

أسس تحليل وتفسير البيانات في الدراسات الإعلامية

Basics of Data Analysis and Interpretation in Media Studies

Dr. REGHOUACH Zahra

Dr. ARAMA Karima

⁻² د. عرامة كريمة

⁻¹ د. زهرة رغواش *

⁻¹ جامعة باجي مختار عنابة zahra.reghouach@univ-annaba.org

مخبر دراسات وأبحاث في الاتصال

⁻² أستاذ محاضر، جامعة باجي مختار عنابة karima.arama@univ-annaba.dz

مخبر دراسات وأبحاث في الاتصال

تاريخ النشر: 2025/12/15

تاريخ القبول: 2025/10/02

تاريخ الاستلام: 2024/09/30

ملخص:

مما لا شك فيه أن البيانات والمعلومات هي المادة الأساسية لأي عمل علمي، كونها تُساعد الباحثين في تحديد أبعاد المشكلة وأسبابها وطرق معالجتها بدقة، وتفسير البيانات من أجل الوصول إلى نتائج تساعد في بناء المعرفة الإنسانية وتطويرها عن طريق تأهيل الباحث لمراحل مهمة في البحث العلمي وبدونها لا يمكن دراسة وتحليل المشكلات العلمية والوصول إلى النتائج، وعمل الباحث على تفسير وتحليل البيانات يعد محاولة لفهم ما وراء الظواهر، فهو خطوة خلاقة تبرز تظافر قدرات الباحث الذهنية وخبراته المعرفية ومدى قدرته على التفكير السليم والدقيق .

وفيما تنسم أغلب البحوث الإعلامية بالإغراق في الإمبريقية والتفسير الكمي للنتائج دون الرجوع إلى إسناد المعلومات إلى الأطر النظرية، حيث غالبا ما يكتفي الباحث بالعرض الكمي لنتائج البحث دون التعمق في تحليلها وتفسيرها، وجب الأخذ بعين الاعتبار عدم الوقوف عند حدود التقسيم والتصنيف الآلي للبيانات في غياب النظرة الناقدة والفاحصة للأرقام والإحصاءات والنتائج الكمية.

وبما أن الظاهرة الإعلامية تعتبر جزءا لا يتجزأ من الظواهر الاجتماعية، التي بدورها تتأثر بكل ما يتعلق بالنظم الاجتماعية ومتغيراتها؛ فتتسم بذلك هذه الظاهرة بالديناميكية والتغير المستمر من جهة، وبالتأثر

* المؤلف المرسل: د. رغواش زهرة، الإيميل: reghouachez2008@gmail.com

المتبادل بينها وبين باقي الظواهر الاجتماعية الأخرى، ولهذا ينبغي أخذ كل هذه الجوانب بعين الاعتبار أثناء تحليل و تفسير البيانات.

وفي هذه الورقة البحثية سنحاول التعرض إلى جانب مهم من البحث العلمي من خلال شرح بعض مستويات وطرق التحليل وكذا كيفية بناء تحليل وتفسير النتائج في البحوث الإعلامية.

الكلمات المفتاحية:

تحليل، تفسير، بيانات، الدراسات الإعلامية، أطر نظرية.

Abstract:

It is undeniable that data and information are the fundamental elements of any scientific work, as they assist researchers in precisely defining the dimensions of the problem, its causes, and methods of treatment. Interpreting data to reach conclusions helps build and develop human knowledge by qualifying the researcher for important stages in scientific research, without which it is impossible to study and analyse scientific problems and reach conclusions. The researchers work in interpreting and analyzing data is an attempt to understand the phenomena, a creative step that highlights the synergy of the researchers mental abilities, cognitive experiences, and ability to think soundly and accurately. Most media research is characterized by an overemphasis on empiricism and quantitative interpretation of results without referring to supporting information from theoretical frameworks. The researcher often settles for a quantitative presentation of research results without delving into their analysis and interpretation. It is necessary to take into account not stopping at the limits of automatic data division and classification in the absence of a critical and thorough view of numbers, statistics, and

quantitative results. In this research paper, we will try to address an important aspect of scientific research by explaining some levels and methods of analysis, as well as how to build an analysis and interpretation of results in media research.

