تحديدها بصورة أوضح.
2. قاعدة التعميم : و تعني إصدار الحكم على الظاهرة في إطار الفئة أو العينة التي تم إخضاعها للدراسة .[[66]](#footnote-67)

**المنهج الوصفي ، أسلوب المسح**

 المسح في اللغة العربية يفيد إمرار اليد على الشيء السائل،أو المتلطخ لإذهابه[[67]](#footnote-68). و هو يعني إزالة ما لطخ الشيء من غبار أو تراب أو غير ذلك من المواد حتى نبرزه عن حقيقة لغيرنا. المسح في البحث العلمي يفيد التعرف على الظاهرة المدروسة في الوضع الطبيعي الذي تنتمي اليه، من خلال جرد مسح المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الأساسية ، و ما يسودها من علاقات داخلية و خارجية.[[68]](#footnote-69)

 يعرف المنهج المسحي في اللغة الفرنسية la méthode d enquete .أي منهج التحقق العلمي ، الذي يستخدمه الباحث في دراسة موقف معين ،من خلال بحث الشواهد و التجارب و الوثائق المكونة لوضعه الطبيعي ،لجمع البيانات و المعلومات المحققة للغرض العلمي المنشود.[[69]](#footnote-70)

 عرف الباحث ذوقان عبيدات المنهج المسحي بأنه "المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات و البيانات عن الظاهرة المدروسة ،قصد التعرف على وضعها الحالي و جوانب قوتها و ضعفها" .[[70]](#footnote-71) أما الباحث محمد زيان عمر فقد عرف المنهج المسحي بأنه "دراسة الظاهرة في وضعها الطبيعي ، دون تدخل من قبل الباحث،أي دراسة الظاهرة تحت ظروف طبيعية غير اصطناعية كما هو الحال في المنهج التجريبي.[[71]](#footnote-72) و من خلال ما سبق من تعاريف فيمكن القول أن منهج المسح هو الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها و العلاقات السائدة داخلها ،كما هي الحيز الواقعي، و ضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات و البيانات المحققة لذلك .[[72]](#footnote-73)

 استخدم منهج المسح في البحوث الاجتماعية التي تناولت منذ نهاية القرن الثامن عشر و بداية القرن العشرين المشاكل الاجتماعية التي استرعت اهتمام الأوساط المهتمة آنذاك ، لاسيما في أنجلترا حينما قام المصلح الاجتماعي جون هوارد باستخدام هذا المنهج منذ سنة 1744 حتى سنة 1989،في بحوثه المسحية التي أجراها لجمع المعلومات و البيانات حول المشاكل الاجتماعية ،التي عاناها المجتمع الأنجليزي في تلك الفترة مثل : ظاهرة الفقر في الأوساط الشعبية ووضعية السجون و المستشفيات وو الخ .[[73]](#footnote-74)

    **بينت محاولات استخدام المنهج الوصفي** المسحي إلى أهميته في الدراسات الوصفية الاجتماعية ، مما كان وراء انتقال استخدامه إلى مجالات علمية أخرى ،مثل المجال التربوي بين الحربين العالميتين ، العامل الذي ساعد على توفير معلومات كافية ساهمت في تطوير طرق التعليم بعد ذلك .[[74]](#footnote-75)

 إن الاستخدام الواسع لمنهج المسح للظواهر في مجالاتها العلمية المتعددة و ميادينها المختلفة جعل منه المنهج القابل التطبيق مع جميع أدوات البحث العلمي الست المعروفة، و هو يقوم أما على :

\_ مسح كل الوحدات المكونة لمجتمع البحث : مسحا شاملا حصريا .[[75]](#footnote-76)

\_ أو مسح جزء من مجتمع البحث( عينة ممثلة) و يسمى في هذه الحالة مسحا عينيا.

 كما يقوم المنهج المسحي أما على مسح جميع جوانب الظاهرة المدروسة ، أي عناصرها المكونة لها و العلاقات السائدة فيها( وهذا هو المسح العام)، أو على مسح جانب من جوانب الظاهرة ( و هو في هذه الحالة مسحا خاصا)

 إضافة لذلك فإذا وظف هذا المنهج في مسح الظواهر الميدانية فهو مسح ميداني ، أما إذا استهدف مسح الظاهرة مكتبيا من خلال جملة من الوثائق فهو مسح وثائقي.

 يستخدم المنهج المسحي في مجال بحوث الرأي العام ، التي تستهدف التعرف ميدانيا على الآراء و الأفكار الاتجاهات و القيم و المفاهيم و الدوافع و المعتقدات و الانطباعات و التأثيرات المختلفة الخاصة بجمهور معين.

 كما يستخدم منهج المسح في مجال تحليل المضمون المتعلق بتحليل المواد المنشورة في وسائل الإعلام،قصد التعرف على ما قدم فيها من موضوعات ، و على كيفية حصول هذا التقديم إلى القراء، أو في مجال مسموح جمهور وسائل الإعلام ، سواء بغرض التعرف على الخصائص المميزة لجمهور معين ، عن طريق جمع معلومات و بيانات تفيد في إعداد البرامج الإعلامية المسحية لرغبة هذا الجمهور، أو بغرض إجراء دراسات قياسية لأثر ما تبثه وسائل الإعلام من مواد على جماهيرها للتعرف على مدى التأثير الحاصل على مستواها.

 أو يستخدم المسح في مجال وسائل الإعلام للتعرف على نشاطاتها المختلفة الخاصة بالبث و النشر و التوزيع و الإعلان و سير العمل الفني الإعلامي و التسييري الإداري و المالي و الاجتماعي الخاص بالعاملين.[[76]](#footnote-77)

**خطوات الدراسات المسحية**

\_ تحديد و ضبط ما نرغب في مسحه من معلومات و بيانات تحديدا دقيقا على مستوى طرح الإشكالية و تسطير الأهداف المتوخاة.

\_ وضع خطة التنفيذ التي تشمل تحديد مجتمع الدراسة و الحيز المكاني الذي ينتمي إليه و فترة الانجاز.

\_ ضبط عملية جمع المعلومات من خلال شرح الأسباب العلمية التي كانت وراء توظيف الباحث لأداة البحث أو تلك .

\_ توضيح نقطة تحليل المعلومات و البيانات تحليلا كميا إحصائيا ، و تفسير وضعها القائم في البحث و البيانات تحليلا إحصائيا، و تفسير النتائج النهائية.[[77]](#footnote-78)

 وو الخ .[[78]](#footnote-79)

* المنهج الوصفي و الدراسات المقارنة

 هو المنهج الذي يقوم على الوقوف على أوجه الاختلاف و الاتفاق بين الظواهر، أي أنها مطلب رئيسي في التحليل العلمي لأي ظاهرة و المقارنة متضمنة بطبيعتها في أية محاولة للتحقق من صحة الفروض و لتحقيق هدف العلم في دراسة التباين و الاختلاف أو التماثل بين الظواهر الواقعية و تحديد الشروط و الوظائف التي تقف وراء هذا الاختلاف و الاتفاق.[[79]](#footnote-80)

 **خطوات المنهج المقارن:**

 \_ تحديد مشكلة الموضوع المقارن بدقة و تفصيلها إلى الأسئلة الجزئية التي تعكس بدورها أبعاد الدراسة.

\_ طرح تساؤلات البحث و هنا لابد من صياغة الفروض بشكل تكون قابلة للتحقق العلمي عبر المنهج المقارن.

\_ جمع ووصف و ترتيب الحقائق و البيانات التي تم الحصول عليها عبر عملية التصنيف المنهجي للأفكار.

\_ تحديد الخواص المتماثلة و ما يقابلها من خواص متباينة و تحديد أبعاد كل منها بما يؤدي إلى التجريد النظري.

\_ العمل على التفريق بين أوجه التشابه و الاختلاف الأساسية عن نظيرتها الثانوية.

\_تفسير و تحليل خواص التشابه و الاختلاف الأساسية عن نظيرتها الثانوية إلى مستوى الإيضاح و التجريد النظري.

\_ صياغة النتائج العلمية ، و تحديدها في نقاط بدقة، و التحقق من صدق الفرضيات المطروحة من عدمه.

\_ كتابة التقرير النهائي للبحث .[[80]](#footnote-81)

    أوجه المقارنة

  \_ الوجه التأريخي: يقوم هذا المقياس على مقارنة الظاهرة الاجتماعية في عدة مراحل زمنية متعاقبة و تحديد التطورات التي طرأت عليها بفضل الزمن.

\_ الوجه المكاني: مقارنة الظاهرة الاجتماعية في مكان معين بنظيرتها في مكان أخر و تحديد أوجه الاختلاف و أوجه الاتفاق.

مثال: دراسة ظاهرة التسرب المدرسي في مناطق القطر الجزائري.

\_ تقييم نتائج البكالوريا.

أمثلة عن البحوث المقارنة:

\_ الصحافة المكتوبة الجزائرية قبل و بعد الاستقلال

\_ استخدامات الصحف الكترونية و الورقية لدى الشباب الجزائري

\_ دور وسائل الاتصال المكتوبة و السمعية البصرية داخل المؤسسات في تحسين صورتها .[[81]](#footnote-82)

رابعا: المنهج التجريبي خطواته وعيوبه ومميزاته

 التجريب في اللغة تعني اختبار الشيء ،بفضل استخدام التجربة .

يعرف المنهج التجريبي في اللغة الفرنسية method experimentale، الذي يقوم على اختبار العلاقات القائمة بين متغيرات الظاهرة الواحدة ، أو بين الظواهر المختلفة في إطار إتباع خطوات الظاهرة الواحدة ،أو بين الظواهر المختلفة ، في إطار إتباع خطوات محددة تساعد على بلوغ ما يستهدف من نتائج في البحث ،و هذا انطلاقا من افتراض فرض معين يتعلق بوجود هذه العلاقة بين المتغيرين أو الظاهرتين أو بعدم وجودها، ثم القيام بتغيير الظروف السائدة داخل الظاهرة المدروسة بظروف مشابهة بطريقة اصطناعية وفق الغاية المستهدفة في البحث، ثم ملاحظة النتائج المترتبة على ذلك[[82]](#footnote-83).

 و عرف أيضا بأنه البحث الذي يقوم فيه الباحث بملاحظة و تجريب تفاعل متغيرات محددة من خلال ضبط ظروف و أساليب ووسائل عملها، و استثناء تأثيرات متغيرات نظيرة أو إضافية قد تتدخل إيجابا و سلبا في هذا التفاعل ، بغرض التحقق من نوع و مقدار الأثر الذي ينجم ، و يتم هذا الاستثناء عن طريق العزل أو الضبط أو التحكم.[[83]](#footnote-84)

 و هو ذلك المنهج الذي تشكل فيه التجربة البرهانية أو التجربة بغرض إقامة الدليل إجراءا أساسيا ، و فيه يقوم الباحث بإعداد تغييرات متعمدة ، لضبط جميع المتغيرات الداخلية في التجربة فيما عدا المتغير المراد معرفة و قياس تأثيره على الظاهرة.[[84]](#footnote-85)

**مثال:**

الموضوع: تأثير برامج العنف في التلفزيون على سلوك الشباب

\_ المتغير المستقل: برامج العنف في التلفزيون

\_ الشباب : المتغير التابع ، و ماعدا ذلك من المتغيرات كالتعليم و الحالة الاجتماعية و الاقتصادية للأسرة و الأصدقاء و المدرسة و الحي و ما إلى ذلك ينبغي عزلها أو التحكم فيها قبل إجراء التجربة ، على اعتبار أن هذه العوامل آو المتغيرات يمكن أن تؤدي إلى نفس الأثر ، و بالتالي يجب عزلها أو التحكم فيها قبل بدء التجربة.[[85]](#footnote-86).