Keywords: Analysis, Interpretation, Data, Media Studies, Theoretical Frameworks

مقدمة:

تُعد البيانات والمعلومات بمثابة نقطة انطلاق حيوية في البحوث والجهود العلمية الحديثة في المجالات المختلفة، فهي المادة الأساسية لأي بحث علمي كما تُساعد الباحثين في تحديد أبعاد المشكلة وأسبابها وطرق معالجتها بدقة وبدونها لا يمكن دراسة وتحليل المشكلات

العلمية والوصول إلى النتائج، وبذلك فإنها تزيد من القدرة العلمية وتعمل على تأهيل الباحث للمراحل المهمة في البحث العلمي وفي مقدّمتها تحليل وتفسير البيانات من أجل الوصول إلى نتائج تساعد في بناء المعرفة الإنسانية وتطورها.

في هذا الصدد عرّف (تيماشيف) التفسير على أنه محاولة لتركيب النظرية، واعتبره قفزة خلّاقة فيما وراء الظواهر والشواهد، وبالتالي كان التفسير هو المجهود العلمي الخلاق. فيما يعتبر العديد من الباحثين بأن تفسير النتائج هو من أرقى خطوات البحث الاجتماعي، ففيه تتظافر قدرات الباحث الذهنية وخبراته المعرفية وثروته العلمية في نشاط فكري دقيق ومعقد.

ومن المعروف أن أغلب البحوث الإعلامية تركز على الإغراق في الإمبريقية والتفسير الكمي؛ فعادة ما يكتفي الباحث بالتحليل الكمي لنتائج البحث، دون الرجوع إلى إسناد المعلومات إلى الأطر النظرية المناسبة؛ ولذا وجب الأخذ بعين الاعتبار عدم الوقوف عند حدود التقسيم والتصنيف الآلي للبيانات في غياب النظرة الناقدة والفاحصة للبيانات المتحصل عليها من أرقام وإحصاءات وعلاقات الكمية.

وفي هذه الورقة البحثية سنحاول التعرض إلى هذا الجانب المهم من البحث العلمي من خلال شرح بعض مستويات وطرق التحليل وكذا كيفية بناء تحليل وتفسير النتائج في البحوث الإعلامية.

وقد تناولنا الموضوع وفقاً للخطة التالية:

- أسس ومبادئ تحليل وتفسير البيانات.
- إعداد البيانات للتحليل.
- التحليل الكمي والكيفي.
- طرق التحليل في العلوم الاجتماعية.
- بناء التفسيرات في الدراسات الإعلامية.
- صعوبات التفسير بالنسبة للدراسات الإعلامية.
- الأخطاء التي يجب تفاديها عند عملية تحليل البيانات وتفسيرها.

• أولاً: أسس ومبادئ تحليل وتفسير البيانات:

قبل التعمق في موضوع تحليل البيانات وتفسيرها، وجب علينا التذكير ببعض الأسس والمبادئ التي يجب مراعاتها عند الشروع في القراءة النقدية للبيانات المستقاة من أي بحث، وهو ما يتطلب وجوب العودة إلى ما يصبو إليه الباحث من خلال بحثه بمعنى:

- أنّ البيانات تهدف إلى وصف أو تشخيص الظاهرة موضوع الدراسة.
- أنّ البيانات تهدف إلى الإجابة على الأسئلة التي أثارها المشكلة.

- أنّها تهدف إلى تحقيق الأهداف التي يصبو إليها الباحث إلى تحقيقها.
- كما أنّها تهدف إلى اختبار الفروض التي صمّمت الدراسة من أجل اختبارها (دليو وآخرون، 1995، 63)
- التحديد الدقيق للعينة ومجتمع البحث.
- اختبار الاستقصاء القبلي.
- ضرورة مصداقية البيانات المتحصل عليها. (Bernaoui, 2018, 30)
- بينما يضيف "محمد عبد الحميد":
- إعداد إطار نظري كاف من النظريات والتعميمات ونتائج البحوث السابقة التي تشكل قاعدة عريضة من المعرفة العلمية لدى الباحث وتضع أسسا كافية للتفسير.
- رغم أهمية ومصداقية أدوات القياس في جمع وتوثيق المعلومات التي يتم التعامل معها إحصائيا، فإنّه لا يجب أن تقف عازلا عن قيام الباحث بالملاحظة الانطباعية والرصد الذاتي والتأمل للظاهرة وحركتها وعلاقاتها، وبناء التفسيرات في إطار البناء المعرفي النشط لهذا الباحث. (عبد الحميد، 2000، 448)
- تؤكد الأسس المشار إليها أعلاه أنّ التحليل الأمثل يحتاج إلى المزيد من المعرفة والمرونة والتأسيس الرصين، وقدرة الباحث على استخلاص المعاني والأفكار من البيانات التي ترتبط بالإجابة عن أسئلة الدراسات والبحوث، وهو ما يسهم في التأكيد على جمع البيانات التي تتسم بالجدية والصرامة العلمية.
- ثانيا: إعداد البيانات للتحليل:
- معايير مراجعة البيانات:
- في هذه المرحلة ينبغي على الباحث أن يأخذ بعين الاعتبار المراجعة الدقيقة لأدوات جمع البيانات التي تمّ استيفاؤها من المبحوثين، سواء كانت مقابلات أو استبيانات أو ملاحظات، وذلك بهدف تحسين نوعية البيانات التي جمعت؛ وكلما كان الفحص والمراجعة للبيانات آني (في لحظة جمعها) كلّما يكون ذلك أفضل، وذلك من أجل التأكّد من:
- اكتمال البيانات واستيفاء جميع بنود الإجابات.
- وضوح البيانات وسهولة فهمها.
- اتساق البيانات وعدم تناقضها.
- الالتزام بالتعليمات أثناء جمع وتسجيل البيانات.
- ملائمة البيانات لأغراض البحث. (سلاطنية والجيلالي، 2017، 131-132)
- عدم وجود بيانات وهمية، مثلا كأنّ يجيب أحد المبحوثين على الاستمارة بطريقة سطحية.

- يجب الأخذ بعين الاعتبار المعلومات غير التمييزية؛ أي عندما تكون المعلومات المتحصل عليها بالنسبة إلى مؤشر ما تقع كلها تقريبا في نفس الفئة (كل المبحوثين قد أجابوا بنعم عن سؤال ما). (أنجرس، 2004، 376-377)

• تصنيف البيانات:

أما في هذه الخطوة فعلى الباحث أن يصنف بنود أسئلة أداة البحث والإجابات المقترحة على نحو يسهل عليه فيما بعد ترميزها وتبويبها ومعالجتها إحصائيا، وحتى عندما يشرع الباحث في كتابة تقرير بحثه وإخراجه في صورته النهائية، وهنا يمكنه الاستعانة بالبحوث السابقة. (سلاطنية والجيلالي، 2017، 133)

وهكذا فإن تصنيف البيانات يمثل خطوة مهمة في معالجة وتحليل البيانات، ويساعد على تحليل وفهم الظواهر الإحصائية وتطوير مؤشراتنا المناسبة للتعبير عن هذه الظواهر، وبذلك يمكن أن نخطو خطوة إلى الأمام نحو تحليل وتفسير نوعيين.

• ترميز البيانات:

وهو عملية ترقية للمعطيات الخام الخاصة بكل متغير من متغيرات الدراسة، (أنجرس، 2004، 415) بمعنى تحديد رمز لكل إجابة وعادة ما يتخذ شكل أرقام، وينظر إلى عملية الترميز على أنها عملية ضرورية تمهيدا لعملية الجدولة اللاحقة.