إن استخدام المنهج التجريبي في البحث العلمي له أهمية كبيرة فهو

\_ يوفر للباحث الإجراءات البحثية التي تمكنه من عدم الاكتفاء بملاحظة الظاهرة في وضعها الطبيعي عن بعد، بل التدخل إلى مستواها للتحكم الجيد فيها، و إجراء التغييرات الكفيلة بتحقيق ما يسعى إلى تحقيقه من نتائج.

\_ يساعد الباحث على التحكم في عاملي الزمان و المكان على مستوى دراسة الظاهرة ، فالأبحاث التي كان انجازها يمتد على مدى سنوات عديدة أصبح إعدادها بفضل هذا المنهج يستغرق ساعات محدودة، إن لم نقل لحظات قليلة.

\_ يمكن مستخدميه من دراسة الظواهر من جوانبها المختلفة ، حتى معالجة تلك الجوانب التي استعصى بحثها بواسطة المناهج الأخرى .

\_ يساعد على اكتشاف ظواهر جديدة لم تكن معروفة من قبل، و هذا بفضل خصائصه البحثية التي تمكّن الباحث من القيام بعمليات التوليف بين عوامل الظاهرة الواحدة ، أو بين الظواهر المختلفة و عواملها أثناء العمل التجريبي [[86]](#footnote-87).

\_المنهج التجريبي يتيح للباحث إمكانية دراسة الظواهر في بعدها الزمني الثالث( المستقبل) خلافا للمناهج الأخرى التي يقتصر استخدامها على دراسة الظواهر في بعديها الزمنين ( الماضي) و الثاني ( الحاضر).و بفضل ذلك أصبح بإمكان الباحثين التحكم في الظاهرة قبل حدوثها، مما زاد في فائدة تطبيق هذا المنهج في معالجة المشاكل المختلفة ، التي يعانيها الإنسان في حياته العادية، مثل الأمراض الفتاكة و الكوارث الطبيعية المدمرة..الخ [[87]](#footnote-88)

 كان أول استخدام للمنهج التجريبي في العلوم الطبيعية ،نظرا لسهولة استخدامه في بداية الأمر في العلوم، من حيث تعامل الباحث مع عناصر مادية لم يطرح إخضاعها للاختبار أي معارضة مهما كان نوعها، كما ان تعامل الباحث في تطبيقه للمنهج التجريبي مع عناصر ( متغيرات) مادية منفصلة عن ذاته يعطيه قدرة كبيرة على التحكم فيها بكيفية دقيقة جدا، من حيث إمكانية قياس هذه العناصر المادية وفق الأسلوب المرغوب فيه بمقياس و أجهزة متطورة جدا ذات خصائص كبيرة في تحقيق صدق النتائج و ثباتها، بصورة موضوعية متناهية الدقة.

 أمام النجاحات الباهرة التي حققها استخدام المنهج التجريبي في أبحاث العلوم الطبيعية ، خلال القرن الثامن عشر ، كان على الباحثين في مجال العلوم الاجتماعية التفكير في نقل استخدامه إلى أبحاث السلوك الإنساني ، لقياس ما يتعرض له من تأثيرات مختلفة ،و كانت المبادرة الأولى في هذا الاتجاه للفرنسي كلود برنار claude Bernard (1813\_1878) الطبيب المختص في علم وظائف الأعضاء، الذي قام بصياغة القواعد الأساسية للتجارب في هذا التخصص العلمي في مؤلف، مدخل إلى الطب التجريبي.ثم جاءت بعد ذلك مساهمة علماء النفس الذين رأوا : إن بعض التجارب الخاصة بعلم وظائف الأعضاء لها علاقة مباشرة بسلوك الفرد، مما مهد إلى إنشاء مخبر في علم النفس سنة 1879 في ألمانيا ، و الشيء الواجب التذكير به في عملية نقل استخدام المنهج التجريبي من العلوم الطبيعية إلى العلوم الاجتماعية ، إن هذه العملية تمت على مراحل متتالية بدأت أولا بنقل استخدامه من دراسة الظواهر المادية في علوم الفيزياء و الكيمياء إلى دراسة الكائنات الحية على مستوى النبات و الحيوان ، و بعد ذلك إلى دراسة الأفراد [[88]](#footnote-89).

 يعود سبب تأخر تطبيق المنهج التجريبي في دراسة الظواهر الاجتماعية إلى:

\_ إن الظاهرة الاجتماعية تتميز بتداخل عواملها المسببة لها و تشابهها ، لدرجة يصعب على الباحث التحكم فيها على مستوى الموقف التجريبي ، خاصة و أنها عوامل لا ترى بالعين المجردة على غرار التغيرات المادية ، مما زاد من صعوبة ملاحظتها ميدانيا.

\_ فكرة إخضاع الإنسان إلى الاختبار التجريبي واجه معارضة كبيرة من طرف الأوساط الرافضة لها ، هذه الأوساط التي رأت في هذه الخطوة إهدار لكرامة الإنسان ، و إن لم تحصل هذه المعارضة ، فان الباحث ليس حرا في إجراء دراساته التجريبية على الإفراد بالكيفية التي يرغب فيها، على غرار ما يقوم بذلك في دراسة الظواهر المادية. بل لابد له من حالات القيام باختبارات على عينات بشرية من أن يحصل أولا على موافقة المبحوثين ، ليس فقط على مبدأ إجراء الاختبار، و إنما أيضا على أدق تفاصله بكيفية محددة و موثقة. لأنه إجراء بعض التجارب على الكائن الإنساني له في بعض الحالات خطورة كبيرة على صحته و حياته، و في بعض الحالات تأثيرات سيئة على سمعته و شرف عائلته،لذا فان الموافقة إلزامية في مثل هذه التجارب، حتى تحدد المسؤوليات و تتضح بالنسبة للباحث و المبحوث في آن واحد. [[89]](#footnote-90)

 لكي نفهم المنهج التجريبي علينا أن نتعرف على المتغيرات و أهمها:

ا\_ المتغيرات التابعة : و هو الناتج أو الظاهرة تحت الدراسة، و التي تحدث نتيجة لعوامل يراد التعرف عليها ،و قياس أثرها على هذا الناتج.

ب\_ المتغيرات المستقلة:وهي العوامل أو المسببات التي تؤدي إلى حدوث المتغيرات التابعة ، و عادة ما يتناولها الباحث بالدراسة التجريبية لقياس أثرها على المتغيرات التابعة.

\_ متغيرات دخيلة: و قد تكون هذه المتغيرات سابقة أو وسيطة، و قد تكون ذات تأثير ، أو قد لا تكون، و عادة ما يتعامل الباحث معها أما بقياس تأثيرها أو ضبطها و التحكم فيها حتى لا تؤثر على المتغير المستقل في تأثيره على المتغير التابع [[90]](#footnote-91).

 و يقوم هذا المنهج على القواعد التالية .[[91]](#footnote-92)

1. قاعدة السببية : و تعني أن العلاقة بين المتغير المستقل و الظاهرة كمتغير تابع،هي علاقة بين علة و معلول و سبب و نتيجة، و للاستدلال على هذه القاعدة يجب توافر الأدلة التالية :

\_ دليل التغير الاقتراني: و هو الدليل الأقوى لإثبات السببية في العلاقة بين المتغير المستقل و المتغير التابع، بمعنى إثبات أن المتغير التابع يرتبط بعلاقة سببية مع المتغير التابع.

\_ دليل الترتيب الزمني لحدوث المتغيرات: و هو الدليل الذي يبث أن السبب " المتغير المستقل"قد سبق الأثر " المتغير التابع" من ناحية الزمنية، إذ لا يمكن اعتبار أن المتغير المستقل هو السبب في حدوث المتغير التابع إلا إذا سبقه من الناحية الزمنية .

\_ دليل استبعاد المتغيرات السببية الأخرى المحتملة: و هو الدليل الذي يثبت أن السبب " المتغير المستقلّ" قد اثر على "المتغير التابع" بعد أن عزل الباحث كل المتغيرات المحتملة و التي يمكن أن تؤدي إلى إحداث المتغير التابع.

1. قاعدة الضبط: و تعني التحكم في جميع المتغيرات التي قد تؤثر على إجراء التجربة أو تؤثر على دقة نتائج العلاقة السببية فيما عدا المتغير المستقل، و يتم التحكم في المتغيرات الأخرى عن طريق الإجراءات التالية:

\_ المضاهاة أو التماثل: و ذلك بإجراء المقارنة بين مفردات العينة للوصول إلى التماثل بينها قدر الإمكان.

\_ التوزيع العشوائي:و ذلك بتوزيع أفراد العينة على المجموعتين الضابطة و التجريبية بطريقة عشوائية بحيث يكون لكل فرد الفرصة لاجتياز التجربة.

1. قاعدة التجريب: و تعني تصميم التجربة أو مجموعة من التجارب وفقا لمتطلبات الدراسة ، و ذلك لاختيار و معالجة المتغيرات قيد البحث بهدف التعرف على العلاقة السببية بين المتغير المستقل و المتغير التابع،.[[92]](#footnote-93) و ذلك عن طريق استخدام القياسات القبلية و البعدية على المجموعات الضابطة و التجريبية.

ثانيا:المنهج الوصفي  أسلوب دراسة الحالة.

 "أسلوب منهجي يستهدف تقديم وصف لحالة أو سلوك أو موقف أو جماعة ، بغرض الكشف عن خصائص ظاهرة معينة عن طريق دراسة العلاقة بين عناصر الظاهرة و مكوناتها و العوامل الداخلية فيها ، في إطار إعلامي معين"[[93]](#footnote-94)

 و على التعريف فان دراسة الحالة يقع في إطار مفهومين:

\_ الأول : دراسة الحالة كوسيلة من وسائل جمع المعلومات .

\_ الثاني: كأسلوب يستخدم في أغراض المنهجية العلمية.

استنادا إلى ما سبق يمكن استخدام دراسة الحالة في العديد من البحوث و الدراسات الإعلامية على النحو الأتي:

* في الدراسات التي تستهدف الكشف عن الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تغيير المفاهيم و الاتجاهات و أنماط السلوك " التغيير الاجتماعي، نشر الوعي الصحي، ترشيد الاستهلاك..الخ"
* في الدراسات التي تستهدف الكشف عن الأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام في الحالة ومجموعة الحالات التي تخضع للدراسة " انحراف الإحداث \_ قدرات الذكاء و الاستيعاب و التعلم\_ توسيع المدارك" مع الإقرار بمبدأ تعدد الأسباب في الظواهر الاجتماعية. [[94]](#footnote-95)
* في الدراسات التي تستهدف الكشف عن فشل أو نجاح البرامج الإعلامية الموجهة في فترات زمنية محددة.
* في دراسة نماذج بشرية إعلامية من خلال إبداعاتها و موقفها و مساهمتها و غيرها من المعلومات التي تكمل الحياة الذهنية و الشخصية للنموذج.