ففيما يخص البيانات الكمية، هناك من برامج الإعلام الآلي ما تختصر على الباحث الكثير من الوقت والجهد في هذا المجال، ومع ذلك يجب الأخذ الحيطة أثناء الترميز حتى لا يقع الباحث في أخطاء تؤثر فيما بعد على تفسيره للعلاقات بين المتغيرات، فعلى سبيل المثال هنا يريد الباحث أن يشير إلى فئات الدخل:

- أقل من 3000 دج

- من 3001 دج إلى 6000 دج

- من 6001 دج فأكثر. (سلاطنية والجيلالي، 2017، 134)

- أو ممكن أن نرمز ذكر: 01، أنثى: 02، نعم: 01، لا: 02.

بينما البيانات الكيفية (الأسئلة ذات الإجابات المفتوحة) فمن الصعوبة بمكان وضع رموز لها، حيث يلجأ الكثير من الباحثين إلى تصنيف هذه الإجابات في فئات يتم إعطاؤها رموز معينة وعلى هذا الأساس يتم إدخالها للمعالجة الآلية.

وتبقى المعالجة الآلية التي تعتمد على برامج الإعلام الآلي كبرنامج (EXCEL) أو برنامج (SPSS) أو (MINITAB) متوقفة على الدقة في الترميز ولا يمكن الاعتماد عليها دون مراجعة وإخضاع إلى القواعد العامة والمنطق العلمي والمنهجي في البحث، وبالرغم من أن هذه البرامج تحتوي على دوال ومعادلات تساعد في إدخال ومعالجة سلسلة كبيرة من البيانات وتفرغ كم كبير من معطيات

الاستبيانات، وحتى إنشاء مخططات بيانية بسرعة فائقة تساعد على ربح الوقت والجهد، إلا أن استخدام هذه البرامج يتطلب ممارسة وتدريب من قبل الباحث، الذي ينبغي أن يتميز بالدقة والانتباه أثناء التعامل مع البيانات و تفريغها، كما عليه الانتباه إلى جملة النتائج المتحصل عليها و مقارنتها دائما بالمعطيات الميدانية.

• تبويب البيانات وجدولتها:

بعد إتمام مراجعة البيانات يصب الباحث هذه البيانات في الورقة البيانية العامة، حيث يتم صب هذه المعلومات بصورة منظمة وفق تسلسل محاورها في الخطة المعتمدة، فور انتهاء الباحث من هذه العملية يشرع في حساب مدى تكرار هذه البيانات في كل فئة من الفئات المعتمدة، ويتم ذلك عبر مرحلتين:

- مرحلة تسجيل البيانات في شكل إشارات رمزية للتعبير عن وحداتها المسجلة في كل فئة من فئات الدراسة

- مرحلة حساب أعداد هذه الإشارات على مستوى كل فئة وكتابة النتائج المتوصل إليها في شكل أرقام. (بن مرسل، 339، 2003)

وبعدها نأتي إلى عرض البيانات الرقمية المرتبة بأسلوب منسق في أعمدة لكل منها عنوان (عمودي) وصفوف (أفقيا)، ويشير الجدول البسيط إلى حسابات تكرارات الفئات المختلفة في كل مجموعة من البيانات، أما الجداول المركبة فهي تساعد على التعرف على علاقات الارتباط بين خاصيتين أو متغيرين أو ثلاثة. (سلاطنية و الجليلي، 2017، 135).

ثالثا: التحليل الكمي والكيفي:

لقد غدت الإجراءات الكمية والكيفية نقاشا واسعا في الولايات المتحدة خلال سنوات الخمسينات، فقد وضع البعض الخاصية التكميمية في تعريفاتهم للتحليل، بينما دافع آخرون عن مصداقية التحليل الكيفي. (Bardin, 2007, 146)

فالتحليل الكمي الإحصائي يهدف إلى تقدير العلاقات الارتباطية بين المتغيرات بطرق عددية (مثلا حساب نسبة تمثيل المرأة في برلمان ما)، هذه العلاقة تقاس بطرق إحصائية تختلف معانيها ومدى تعقيدها (Mace & Petry, 2011, 110)، فهو يسعى إلى إيجاد علاقات ترابط رياضية بين المتغيرات المحددة في الدراسة، واستخدام هذه التقنية يستوجب أن تكون البيانات قابلة للتكميم بالعدد أو القياس حتى يتسنى لنا تطبيق قوانين إحصائية عليها. (Mace & Petry, 2011, 107).

عموما، التكميم قد يعني تعداد وحدات متشابهة (عدد المجالات المباعة) أو ترتيب العناصر تبعا لنظام ما باعتماد معيار معين. (غرافيتز، 1993، 70)

ويرى العايب سليم بأنّ " التحليل الكمي، يعتمد على تشكيل أو بناء علاقة نسبية بين المتغيرات من خلال جداول إرتباطية من خلال القيم، النسب، جداول إحصائية، ومقاييس إحصائية، مثلاً: معامل الإرتباط، مقاييس التشتت، النزعة المركزية، التباين...".

وقد قيل عن التحليل الكميّ بأنّه وعلى الرغم من كونه يمكّن الباحث من تحري الدقة والموضوعية، إلّا أنّه لا يذهب إلى السياقات التي تنتج الظواهر، إذ أنّ التكميم يبيّن الكل ويغفل الأهم ولهذا يحتاج الباحث إلى ربطه بالتحليل الكيفي لتجاوز هذا النقص، ذلك أنّ التحليل الكيفي عمل مبني على وضع العلاقة المنطقية للمتغيرات انطلاقاً من النتائج المتحصل عليها وفئات البيانات، هذا النوع من العمل يحاول الباحث من خلاله إبراز إنتاج منطقي لمخطط عقلي لتطور ظاهرة أو لتطور العلاقات بين الظواهر، ومحاولة التحقق عن طريق الملاحظة من درجة العلاقة الكائنة بين بناء الفكر والوضعية الحالية. وبطبيعة الحال، هذه الطريقة، ولأنّها لا تعتمد على التكميم فقط، توجب على الباحث قوة انتباه عالية تأخذ بعين الاعتبار الذاتية التي يمكن أن تتدخل في وقت التأويل. (Mace & Petry, 2011, 110)

ومن مميزات التحليل الكيفي أنّه يتدخل لتقديم بعض الخصائص المميزة، وهو بذلك صالح لتحليل بعض الجوانب الحاسمة في حادث ما، أي متغير للاستدلال المحدد وليس للاستدلالات العامة. (Bardin, 2007, 147)

لكن ما يجب الأخذ به عند تحويل المعطيات النوعية إلى عناصر كمية يجب أن نستعمل أدلة، وهذه الأدلة ضرورية لترجمة الصفة إلى أرقام ولقياس كثافة المفهوم. (غرافيتز، 1993، 70) وكخلاصة لما سبق ذكره نستنتج أنّه في إطار بحوث الإعلام والاتصال وجب علينا الجمع بين المقاربتين الكمية والكيفية عند تفسير النتائج، فعند محاولة إسقاط الظاهرة في قالب ملموس يجرى عناصرها من أجل تسهيل الفهم والاستقصاء، ينبغي على الباحث توخي أكبر قدر من الدقة عند التكميم من أجل الحصول على بيانات ومعلومات نستطيع على ضوئها إعطاء قراءات كيفية للظاهرة المدروسة بعيداً عن كل التجاوزات الذاتية أو الإغراق في التحليل الإحصائي. (العايب، 2020)

رابعا: طرق التحليل في علوم الإعلام والاتصال:

كغيرها من العلوم الاجتماعية الأخرى تعتمد بحوث الإعلام والاتصال على عدة طرق من أجل تحليل الظواهر الاتصالية ومعرفة العلاقات بينها، ولذا من الأرجح التعرف على أسس التحليل في العلوم الاجتماعية عموماً قبل الخوض في ميدان علوم الإعلام والاتصال:

• التحليل السببي:

نقلت غرافيتز عن لوفير في شرحه لمفهوم السببية حسب هيجل "إن علاقة السبب بالنتيجة لا تعبر إلا بطريقة ناقصة، مجزأة، أحادية الجانب عن الواقع وحركته، فالواقع يقدم نفسه للتحليل مثل تشابك صلات، تشابك أساليب بنتائج، فكل سبب يرجع إلى سبب آخر، و كل نتيجة تصبح بدورها سببا...و أخيرا وخاصة تؤثر النتيجة في السبب والعكس (...)" (غرافيتز، 1993، 92)