و من استخدامات دراسة الحالة في مجال البحوث الإعلامية يتضح لنا:

* ان استخدامات دراسة الحالة في مجال الإعلام يشبه إلى حد كبير أسلوب المسح في كونها تعتمد على مجموعة واسعة من أدوات البحث كالملاحظة و المقابلة و المشاهدة و المشاركة و الاستبيان و التحليل الإحصائي ..الخ التي تكمل ما ورد في التقارير و الوثائق و السجلات الرسمية.
* يتداخل المنهج التاريخي مع دراسة الحالة إذ يشمل تاريخ الحالة ، فقد تكون الحالة حي أو قرية أو قد تكون الحالة شخصا. و في دراسة تاريخ الحالة لا يكتفي الباحث بالحصول على المعلومات من الحالة،و إنما يحصل عليها أيضا من مختلف المصادر و الوثائق للتثبت من صحة البيانات. في حين أن دراسة التاريخ الشخصي يكتفي بالمعلومات التي تقدمها الحالة شفاهة أو كتابة في صورة مذكرات أو يوميات أو مؤلفات أو مقالات، و كل ما يتعلق بخبرات الفرد الماضية و سلوكه و اتجاهاته و سماته الشخصية. [[95]](#footnote-96)

**أسس دراسة الحالة في البحوث الإعلامية** :

* تحديد مشكلة البحث و صياغة أهدافها و متطلباها الإجرائية الأخرى.
* تحديد المفاهيم و المصطلحات المستخدمة في البحث بهدف التثبت من حدود استخدام كل المفهوم
* تحديد الحالة التي سيجري بحثها و أسباب تحديدها
* البحث وراء البيانات التي قد تلقي الضوء على تاريخ الحالة في الماضي و طبيعتها في الحاضر
* البحث عن البيانات و المعلومات التي قد تلقي الضوء على العمليات و العوامل المسببة و معدل التغيير و اتجاهه عن طريق تحديد أدوات البحث المناسبة لدراسة الحالة
* التعامل مع مفردات الحالة التي وقع الاختيار عليها، ودراستها دراسة معمقة في الإطار الإعلامي للدراسة باعتبارها وحدات ممثلة لمجتمع الحالة
* البحث عن الاتجاهات و القيم و المواقف و الأنشطة التي استهدفتها الإطار الإعلامي، من خلال دراسة بعض النماذج التي تتسم بقدر من الثبات و الاستمرارية
* مقارنة الاتجاهات و القيم و المواقف التي تبين سمات الحالة في الماضي ووضعيتها الحالية
* التعامل مع دراسة الحالة كدراسة استطلاعية تستهدف الكشف عن درجة التداخل النسبي بين الدراسة الإعلامية بغرض الوصول إلى الفروض أو الاحتمالات التي يمكن إخضاعها للمزيد من البحث العلمي الدقيق
* تحليل البيانات و المعلومات قبل و بعد إجراء المقارنة وفقا للأسس التالية: [[96]](#footnote-97)

ا\_ تحليل عام للموقف بغرض استخلاص السمات العامة للحالة

ب\_تحليل جزئي للمواقف المتباينة بغرض استخلاص السمات الخاصة التي تميز بعض المجموعات داخل الحالة.

ج\_ تحديد الخصائص و السمات النهائية للحالة ،و تبيان مدى اختلافها أو اتفاقها مع الحالات الأخرى.

* تفسير البيانات لفهم العلاقات القائمة بين مكونات الحالة و العوامل الداخلة فيها،بهدف الوصول إلى تعميمات أو صياغة أحكام أو نتائج مدعمة بالمبررات و الأسانيد و الشواهد الكافية التي تصف بدقة العلاقات المتداخلة بين المتغيرات التي تتفاعل مع بعضها البعض باستمرار في إطار الحالة ( الناس ، الدوافع، الاتجاهات، الآراء، المواقف)و في الإطار الإعلامي المعد للدراسة، و يمكن استخدام ( معامل الارتباط ، معامل الاقتران، معامل التوافق) في إدراك طبيعة هذه المتغيرات. [[97]](#footnote-98)

المنهج التجريبي.[[98]](#footnote-99):

 و هو ذلك المنهج الذي تشكل فيه التجربة البرهانية أو التجربة بغرض إقامة الدليل إجراءا أساسيا ، و فيه يقوم الباحث بإعداد تغييرات متعمدة ، لضبط جميع المتغيرات الداخلية في التجربة فيما عدا المتغير المراد معرفة و قياس تأثيره على الظاهرة ، و يقوم هذا المنهج على القواعد التالية :

1. قاعدة السببية : و تعني أن العلاقة بين المتغير المستقل و الظاهرة كمتغير تابع،هي علاقة بين علة و معلول و سبب و نتيجة، و للاستدلال على هذه القاعدة يجب توافر الأدلة التالية :

\_ دليل التغير الاقتراني: و هو الدليل الأقوى لإثبات السببية في العلاقة بين المتغير المستقل و المتغير التابع، بمعنى إثبات أن المتغير التابع يرتبط بعلاقة سببية مع المتغير التابع.

\_ دليل الترتيب الزمني لحدوث المتغيرات: و هو الدليل الذي يبث أن السبب " المتغير المستقل"قد سبق الأثر " المتغير التابع" من ناحية الزمنية، إذ لا يمكن اعتبار أن المتغير المستقل هو السبب في حدوث المتغير التابع إلا إذا سبقه من الناحية الزمنية .

\_ دليل استبعاد المتغيرات السببية الأخرى المحتملة: و هو الدليل الذي يثبت أن السبب " المتغير المستقلّ" قد اثر على "المتغير التابع" بعد أن عزل الباحث كل المتغيرات المحتملة و التي يمكن أن تؤدي إلى إحداث المتغير التابع.

1. قاعدة الضبط: و تعني التحكم في جميع المتغيرات التي قد تؤثر على إجراء التجربة أو تؤثر على دقة نتائج العلاقة السببية فيما عدا المتغير المستقل، و يتم التحكم في المتغيرات الأخرى عن طريق الإجراءات التالية:

\_ المضاهاة أو التماثل: و ذلك بإجراء المقارنة بين مفردات العينة للوصول إلى التماثل بينها قدر الإمكان.

\_ التوزيع العشوائي:و ذلك بتوزيع أفراد العينة على المجموعتين الضابطة و التجريبية بطريقة عشوائية بحيث يكون لكل فرد الفرصة لاجتياز التجربة.

1. قاعدة التجريب: و تعني تصميم التجربة أو مجموعة من التجارب وفقا لمتطلبات الدراسة ، و ذلك لاختيار و معالجة المتغيرات قيد البحث بهدف التعرف على العلاقة السببية بين المتغير المستقل و المتغير التابع،.[[99]](#footnote-100) و ذلك عن طريق استخدام القياسات القبلية و البعدية على المجموعات الضابطة و التجريبية.

\_ مشكلة البحث العلمي ومصادرها وكيفية الإحساس بها وتحديدها

7\_ خطة البحث العلمي وكيفية إعدادها وبنائها

8\_ تقنيات البحث في الاتصال الدعوي

* أدوات جمع البيانات. الاستبيان، المقابلة، والملاحظة
* الاختبارات وأنواعها وكيفية إعدادها والثوابت الإحصائية لها

إعداد واخراج مذكرة في الاتصال

الدعوي وفق أنموذج IMRAD

\_ مشكلة البحث العلمي ومصادرها وكيفية الإحساس بها وتحديدها

1\_ تعريف مشكلة البحث:هي عبارة عن موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث و الدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها و بناء العلاقات بين عناصرها ،و نتائجها الحالية و إعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم.[[100]](#footnote-101)

 المشكلة هي موقف محيّرا و معقد يتم تحويله أو ترجمته إلى سؤال ا والى عدد من الأسئلة التي تساعد على توجيه المراحل التالية في الاستعلام ، و يمكن أن تعزى الحيرة أو التعقد في الموقف إلى العديد من الأسباب منها:

\_ تشابك عناصر الموقف إلى الحد الذي يجعل من الصعب فهم دور كل عنصر من تلك العناصر.

\_ وجود تناقضات في الكتابات التي تناولت الموقف، مما يجعل الباحثين في الميدان في وضع يحتاجون فيه إلى إجراء دراسة علمية لحل مثل هذه التناقضات

\_ وجود تساؤلات حول نتائج الأبحاث التي أجريت على الموقف وحول الإجراءات التي اتبعت في التعامل معه

عندما يقوم الباحث بإجراء دراسة حول المشكلة ، فان هدفه هو حل تلك المشكلة ،و من ثم فان هناك فرقا بين المشكلة و الغرض ، فالمشكلة موقف تتسم عناصره و مكوناته بالغموض و التعقد،و من ثم فان الغرض من إجراء بحث حول المشكلة هو حل تلك المشكلة،و من ثم فان الغرض من إجراء بحث حول المشكلة هو حل تلك المشكلة، من حيث الكشف عن الغموض الذي يحيط بعناصرها، و يتم هذا الحل بإتباع طرق و أساليب محددة و موصوفة تفصيليا .[[101]](#footnote-102)

و عندما نأتي إلى تعرف المشكلة من ناحية البحث العلمي فإنها : جملة أو عبارة استفهامية تتساءل عن العلاقة التي توجد بين متغيرين أو أكثر، و الاجابة على التساؤل المطروح هو ما ننشده من البحث، فلو تمت صياغة المشكلة في صورة علمية، فإنها بذلك ستتضمن متغيرين أو أكثر، مثل: ما تأثير أنواع مختلفة من الحوافز على أداء التلاميذ؟ هل تعليقات المعلم تؤدي إلى تحسين أداء التلاميذ؟ و يعني ذلك انه من الضروري بالنسبة للباحث أن يفكر في كيفية تحويل المشكلة من صورة عامة إلى صورة علمية .[[102]](#footnote-103)

أنواع المشكلات

توجد أنواع مختلفة للمشكلات التي قد يفكر الباحث في استقصائها، و يمكن تصنيف المشكلات البحثية في عدة فئات هي:

\_ بحوث لتوضيح أو تحديد مدى صحة النظريات : فلو افترضنا أن النسيان يحدث عند الفرد لأن المعلومات الجديدة التي يكتسبها تتداخل مع كل من التعليم السابق و اللاحق، فانه يمكن إجراء دراسة لحل المشكلة ، و النتائج التي تسفر عنها الدراسة تسهم في توضيح أبعاد تلك النظرية و مدى صحتها.

\_ بحوث لاستجلاء النتائج البحثية المتعارضة: أذا قام باحث بقراءة الاستقصاءات التي اهتمت بدراسة مشكلة معينة ووجد أن تلك الاستقصاءات قد توصلت إلى استنتاجات متباينة حول نفس المشكلة ، فانه يمكنه إجراء دراسة لاستجلاء أسباب تلك الاستنتاجات المتناقضة.

\_ بحوث لتصحيح منهجية بحثية خاطئة.

\_ بحوث لتصحيح الاستخدامات غير الملائمة للأساليب الإحصائية

\_ بحوث لتحديد درجة صحة كل من الآراء المتباينة حول قضية معينة

\_بحوث لحل المشكلات الميدانية العلمية .[[103]](#footnote-104)

 **مصادر التعرف على المشكلات العلمية**

 هناك اتجاهان رئيسيان للتعرف على المشكلات التي تستحق البحث و الدراسة .[[104]](#footnote-105)

.

**الاتجاه الأول**: و هو القراءة المتعمقة و الناقدة لأدبيات المجال العلمي العام و الخاص ذات العلاقة بتخصص الباحث أو انتمائه العلمي و تعدد مصادر هذه الأدبيات و مستوياتها، و لكنها يمكن أن تتمثل إجمالا فيما يلي:

 \_ التراث العلمي الذي يضم النظريات و الأفكار العلمية للخبراء و الباحثين و تطوره، و ملاحظة الحدود أو المعالم الخاصة لهذه النظريات و الأفكار، و ما يمكن أن تثيره من أفكار و موضوعات متجددة او متطورة و تجده في المراجع و الكتب و المؤلفات العلمية التي تنتجها المكتبة المتخصصة في وقت آخر.

\_ البحوث المنشورة في الدوريات العلمية التي تنتجها المكتبة المتخصصة عالميا و محليا ، مثل المجلة المصرية لبحوث الإعلام و المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، و مجلة الدراسات الإعلامية و السكان و غيرها من الدوريات و المجلات العلمية التي تصدرها الجامعات أو مراكز البحوث و التي تضم بحوثا في التخصص.

\_ وقائع المؤتمرات العلمية المتخصصة و البحوث المنشورة فيها

\_ بحوث الماجيستير و الدكتوراه في التخصص التي تم اجازتها في الجامعات المحلية و الخارجية ، و التي يمكن الكشف عنها من خلال الكشافات التي تصدرها الجامعات أو مراكز البحوث.

\_مواقع الجامعات أو الكليات أو الموضوعات المتخصصة على شبكة الانترنيت التي تقدم عروضا أو ملخصات ، أو صفحات عن الموضوعات و الباحثين و الخبراء المشتركين في هذه الشبكة

الاتجاه الثاني: فهو الملاحظة الميدانية للتطبيقات و الممارسات التي يمكن أن تعكس أنماط الممارسة المهنية و اتجاهاتها و تقويمها، و صور العلاقات بين عناصر العملية الإعلامية و القوى المؤثرة في تخطيط و تنفيذ السياسات و الأهداف ومخرجات العملية الإعلامية التي تتمثل في شكل و محتوى البرامج و الصفحات و اتجاهاتها ، و تسجيل نتائج هذه الملاحظة بما يمكن أن تثيره من دراسات أو بحوث تدعم نتائج الملاحظة أو تحاول تحليلها و تقويمها .

 و ذلك بجانب تأكيد نتائج الملاحظة أو البحث في مقدماتها من خلال الرجوع إلى الوثائق أو سؤال ذوي الخبرة و أصحاب الاختصاص في مجالات الممارسة المهنية بالمؤسسات الإعلامية .

و يعتبر التعرض المستمر لحلقات النقاش و الندوات و المحاضرات المتخصصة صورة من صور الملاحظة و استشارة المشاركين في الموضوعات و الأفكار المطروحة و التعرف من خلالها على المشكلات أو الظواهر العلمية أو تطويرها. .[[105]](#footnote-106)

كما نستقي المشكلات البحثية من:

ا\_ الخبرات الشخصية: تعد الخبرات الشخصية للباحث مصادر ثرية للعديد من التساؤلات و الادعاءات التي تصلح كأساس جيد لاختيار مشكلة البحث ، فالقرارات التي تتخذ في مواقع العمل ، أو من خلال ملاحظة علاقات معينة ، أو من خلال ملاحظة المستحدثات التكنولوجية ..الخ

\_ الاستنباطات المستخلصة من النظريات.

\_ الأدبيات ذات الصلة بمجال تخصص الباحث

\_ القضايا و الإحداث الاجتماعية و السياسية الجارية

\_ الموقف العلمية.[[106]](#footnote-107)

صياغة عنوان المشكلة العلمية :

يعتبر عنوان البحث أو المشكلة التي يقوم بدراستها: تحديدا آخر للمشكلة يتصدر العرض المنهجي العام لمشروع البحث أو التقرير النهائي، و يشير العنوان في صياغته إلى المشكلة العلمية و عناصرها و متغيراتها و العلاقات بين هذه العناصر أو المتغيرات و مجالات التطبيق أو التجريب، في صياغة موجزة ، قد تتفق في تكوينها مع صياغة تحدد المشكلة، تأو تعتبر اختصارا لها أيضا خصوصا في الحالات التي يتم فيها صياغة المشكلة في عبارات تقريرية مطوّلة، أو أسئلة فرعية متعددة.

 يتسم عنوان المشكلة العلمية ب:

\_ الإيجاز

\_الشمول

 \_ ترتيب بناء العنوان طبقا للقواعد اللغوية و المنهجية معا

\_ تجنب الغموض في بناء العنوان

\_ تجنب التحيز في بناء العلاقات أو تقرير النتائج بشكل نهائي فيها.

مراعاة الجوانب الأخلاقية و الضوابط الاجتماعية في اختيار الكلمات

\_ تخليص العنوان من العبارات الزائدة [[107]](#footnote-108)

\_ خطة البحث العلمي وكيفية إعدادها وبنائها

 [[108]](#footnote-109)

\_ تقنيات البحث في الاتصال الدعوي

أدوات جمع البيانات. الاستبيان، المقابلة، والملاحظة

**الملاحظة**

تعتبر الملاحظة أقدم الوسائل التي عرفها الإنسان،و استخدمها في جمع المعلومات عما يحيط به من ظواهر ، في البيئة أو المجتمع الذي يعيش فيه ، و هو لا يزال يستخدمها في حياته اليومية لفهم كثير من المواقف التي توجد حوله ,ففي الحالات الطبيعية الناس عادة ما يحصلون على معظم ما لديهم من معلومات و اتجاهاتهم عن طريق الملاحظة، و في بعض الأحيان تكون نتائج ملاحظاتهم صحيحة، و لكنها غير مبرهنة، و تسود على أنها الرأي الصحيح .[[109]](#footnote-110)

الملاحظة من أهم أدوات البحث العلمي لكونها تتيح للباحث تفحص الجوانب المبحوثة في الظاهرة عن قرب في إطار ظروفها الطبيعية العادية غير المصطنعة بفعل أن عملية المشاهدة تجري في بعض الحالات دون أن يعلم المبحوثون أنهم محل فحص، وأن تصرفاتهم موضوع مراقبة، عكس أداتي المقابلة والاستبيان، حيث يعلم المبحوث أنه تحت الدراسة وبالتالي لا يكون عاديا في تصرفه مع الباحث. [[110]](#footnote-111)

و في مجال البحث العلمي فقد أثبت واقع الممارسة استخدام الملاحظة بفاعلية في جمع البيانات و المعلومات لمختلف أنواع الدراسات ، و لذلك فقد أجمعت الكتب و المراجع، على أن الملاحظة تعتبر من أهم الوسائل في أي بحث تقريبا ،و خاصة في دراسة تلك الظواهر التي يصعب فهمها فهما حقيقيا إلا من خلال المشاهدة العينية .[[111]](#footnote-112)

 في مجال العلوم الاجتماعية أكد واقع الدراسات الاجتماعية و النفسية و التربوية ،ان الملاحظة تعد من أنجح أساليب البحث العلمي في دراسة الظواهر التي تتصل بالسلوك و التصرفات و المواقف، و خاصة تلك التي يبدي فيها المبحوثون نوعا من المقاومة للباحث و يرفضون الاجابة على أسئلته أو يكذبون عليه".[[112]](#footnote-113) و في مجال الدراسات و البحوث الإعلامية احتلت الملاحظة مكانة هامة و خاصة في دراسة الظواهر التي تتصل بعادات المشاهدة و القراءة ،و الاستماع إلى الإذاعة، و طريقة شراء الصحف و قياس السلوك المترتب على مثل هذه العادات ، حيث أثبت واقع الدراسات إمكانية ملاحظة مثل هذه المواقف بفاعلية عن طريق رؤية العين. .[[113]](#footnote-114)

و في مجال الدراسات و البحوث الإعلامية احتلت الملاحظة مكانة هامة و خاصة في دراسة الظواهر التي تتصل بعادات المشاهدة و القراءة ،و الاستماع إلى الإذاعة، و طريقة شراء الصحف و قياس السلوك المترتب على مثل هذه العادات ، حيث أثبت واقع الدراسات إمكانية ملاحظة مثل هذه المواقف بفاعلية عن طريق رؤية العين. .[[114]](#footnote-115)

 تعريف الملاحظة: تعتبر إحدى أدوات جمع البيانات، و تستخدم في البحوث الميدانية لجمع البيانات التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق الدراسة النظرية أو المكتبية ، كما تستخدم في البيانات التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق الدراسة النظرية أو المكتبية ، كما تستخدم في البيانات التي يمكن جمعها عن طريق الاستمارة أو المقابلة أو الوثائق و السجلات الإدارية أو الإحصاءات الرسمية أو التقارير أو التجريب ، و يمكن للباحث تبويب الملاحظة و تسجيل ما يلاحظه الباحث من المبحوث سواء كان كلاما أو سلوكا .[[115]](#footnote-116)

والملاحظة كلمة مشتقة من الفعل الثلاثي لحظ، وهي تعني في اللغة العربية النظر إلى الشيء، ويقابلها في اللغة الفرنسية Observation .

والملاحظة في البحث العلمي هي مشاهدة الظاهرة، محل الدراسة في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين ومن التعرف على أنماط وطرق معيشتهم اليومية. [[116]](#footnote-117)

وعرفت الملاحظة أيضا بأنها: "توجيه الحواس لمشاهدة ومراقبة سلوك معين أو ظاهرة معينة، وتسجيل جوانب ذلك السلوك أو خصائصه".[[117]](#footnote-118)

أو هي: "توجيه الحواس والانتباه إلى ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر رغبة في الكشف عن صفاتها أو خصائصها بهدف الوصول غلى كسب معرفة جديدة عن تلك الظاهرة أو الظواهر".[[118]](#footnote-119)

الملاحظة العلمية ليست عامة كما يفعل الرجل العادي أثناء تجوله في مكان ما، بل هي مقصودة تسير وفق الخطة المرسومة للبحث، وفي إطار المنهج المتبع، وهدفها ينحصر في مشاهدة الجوانب الخاضعة للدراسة.[[119]](#footnote-120)

الملاحظة غير المشاركة، ويطلق عليها أيضا الملاحظة البسيطة وفيها يقوم الباحث بمراقبة الجماعة عن كثب دون أن يشترك في أي نشاط تقوم به هذه الجماعة موضوع الملاحظة، فهي لا تتضمن أكثر من النظر والاستماع ومتابعة موقف اجتماعي معين دون مشاركة فعلية فيه، ويحاول الباحث الملاحظة قدر المستطاع ألا يظهر في الموقف.[[120]](#footnote-121)

 تعريف الملاحظة: تعتبر إحدى أدوات جمع البيانات، و تستخدم في البحوث الميدانية لجمع البيانات التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق الدراسة النظرية أو المكتبية ، كما تستخدم في البيانات التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق الدراسة النظرية أو المكتبية ، كما تستخدم في البيانات التي يمكن جمعها عن طريق الاستمارة أو المقابلة أو الوثائق و السجلات الإدارية أو الإحصاءات الرسمية أو التقارير أو التجريب ، و يمكن للباحث تبويب الملاحظة و تسجيل ما يلاحظه الباحث من المبحوث سواء كان كلاما أو سلوكا .[[121]](#footnote-122)

**محاور الملاحظة**: تخصص الملاحظة للمحاور المحددة لهم في موضوع البحث ، و تكون هذه المحاور في علاقة وثيقة بعنوان البحث و الإشكالية و الفرضيات و المؤشرات و الوحدات و العناصر و خطة البحث ،كما تكون المحاور مصنفة في عناوين تبعا لخطة أو فرضيات البحث .[[122]](#footnote-123)

**المقابلة**

تعرف المقابلة على أنها :"تفاعل لفظي يتم عن طريق موقف مواجهة يحاول فيه الشخص القائم بالمقابلة أن يستشير معلومات أو معتقدات شخص آخر أو أشخاص آخرين للحصول على البيانات الموضوعية" .[[123]](#footnote-124)

 كما تعد المقابلة إحدى أدوات جمع البيانات ، و تستخدم في البحوث الميدانية لجمع البيانات التي لا يمكن الحصول عليها من خلال الدراسة النظرية أو المكتبية، كما تستخدم في البيانات التي لا يمكن جمعها عن طريق الاستمارة أو الملاحظة أو الوثائق و السجلات الإدارية أو الإحصاءات الرسمية و التقارير أو التجريب .و تجري المقابلة في شكل حوار (حديث) مع المبحوث في موضوع البحث .و يشترط أن يقوم الباحث بتسجيل ملاحظات المبحوث و آرائه حول موضوع البحث .[[124]](#footnote-125)

**محاور المقابلة**

 تشمل المقابلة المحاور التي خصصت لهم المقابلة في موضوع البحث، و تكون هذه المحاور في علاقة وثيقة بعنوان البحث و الإشكالية و الفرضيات و المؤشرات و الوحدات و العناصر و خطة البحث، كما تكون المحاور مقسمة تحت عناوين تبعا لخطة أو فرضيات البحث .[[125]](#footnote-126)

**أنواع المقابلة**

**المقابلة المقننة:**  و فيها يضع الباحث أسئلة كل محور في المقابلة.[[126]](#footnote-127)

**المقابلة غير المقننة:**  و فيها لا يضع الباحث أسئلة المحاور ، إذ لا يقيد الحديث ، و لكن فقط يحدد محاور الحديث في الموضوع ،و يخضع اختيار المقابلة غير المقننة إلى طبيعة الموضوع ،فهناك الموضوع المحدد و غير المتشعب الذي يستطيع الباحث فهم جميع أبعاده، و بالتالي حصرها في أسئلة ، و عليه فهو بحاجة إلى المقابلة المقننة، و لكن هناك الموضوع الذي لا يستطيع الباحث حصر أبعاده ، و لذلك يترك الحديث مفتوحا و بالتالي فهو بحاجة إلى المقابلة غير المقننة.[[127]](#footnote-128)

طرق المقابلة

المقابلة غير المباشرة: و فيها يجري الباحث مقابلته مع المبحوث عن طريق الهاتف أو الاتصال عبر الشبكة الإعلامية العالمية ( الأنترنيت) أو عن طريق التلفزة

المقابلة المباشرة: عموما ما تكون المقابلة مع عدد قليل من الأفراد كما تتميز بإعطاء حرية الحديث للمبحوث ، و الوقت الكافي، و حرية الحديث ، ولا تعني أن يتكلم المبحوث كما يشاء و ما يشاء، و لكن يجب أن تكون المقابلة مضبوطة و محددة بدقة و خاصة بالمحاور المخصصة لهم في المقابلة، و على الباحث مراقبة و توجيه حديث المبحوث لمحاور المقابلة ،كما يجب عليه أيضا مراقبة و توجيه الوقت النافع الذي يخدم محاور المقابلة و هدف البحث .[[128]](#footnote-129)

**دليل المقابلة**

- السن.

- الدرجة.

- المهمة بالمسجد.

- مقدار الحفظ من القرآن الكريم.

- السكن: قريب أو بعيد من المسجد / ملكية أو وظيفي.

- طبيعة العمل المسجدي.

- الأهداف التي يحددونها لخطابهم.

- كيفية إعداد هذا الخطاب (طرق اختيار المواضيع + مصادر الخطاب)

- مستوى الخطاب المسجدي.

- أسباب ضعف الخطاب المسجدي.

- مدى تأثير الخطاب المسجدي.

- تقييم الخطاب المسجدي.

- كيفية النهوض بالخطاب المسجدي.

**الاستبيان**:

 تعرف الاستمارة بأنها :" نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف ، و يتم تنفيذ الاستمارة عن طريق المقابلة الشخصية أو ترسل بالبريد إلى المبحوثين " .[[129]](#footnote-130)

 كما تعرف بأنها " مجموعة أسئلة بعضها مفتوحة ، مثل ما هو مستواك العلمي،و بعضها مغلقة ، مثل هل تابعت أي نوع من التعليم، نعم \_ لا . و بعضها الآخر نصف مفتوحة مثل ما هو مستواك التعليمي: لاشي \_ ابتدائي\_ متوسط\_ ثانوي \_ جامعي\_ أخر.........." .[[130]](#footnote-131)

 تستخدم الاستمارة الاستمارة لجمع البيانات الميدانية التي تعسّر جمعها عن طريق أدوات جمع البيانات الأخرى .

 يجب أن تغطي أسئلة الاستمارة جميع محاور البحث، إذا كانت استخدمت كأداة بحث وحدها، و قد تخصص لبعض محاور البحث، و بعض المحاور الأخرى تدرج في أدوات بحث أخرى كالمقابلة ،الملاحظة و السجلات الإدارية.

 تتميز الاستمارة بأنها حيادية ، فإذا كانت أسئلتها مستقلة تسمى بالاستمارة ،و أما إذا أتت في المقابلة فتدعى : استمارة الاستبيان،و إذا جاءت في الملاحظة فتدعى ب: استمارة الاستيبار.

 أقسام الاستمارة:

 المحور الأول: و يضم البيانات العامة أو الشخصية و عموما تشمل ما يلي:

\_ عمر المبحوث

\_ جنسه: ذكر أو أنثى

\_ حالته العائلية: أعزب ، متزوج، مطلق، أرمل

\_ عدد أفراد الأسرة

\_ مهنته

\_ دخله الشهري

\_ مستواه التعليمي

\_ خلفيته الاجتماعية و انحداره الطبقي

\_ منطقته السكنية

للبيانات العامة أهمية كبيرة في توثيق مواصفات العينة.

المحور الثاني: و يضم جميع الأسئلة التي يجب أن تغطي جميع فصول و فرضيات البحث المراد تخصيص الاستمارة لها.

 كما يشترط أن تكون الأسئلة في علاقة و طيدة مع عنوان البحث و خطة البحث و الاشكالية و الفرضيات و المؤشرات و الوحدات و العناصر.

 يمكن أن تبوب هذه الاستمارة حسب عناوين خطة البحث، أو حسب فرضيات البحث.كما يمكن أن تعنون الاستمارة ، و لكن فقط تصاغ الأسئلة و ترقم ، و بعرف الانتقال من محور لآخر حسب محتوى الاستمارة، ثم تصبح هذه المحاور مفصلة عند تفريغ الاستمارة، حيث تفرغ و تعنون في جداول و أشكال ورسوم بيانية و صور و خرائط .[[131]](#footnote-132)

**.أنواع الاستمارة**:

تتعدد أنواع الاستمارة من بينها:

\_ الاستمارة بالمقابلة: و يقوم الباحث بمقابلة المبحوثين و بملء الاستمارة معهم.

\_ الاستمارة البريدية: يرسل الباحث الاستمارة عبر البريد للمبحوثين فيملأ المبحوث و يرجعها للباحث عبر البريد.

\_ الاستمارة عن طريق الهاتف: يقوم الباحث بملء الاستمارة عن طريق الهاتف، فيطرح له السؤال و يكتب الجواب.

الآن صار الباحثون يرسلون استماراتهم عن الأنترنيت.

 موضوع الاستمارة: على الباحث أن يحدد و يضبط استمارة بحثه، هل الاستمارة تشمل جميع محاور موضوع الدراسة، و حينئذ تكون المقابلة و الملاحظة و الوثائق و السجلات الإدارية عبارة عن أدوات بحث تكميلية للاستمارة، و ينحصر دورها في تفسير أو تحليل أو تعليل بيانات الاستمارة، أم هل تشمل الاستمارة بعض محاور موضوع الدراسة فقط،و بالتالي فان بقية المحاور تغطيها أدوات البحث الأخرى. من مقابلة و ملاحظة ووثائق و سجلات إدارية. كما يمكن التبويب حسب محاور البحث أو حسب فروض البحث.[[132]](#footnote-133)

 بعض الاحترازات في صياغة الاستبيان

\_ تجنب الأسئلة عن مواضيع حساسة ، لأنه قد لا يجيبك المبحوث بصراحة.

\_ الأسئلة عن المواضيع المعرضة للنسيان ، مما يؤدي بالمبحوث إلى الاجابة الخاطئة لنسيانه الموضوع.

\_ الأسئلة عن مواضيع قد تسوق المبحوث إلى الإجابات النسبية

\_ الأسئلة التي تتطلب الإجابات التي تمس مبادئ و مواقف أو تصرفات المبحوث.

\_ الأسئلة عن موضوع قد تنعدم فيه كفاءة المبحوث عن الاجابة عنه، مثل: بأي مرض توفي والدك؟

\_ الأسئلة التي تسوق إلى أجوبة مضللة ، كأن يجيب المبحوث عن سؤال بإجابة تتوافق مع ما يريده الباحث، لهدف مداراته ، أو مجاملته ، أو بإجابة تتوافق مع رأي مجموعة دون أن تعكس رأي المبحوث. .[[133]](#footnote-134)

ملاحظة : الأنموذج المرفق يحتوي على أسئلة مفتوحة و أخرى مغلقة و أخرى نصف مفتوحة. و يبيّن كيف نصوغ محاور الاستبيان ، و كيف نرقم الأسئلة.

الجمهوريـة الجزائريـة الديمقراطيـة الشعبيـة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الأمير عبـد القادر كليـة أصـول الدين

للعلوم الإسلامية قسنطينة قسم الدعوة والإعلام الاتصال

**استمارة بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه في الدعوة والإعلام بعنوان:**

إعداد الطالبة: إشراف الدكتور:

فهيمة بن عثمان عبد الله بوجلال

**ملاحظة:**

-نعلمك أخي الإمام أن هذه المعلومات تبقى سرية ولا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي

-ضع علامة (×) أمام الإجابة المناسبة.

\* السنة الجامعية:2012-2013م/1433- 1434هـ \*

**أولا: البيانات الشخصية**

**- السن:** ...........................................

**- الشهادة المحصل عليها**: .........................

**- الرتبة:**

إمام أستاذ 🖵 إمام مدرس 🖵 مرشدة 🖵 أستاذ التعليم القرآني 🖵

معلم قرآن 🖵 إمام معلم 🖵 متطوع 🖵 مؤذن 🖵 قيم 🖵

- عدد سنوات الخبرة: ...........................

- هل لديك مهنة أخرى؟

نعم 🖵 لا 🖵

-إذا كانت الإجابة بنعم حدد هذه المهنة: .................................................

- هل سكنك؟

وظيفي 🖵 خاص 🖵 مؤجر 🖵

-هل سكنك قريب من المسجد؟

قريب جدا 🖵 نوعا ما 🖵 بعيد 🖵

- ما هي مهمتك في المسجد:

- تقديم خطب الجمعة والأعياد 🖵

- تقـديم الدروس المسجـدية 🖵

- الصلوات الخمس 🖵

- تعليم القرآن الكريم 🖵

- الآذان 🖵

- قيـم 🖵

أخرى تذكر: ............................................................................

- هل يعمل معك في المسجد؟:

- إمام أستاذ 🖵

- إمام مدرس 🖵

- أستاذ التعليم القرآني 🖵

- مرشدة 🖵

- معلم قرآن 🖵

- إمام معلم 🖵

- مؤذن 🖵

- قيم 🖵

- ما مقدار حفظك من القرآن الكريم؟:

- كله 🖵

- نصفه 🖵

- ثلثه 🖵

- ربعه 🖵

**ثانيا: دوافع القائمين بالخطاب المسجدي.**

1-لماذا اخترت الإمامة؟

- لأن لدي رسالة أريد تبليغها 🖵

- وجدت نفسي في الميدان 🖵

- لم أجد عملا آخر 🖵

- للقيام بواجب الدعوة 🖵

- لأن العمل بالمسجد مريح 🖵

- لأن لدي شهادة تؤهلني لذلك 🖵

- لأن لدي أسلوب خطابة 🖵

- لأني قادر على الإقناع 🖵

- لأنه لدي ثقافة إسلامية واسعة 🖵

- لدي الوازع الديني 🖵

- لأني أحفظ القرآن الكريم 🖵

- لأنه لدي دراية بأحوال الناس 🖵

أخرى تذكر: ............................................................................

2- هل ترى أن الخطاب المسجدي؟

- وسيلة هامة لإبلاغ الدعوة 🖵

- مهمة شاقة 🖵

- صعب لأنك تخاطب فئات مختلفة 🖵

- عمل روتيني 🖵

- وسيلة للاحتكاك بالناس 🖵

- من خلاله يتثقف الجمهور بالثقافة الإسلامية 🖵

- يأخذ الجمهور من خلاله شحنة إيمانية 🖵

- وسيلة لإصلاح المجتمع 🖵

- يزيد الإيمان لدى المصلين 🖵

- ينشر الوعي السياسي 🖵

- يدعو للتخلق بالأخلاق الحسنة 🖵

- يدعو للالتزام بالأحكام الشرعية 🖵

- تغير سلوك المصلين للأحسن 🖵

- يدعو للوحدة والتضامن والتآلف 🖵

أخرى تذكر: ............................................................................

**ثالثا: نظرة القائمين بالإمامة للخطاب المسجدي.**

3-هل ترى أنه لديك الموهبة الكافية لإعداد الخطب؟.

إلى حد كبير 🖵 نوعا ما 🖵 إلى حد قليل 🖵

4- هل ترى أن إعداد الخطبة أمر؟

- سهل جدا 🖵

- سهل 🖵

- أمر تعودت عليه 🖵

- كان صعبا في البداية فقط 🖵

- عمل روتيني 🖵

أخرى تذكر: ............................................................................

5- هل ترى أن الخطاب المقدم في المساجد؟.

- مشوق 🖵

- مسل 🖵

- مؤثر 🖵

- مكرر 🖵

- يقدم زادا روحيا 🖵

أخرى تذكر: ............................................................................

6- هل ترى أن الخطاب المقدم في المساجد؟.

- معتدل 🖵

- بعضه متطرف 🖵

- بعضه متشدد 🖵

- فيه غلو 🖵

أخرى تذكر: ............................................................................

**رابعا: أهداف الخطاب المسجدي.**

7- هل تسطر أهدافا تسعى لتحقيقها من خلال الخطب والدروس؟.

دائـما 🖵 أحيـانا 🖵 لا 🖵

-إذا كانت الإجابة بدائما أو أحيانا، هل هذه الأهداف؟

- أسبوعية 🖵

- شهرية 🖵

- سنوية 🖵

- هي مشروع دعوي كبير 🖵

8- هل تساعدكم مديرية الشؤون الدينية في تسطير هذه الأهداف؟.

دائـما 🖵 أحيـانا 🖵 نادرا 🖵 إطلاقا 🖵

**خامسا: المرجعية الفقهية والعقدية للخطاب المسجدي.**

9- أثناء قراءتك، هل تعتمد قراءة؟.

ورش 🖵 حفص 🖵

10- في الجانب الفقهي المتعلق بالمسائل والفتاوى، هل تعتمد على مذهب؟

- أحمد بن حنبل 🖵

- مالك بن أنس 🖵

- الشافعي 🖵

- أبو حنيفة النعمان 🖵

11- في جانب العقيدة، هل تأخذون برأي؟

- أهل السنة والجماعة (الأشاعرة) 🖵

- المعتزلة 🖵

- المتصوفة 🖵

**سادسا: مدى تأثير الخطاب المسجدي.**

12- هل ترى أن خطابك؟.

مؤثر جدا 🖵 مؤثر 🖵 لا يؤثر 🖵 لا أعرف 🖵

13- هل ترى أن الجماهير المسجدية تتفاعل مع خطابك؟.

كثيرا جدا 🖵 كثيرا 🖵 أحيانا 🖵 قليلا 🖵 لا تتفاعل 🖵

**سابعا: مستوى الخطاب المسجدي.**

14- هل أنت راض عن مستوى الخطاب المقدم في المساجد؟.

راض جدا 🖵 راض 🖵 غير راض 🖵

15- هل ترى أن مستوى الخطاب المسجدي؟.

جيـد 🖵 متوسط 🖵 ضعيف 🖵

- إذا كانت الإجابة بضعيف أو متوسط، هل تعود أسباب ذلك إلى؟.

- كثرة الأعباء 🖵

- التكوين المستمر غير فعال 🖵

- رداءة التكوين أثناء فترة الدراسة 🖵

- عدم اهتمام الأئمة بتحسين مستوى خطابهم 🖵

- عدم التخطيط من طرف الأئمة 🖵

- عدم وجود محطات للمراجعة والتقويم 🖵

- لأن العمل بالمسجد روتيني 🖵

- انعدام الهم الرسالي لدى الأئمة 🖵

- انعدام الثقة والمحبة بين الإمام والجمهور 🖵

أخرى تذكر: ............................................................................

16- هل ترى أن الجمهور المسجدي يأتي إلى الخطب والدروس وهو يشعر؟.

- بالملل 🖵

- بالروتين 🖵

- يشعر بالحماس 🖵

- بالإيمان 🖵

- يأتي لأنهى ملزم بالحضور فقط 🖵

- يشعر بالنعاس أثناء الخطب 🖵

- يتمنى إنهاء الخطب 🖵

- تكرار لنفس المواضيع 🖵

- غير مهتم بما يقدم 🖵

- إقبال شديد 🖵

- إعجاب 🖵

أخرى تذكر: ............................................................................

**ثامنا: أسلوب إعداد الخطب المسجدية.**

17- هل تعد خطبا؟.

طويلة 🖵 متوسطة 🖵 قصيرة 🖵

18- هل تعتمد في خطابك أسلوب؟.

- النقد 🖵

- التوبيخ 🖵

- التقريع 🖵

- الذم 🖵

- المناقشة الهادئة 🖵

- بث الحماس 🖵

- التنبيه للأخطاء 🖵

- النصح والإرشاد 🖵

- الإقناع 🖵

19- هل تقدم خطبك؟.

- من الذاكرة 🖵

- تقرؤها من الورقة 🖵

- عفويا 🖵

أخرى تذكر: ............................................................................

**تاسعا: التقويم المستمر للخطاب المسجدي.**

20- هل تجلس مع نفسك وتقيم ما حققت من خلال خطبك؟.

دائما 🖵 أحيانا 🖵 إطلاقا 🖵

21- هل تتابع آثار خطابك لدى الجمهور؟.

دائـما 🖵 أحيـانا 🖵 نادرا 🖵 إطلاقا 🖵

22- هل تقوم مديرية الشؤون الدينية بندوات موضوعها نق وتقييم الخطاب المسجدي؟.

دائـما 🖵 أحيـانا 🖵 نادرا 🖵

23- حين يحقق خطابك ثمرة عند الجمهور، هل تسعى للحفاظ عليها؟.

دائـما 🖵 أحيـانا 🖵 نادرا 🖵

-إذا كانت الإجابة بدائما أو أحيانا، كيف تحقق ذلك؟.

........................................................................................

24- منذ بداية عملك بالمسجد إلى اليوم، هل تشعر أنك حققت أشياء كثيرة لدى الجمهور؟.

إلى حد كبير 🖵 إلى حد ما 🖵 إلى حد ضعيف 🖵

**تاسعا: الأخطاء الواقعة في الخطاب المسجدي.**

25- هل ترى أنه توجد أخطاء في الخطاب المسجدي؟.

نعم 🖵 لا 🖵

-إذا كانت إجابتك بنعم، هل تتمثل هذه الأخطاء في:

 - إثارة الفتن 🖵

- التشدد 🖵

- انتقاد المجتمع دون تقديم حلول 🖵

- خطب روتينية 🖵

- خطب مملة 🖵

- خطاب يدفع الجمهور للإعراض عنه 🖵

- خطاب منوم 🖵

- الصراخ على المنابر 🖵

- عدم التركيز على الدعوة 🖵

- غياب التخطيط 🖵

- خطاب طويل 🖵

- خطاب مكرر 🖵

- تعدد المواضيع في الخطبة الواحدة 🖵

- خطاب عشوائي 🖵

- أفكار جامدة 🖵

- نشر اليأس 🖵

- خطاب متعصب 🖵

أخرى تذكر: ............................................................................

**عاشرا: واقع الإمام في المجتمع.**

26- ما هي المناسبات التي ترى أن الإمام حاضر فيها؟.

- المرض 🖵

- الطلاق 🖵

- الموت 🖵

- الصلح 🖵

- الزواج 🖵

أخرى تذكر: ............................................................................

27- هل ترى أنك قادر على احتواء جمهورك شبابا وأطفالا وكهولا ... الخ؟.

كثيرا جدا 🖵 كثيرا 🖵 قليلا 🖵 لا 🖵

28- هل ترى أن الإمام؟.

- حاضر بقوة في المجتمع 🖵

- عنصر فعال 🖵

- عنصر مؤثر 🖵

- مهمش 🖵

- صورته في الإعلام سيئة 🖵

- لا يؤدي أي دور في المجتمع 🖵

- ينظر له على أنه فقير 🖵

- يجد في الرقية تخفيفا لأعبائه المادية 🖵

- لا قيمة له 🖵

- أخذ مكانة مرموقة 🖵

- يؤثر في المجتمع كثيرا 🖵

أخرى تذكر: ............................................................................

29- ما هي الأشياء التي ترى أنها تنقص الإمام ليؤدي واجبه على أكمل وجه؟.

- راتب محترم يكفي متطلباته 🖵

- التكوين الدائم والفعال 🖵

- مكتبة قيمة داخل المسجد 🖵

- بعثات للحج والعمرة 🖵

- بعثات للخارج ليحتك فيها بالقائمين بالأمر الدعوي 🖵

- تكوين ممنهج ومستمر يجدد فيه الإمام طاقته 🖵

أخرى تذكر: ............................................................................

30- ما هي الإجراءات التي تتخذها لتحسين مستواك وأسلوب أدائك؟.

- المطالعة المستمرة 🖵

- الإقبال على متابعة نشاط الدعاة 🖵

- الاستفادة من التكوين المستمر الذي تقدمه مديرية الشؤون الدينية 🖵

- الإقبال على الانترنت 🖵

- قراءة القرآن الكريم 🖵

31- لو أتيحت لك فرصة الحصول على وظيفة أخرى، هل تترك الإمامة؟.

نعم 🖵 ربمـا 🖵 لا 🖵

-إذا كانت الإجابة بنعم، حدد السبب؟.

- لأنها مهمة شاقة 🖵

- لأن راتبها ضعيف 🖵

- لأنها لم تصل بك إلى نتيجة 🖵

- لأن الإمام مهمش في المجتمع 🖵

أخرى تذكر: ............................................................................

**حادي عشر: سبل النهوض بالخطاب المسجدي.**

32- هل ترى من الضروري إعادة النظر في أسلوب التكوين بالمعاهد الوطنية لتكوين الإطارات الدينية؟.

نعم 🖵 لا 🖵

إذا كانت الإجابة بنعم، هل يعاد النظر في؟:

- عدد سنوات الدراسة 🖵

- المستوى العلمي الذي يلتحق به الطلبة 🖵

- البرامج 🖵

- الاختصاصات 🖵

أخرى تذكر: ............................................................................

33- هل ترى أنه يجب إعادة النظر في طريقة التكوين المستمر الذي تقوم به مديرية الشؤون الدينية؟.

نعم 🖵 لا 🖵

إذا كانت الإجابة بنعم، هل يعاد النظر في؟:

- المؤطرين 🖵

- المحتويات 🖵

- الأسلوب 🖵

- التوقيت 🖵

أخرى تذكر: ............................................................................

34- إذا كان التكوين المستمر لا يساهم في تحسين مستواك، هل ترى أن السبب في؟:

- القائمين عليه 🖵

- محتوياته 🖵

- لأنه روتيني 🖵

35- هل ترى أن تزويد المسجد بمكتبة غنية أمر؟.

ضروري جدا 🖵 ضروري 🖵 غير ضروري 🖵

36- هل ترى أن ظروفك المادية لا تساعدك على تحسين مستواك؟.

نعم 🖵 لا 🖵

37- هل ترى أنه من الضروري تزويد المسجد بجهاز الإعلام الآلي والانترنت لأداء عملك وتحسين مستواك؟.

نعم 🖵 لا 🖵

38- هل ترى من الضروري أن تقوم مديرية الشؤون الدينية بعملية تقييم مستمرة للخطاب المسجدي؟.

ضروري جدا 🖵 ضروري 🖵 غير ضروري 🖵

39- هل ترى من الضروري أن تؤسس وزارة الشؤون الدينية مؤسسة مهمتها مراقبة وإنتاج وتقويم الخطاب المسجدي.؟

ضروري جدا 🖵 ضروري 🖵 غير ضروري 🖵

40- هل ترى من الضروري عقد ملتقيات وطنية ودولية عبر الولايات تدرس واقع وسبل تحسين الخطاب المسجدي؟.

ضروري جدا 🖵 ضروري 🖵 غير ضروري 🖵

41- هل ترى من الضروري فتح مجال الإمامة أمام خريجي الجامعات الإسلامية لأن تكوينهم العلمي أفضل؟.

ضروري جدا 🖵 ضروري 🖵 غير ضروري 🖵

42- هل ترى من الضروري فتح تخصص بالجامعات الإسلامية يوجه خريجيه مباشرة للعمل بالمسجد؟.

ضروري جدا 🖵 ضروري 🖵 غير ضروري 🖵

43- ماذا تقترح لتحسين مستوى الخطاب المسجدي؟.

.........................................................................................

.........................................................................................

.........................................................................................

.........................................................................................

.........................................................................................

.........................................................................................

.........................................................................................

.........................................................................................

1. - رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، قسنطينة، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3،2008، ص175 [↑](#footnote-ref-2)
2. - حاجي خليفة: كشف الظنون عن أسامي الكتب و الفنون ،مطبعة المثنى ، بغداد ، دت، دط، ص44 [↑](#footnote-ref-3)
3. - السيد احمد مصطفى عمر،البحث الإعلامي مفهومه، إجراءاته،و مناهجه.بيروت، مكتبة الشارقة،ط3، 2008، ص170 [↑](#footnote-ref-4)
4. - فريدريك معتوق، معجم العلوم الاجتماعية، انجليزي \_فرنسي\_ عربي، أكاديميا،بيروت ، لبنان، 1988،ص231 [↑](#footnote-ref-5)
5. - ابن منظور:أبو الفضل جمال الدين بن مكرم: لسان العرب ، الجزء الأول، المطبعة الأميرية ، القاهرة ، 1300ه، ص 218 [↑](#footnote-ref-6)
6. - حاجي خليفة: كشف الظنون عن أسامي الكتب و الفنون ،مطبعة المثنى ، بغداد ، دت، دط، ص44 [↑](#footnote-ref-7)
7. - آثر كول في احمد شلبي: كيف تكتب بحثا أو رسالة،القاهرة ، النهضة المصرية ، ط16، 1990،ص13 [↑](#footnote-ref-8)
8. - السيد يس و غيره:أسس البحث الاجتماعي، القاهرة ، دار الفكر العربي، دط، 1962، ص9\_10 [↑](#footnote-ref-9)
9. - أحمد بدر:أصول البحث العلمي و مناهجه، الكويت، وكالة المطبوعات ،ط3،1977،ص19\_22 [↑](#footnote-ref-10)
10. - السيد أحمد مصطفى ،ص27\_28 [↑](#footnote-ref-11)
11. - جمال محمد أبو شنب: نظريات الاتصال و الإعلام ،ص11 [↑](#footnote-ref-12)
12. - احمد أبو زيد: مقدمة ، مجلة عالم الفكر ، الكويت، وزارة الإعلام، المجلد الحادي عشر، العدد الثاني ، يوليو، أغسطس،سبتمبر، 1980، ص25 [↑](#footnote-ref-13)
13. - طه احمد الزيدي: معجم مصطلحات الدعوة و الإعلام الإسلامي، بيروت ،دار النفائس، ط1،2010، ص12\_13 [↑](#footnote-ref-14)
14. - الفيروز بادي، مجد الدين أبو طاهر محمد بن يعقوب بن محمد، القاموس المحيط، بيروت، مؤسسة الرسالة، ط8، 2005، باب الواو، فصل الدال،مادة دعو،ص 1655 [↑](#footnote-ref-15)
15. - الطبري أبو جعفر محمد بن جرير جامع البيان في تأويل أي القرآن بيروت دار هجر ط1، 2001ج13 ص378 [↑](#footnote-ref-16)
16. - محمد أبو الفتوح البيانوني ،المدخل إلى علم الدعوة ،بيروت، مؤسسة الرسالة ،،دط،،1995 ،ص17 [↑](#footnote-ref-17)
17. - الطيب برغوث، منهج النبي في المحافظة في حماية الدعوة و المحافظة على المنجزات خلال الفترة المكية هرندن المعهد العالمي للفكر الإسلامي، ط1، 1996، ص67 [↑](#footnote-ref-18)
18. - محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني، القاهرة، دار الفجر، ط4، 2004 ص: 112. [↑](#footnote-ref-19)
19. - علي محفوظ، هداية المرشدين إلى طريق الوعظ و الخطابة،القاهرة، دار الاعتصام، ط9 ،1979، ص 18 [↑](#footnote-ref-20)
20. - مدخل إلى الاتصال الدعوي، مقال عبد الله عدوي بوابة المحفل العلمي الدولي 15 19 حزيران 2021 [↑](#footnote-ref-21)
21. - الشيخ صقر عطية، الإعلام و دوره في نشر الدعوة الإسلامية ، مجلة منبر الإسلام، 1982، العدد10\_ 12، ص2 [↑](#footnote-ref-22)
22. - محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، القاهرة ،دار الفجر، ط1،2004، ص 17 [↑](#footnote-ref-23)
23. - كريمة أحسن شعبان: الاتصال الخطابي و فن الإقناع، الأردن، دار أسامة للنشر، ط1، 2015، ص75. [↑](#footnote-ref-24)
24. - جمال أبو شنب، مرجع نفسه، ص 14. [↑](#footnote-ref-25)
25. - أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، القاهرة، دار الكتاب المصري، د ط،1985،ص44 [↑](#footnote-ref-26)
26. - جمال ابو شنب، مرجع نفسه، ص 15. [↑](#footnote-ref-27)
27. - مرجع نفسه، ص 15. [↑](#footnote-ref-28)
28. - السيد احمد مصطفى عمر ، ص367 [↑](#footnote-ref-29)
29. - المرجع نفسه ، ص367 [↑](#footnote-ref-30)
30. - المرجع نفسه، ص368 [↑](#footnote-ref-31)
31. - المرجع نفسه ، ص368 [↑](#footnote-ref-32)
32. - جمال ابو شنب، مرجع نفسه، ص 16 [↑](#footnote-ref-33)
33. - يوسف بن عبد الله بن محمد الشحي، مهارات الاتصال التربوي الإسلامي في الأسرة و المدرسة، الأردن، عالم الكتب، ط1، 2011، ص40 [↑](#footnote-ref-34)
34. - رائد حسن عباس الملة، مهارات الاتصال من خلال لغة الخطاب ، العدد3، مجلة الباحث الإعلامي، المستنصرية، 2008،ص107 [↑](#footnote-ref-35)
35. - السيد أحمد مصطفى عمر، 364 [↑](#footnote-ref-36)
36. - المرجع نفسه، 364 [↑](#footnote-ref-37)
37. - المرجع نفسه، 365 [↑](#footnote-ref-38)
38. - عاطف عدلي العبد، مدخل إلى الاتصال و الرأي العام، الأسس النظرية العلمية، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ط3، 1999، ص 246 [↑](#footnote-ref-39)
39. - جمال محمد أبو شنب، مرجع سابق، ص16 [↑](#footnote-ref-40)
40. - السيد احمد مصطفى عمر، ص366 [↑](#footnote-ref-41)
41. - المرجع نفسه، ص367 [↑](#footnote-ref-42)
42. - محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، القاهرة، دار الفجر، ط1،2004،ص221 [↑](#footnote-ref-43)
43. - المرجع نفسه، ص221 [↑](#footnote-ref-44)
44. - المرجع نفسه،ص222 [↑](#footnote-ref-45)
45. - محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، القاهرة، دار الفجر، ط1،2004،ص226 [↑](#footnote-ref-46)
46. - عاطف عدلي العبد، مدخل إلى الاتصال و الرأي العام، الأسس النظرية العلمية، القاهرة، دار الفكر العربي، ط3، 1999، ص246 [↑](#footnote-ref-47)
47. - السيد أحمد مصطفى عمر، 366 [↑](#footnote-ref-48)
48. - المرجع نفسه، 366 [↑](#footnote-ref-49)
49. - حسن عماد مكاوي، ليلى السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، دط،2009، ص8 [↑](#footnote-ref-50)
50. - السيد أحمد مصطفى عمر: البحث الإعلامي : مفهومه ..إجراءاته..و مناهجه. مكتبة الفلاح بيروت، ط3، 2008، ص187 [↑](#footnote-ref-51)
51. - المرجع نفسه، ص187 [↑](#footnote-ref-52)
52. - المرجع نفسه، ص187 [↑](#footnote-ref-53)
53. - المرجع نفسه، ص187 [↑](#footnote-ref-54)
54. - المرجع نفسه، ص187 [↑](#footnote-ref-55)
55. - المرجع نفسه، ص187 [↑](#footnote-ref-56)
56. - المرجع نفسه، ص187 [↑](#footnote-ref-57)
57. - رشيد زرواتي،ص176 [↑](#footnote-ref-58)
58. - السيد أحمد مصطفى عمر: البحث الإعلامي : مفهومه ..إجراءاته..و مناهجه. مكتبة الفلاح بيروت، ط3، 2008، ص187 [↑](#footnote-ref-59)
59. - المرجع نفسه، ص179 [↑](#footnote-ref-60)
60. - احمد محمود صبحي ، في فلسفة التاريخ،الإسكندرية،دط، دت،ص53 [↑](#footnote-ref-61)
61. - احمد بن مرسلي، ص48 [↑](#footnote-ref-62)
62. - احمد بن مرسلي ص 49 [↑](#footnote-ref-63)
63. - احمد بن مرسلي ص 50 [↑](#footnote-ref-64)
64. - محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الإعلام و الاتصال، الأردن، دار أسامة، ط1، 2017 ،ص 37 [↑](#footnote-ref-65)
65. - السيد أحمد مصطفى عمر: البحث الإعلامي : مفهومه ..إجراءاته..و مناهجه. مكتبة الفلاح بيروت، ط3، 2008، ص179 [↑](#footnote-ref-66)
66. - المرجع نفسه ، ص179. [↑](#footnote-ref-67)
67. - الفيروز آبادي : القاموس المحيط،ج1م س ب ص349 [↑](#footnote-ref-68)
68. - أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ، الساحة المركزية ، بن عكنون ،الجزائر،ديوان المطبوعات الجامعية،ط2، 2005،ص286 [↑](#footnote-ref-69)
69. - المرجع نفسه، ص286 [↑](#footnote-ref-70)
70. - ذوقان عبيدات ، عبد الرحمن كايد ،ص17 [↑](#footnote-ref-71)
71. - محمد زيان عمر ،ص117 [↑](#footnote-ref-72)
72. - أحمد بن مرسلي،ص286\_287 [↑](#footnote-ref-73)
73. - أحمد بن مرسلي،ص288 [↑](#footnote-ref-74)
74. - محمد زيان عمر،ص122 [↑](#footnote-ref-75)
75. - رابح تركي ،ص50 [↑](#footnote-ref-76)
76. - أحمد بن مرسلي،ص291 [↑](#footnote-ref-77)
77. - المرجع نفسه،ص288 [↑](#footnote-ref-78)
78. - المرجع نفسه،ص288 [↑](#footnote-ref-79)
79. - محمد الفاتح حمدي،ص48 [↑](#footnote-ref-80)
80. - محمد الفاتح حمدي،ص50 [↑](#footnote-ref-81)
81. - محمد الفاتح حمدي،ص50\_51 [↑](#footnote-ref-82)
82. - احمد بن مرسلي،ص310 [↑](#footnote-ref-83)
83. - السيد احمد مصطفى عمر،ص275 [↑](#footnote-ref-84)
84. - المرجع نفسه السيد أحمد مصطفى عمر: البحث الإعلامي : مفهومه ..إجراءاته..و مناهجه. مكتبة الفلاح بيروت، ط3، 2008،

، 179\_180 [↑](#footnote-ref-85)
85. - السيد أحمد مصطفى عمر،ص275 [↑](#footnote-ref-86)
86. - أحمد بن مرسلي ،ص 313 [↑](#footnote-ref-87)
87. - المرجع نفسه،ص312 [↑](#footnote-ref-88)
88. - احمد بن مرسلي، ص 313 [↑](#footnote-ref-89)
89. - احمد بن مرسلي، ص 313 [↑](#footnote-ref-90)
90. - السيد احمد مصطفى عمر،ص276 [↑](#footnote-ref-91)
91. - الم السيد أحمد مصطفى عمر: البحث الإعلامي : مفهومه ..إجراءاته..و مناهجه. مكتبة الفلاح بيروت، ط3، 2008،

، 179\_180 [↑](#footnote-ref-92)
92. - المرجع نفسه ، ص179. [↑](#footnote-ref-93)
93. - السيد أحمد مصطفى عمر: البحث الإعلامي : مفهومه ..إجراءاته..و مناهجه. مكتبة الفلاح بيروت، ط3، ص 249 [↑](#footnote-ref-94)
94. - السيد أحمد مصطفى عمر، ص187 [↑](#footnote-ref-95)
95. - السيد أحمد مصطفى عمر: البحث الإعلامي : مفهومه ..إجراءاته..و مناهجه. مكتبة الفلاح بيروت، ط3، 2008، ص250 [↑](#footnote-ref-96)
96. - السيد أحمد مصطفى عمر: البحث الإعلامي : مفهومه ..إجراءاته..و مناهجه. مكتبة الفلاح بيروت، ط3، 2008، ص251 [↑](#footnote-ref-97)
97. - السيد أحمد مصطفى عمر،ص252 [↑](#footnote-ref-98)
98. - المرجع نفسه ، 179\_180 [↑](#footnote-ref-99)
99. - المرجع نفسه ، ص179. [↑](#footnote-ref-100)
100. - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية،القاهرة ، عالم الكتب، ط2، 2004،ص70 [↑](#footnote-ref-101)
101. - حمدي ابو الفتوح عطية، منهجية البحث العلمي في التربية و علم النفس، مصر، دار النشر للجامعات ، ط1، 2012،ص72 [↑](#footnote-ref-102)
102. - حمدي أبو الفتوح عطية، منهجية البحث العلمي في التربية و علم النفس، مصر، دار النشر للجامعات ، ط1، 2012،ص72 [↑](#footnote-ref-103)
103. - المرجع نفسه، ص79 [↑](#footnote-ref-104)
104. - محمد عبد الحميد،ص 72 [↑](#footnote-ref-105)
105. - المرجع نفسه ، ص73 [↑](#footnote-ref-106)
106. - حمدي أبو الفتوح عطيفة،ص80 [↑](#footnote-ref-107)
107. - محمد عبد الحميد ،ص89\_90 [↑](#footnote-ref-108)
108. - محمد عبد الحميد ،ص89\_90 [↑](#footnote-ref-109)
109. - جامعة لويزيانا، المدخل إلى بحوث الاتصال، ترجمة و نشر المركز العربي لبحوث المستمعين و المشاهدين، بغداد ، 1988، ص104 [↑](#footnote-ref-110)
110. - أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية،بن عكنون ، الجزائر، ط2، 2005، ص: 204. [↑](#footnote-ref-111)
111. - السيد أحمد مصطفى عمر، ص59 [↑](#footnote-ref-112)
112. - فايز قنديل و اخرون :محاضرات في البحث الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية، قسم التخطيط الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية ، قسم التخطيط الاجتماعي، جامعة حلوان، 1985، ص193 [↑](#footnote-ref-113)
113. - السيد احمد السيد عمر، ص60 [↑](#footnote-ref-114)
114. - السيد احمد السيد عمر، ص60 [↑](#footnote-ref-115)
115. - رشيد زرواتي، ص218 [↑](#footnote-ref-116)
116. - المرجع نفسه، ص203. [↑](#footnote-ref-117)
117. - عمار بوحوش، محمد الذنيبات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر، ط4، 1999، ص: 82. [↑](#footnote-ref-118)
118. - محمود زيدان: الاستقراء والمنهج العلمي، مؤسسة شباب الجامعة، القاهرة، ط4، 1980، ص: 46. [↑](#footnote-ref-119)
119. - أحمد بن مرسلي: مرجع سابق، ص: 203. [↑](#footnote-ref-120)
120. - محمود زيدان، ص: 46. [↑](#footnote-ref-121)
121. - رشيد زرواتي، ص218 [↑](#footnote-ref-122)
122. - رشيد زرواتي، ص218 [↑](#footnote-ref-123)
123. - طلعت ابراهيم لطفي: أساليب و أدوات البحث الاجتماعي، القاهرة ، دار غريب للطباعة ، دط، 1995، ص85\_ 86 رشيد زرواتي:تدريب على منهجية البحث في العلوم الاجتماع [↑](#footnote-ref-124)
124. - رشيد زرواتي:تدريب على منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، قسنطينة ، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1،2008، ص212 [↑](#footnote-ref-125)
125. - المرجع نفسه، ص212 [↑](#footnote-ref-126)
126. - المرجع نفسه، ص212 [↑](#footnote-ref-127)
127. - المرجع نفسه، ص213 [↑](#footnote-ref-128)
128. - المرجع نفسه، ص214 [↑](#footnote-ref-129)
129. - محمد علي محمد: علم الاجتماع و المنهج العلمي، القاهرة ، دار المعرفة الجامعية ، ط1، 1980، 339 [↑](#footnote-ref-130)
130. - رشيد زرواتي ،ص182 [↑](#footnote-ref-131)
131. - المرجع نفسه، ص185 [↑](#footnote-ref-132)
132. - المرجع نفسه، ص188 [↑](#footnote-ref-133)
133. - المرجع نفسه، ص188 [↑](#footnote-ref-134)