تسهم هذه الطريقة في تفسير حدوث وقائع معينة باعتبارها نتيجة لوقائع أخرى كانت سببا في حدوث الأولى، وهو مبدأ الربط بين المقدمات والنتائج، أو الأسباب والنتائج. وبذلك متى توافرت ظروف معينة أو شروط خاصة فإنه يمكن الاستدلال عما يترتب عليها باعتبارها نتيجة لأسباب تمثلت في الظروف أو الشروط التي أدت إليها. (عبد الحميد، 2000، 454)

من خلال هذا المبدأ يتم تحليل العلاقات التي تربط بين المتغيرات، فعلى سبيل المثال خلصت العديد من الدراسات إلى أن الانتحار أكثر شيوعا لدى الأشخاص المطلقين، ومن هنا يمكن التأسيس لدراسة اجتماعية انطلاقا من هذه العلاقة المتبادلة بين المتغيرين بخصوص حالة اجتماعية كهذه (بودون و فيول ترجمة بطش، لبنان، 2010، 37)، و تلخص في وضع قاعدة سببية لمجمل المتغيرات الافتراضية، (بودون و فيول ترجمة بطش، لبنان، 2010، 53)، وفي مثل هذه الحالة يجد عالم الاجتماع نفسه مضطرا إلى ذكر مجموعة من الأسباب التي تربط المتغيرين ببعضهما.

• الفردانية المنهجية:

هذه الطريقة تهدف إلى تفسير الظواهر الاجتماعية على مرحلتين مرتبطتين عضويا:

- مرحلة تفسير: تثبت فيها أن هذه الظواهر الاجتماعية هي محصلة عملية إدماج أو تجميع بين أفعال فردية
- مرحلة فهم: تتلخص بإدراك معنى هذه الأفعال وإيجاد الأسباب الوجيهة التي دفعت الفاعلين إلى القيام بها. (بودون و فيول ترجمة بطش، لبنان، 2010، 55)

وبحسب هذه الطريقة التحليلية تعد الظواهر الاجتماعية حاصل تجميع أفعال (agregations des actes)، وما المفهوم المكونان لهذه الظواهر سوى مفهوم الفعل ومفهوم التجميع وكل منهما تقابله مرحلتي تفسير:

- مرحلة فهم الأفعال: وهي أساس التفسير، فيها يتم إعطاء معنى لسلوكيات الأفراد الفاعلين.
- مرحلة تجميع الأفعال: وهي بنية التفسير، وهنا يتم تبين الظواهر المراد تفسيرها عن طريق دمج هذه الأفعال فيما بينها. (بودون و فيول ترجمة بطش، لبنان، 2010، 71، 72)

• المعرفة الإدراكية:

تستقي هذه الطريقة أفكارها من علم النفس المعرفي ونظريات الإدراك ومعالجة المعلومات التي تفسر تباين التعرض والاستخدام وكذلك تباين الإدراك والتذكر كنتائج لعمليات التعرض والاستخدام وبالتالي تباين التأثيرات، بالإضافة إلى الكشف عن التأثيرات المعرفية وعلاقتها بالعمليات الإدراكية لمحتوى الإعلام. (عبد الحميد، 2000، 257)

وهي طريقة تقوم على مسلمة الفهم الخاصة بماكس فيبر، وتعني تفسير عقيدة ما وإيجاد الأسباب الخارجية أو الضمنية التي دعت الفاعل إلى اعتناقها، وتتلخص الطريقة في إعادة بناء المحاجة النموذجية التي استطاعت إقناع فرد ما بتبني معتقد ما. إلا أن هذه الطريقة ليست شاملة؛ فبعض المعتقدات لا يمكن تفسيرها بأسباب عقلانية، ولكنها أثبتت فعاليتها حين أتاحت لنا معرفة عدة أنواع أساسية من المعتقدات. (بودون وفيول ترجمة بطش، لبنان، 2010، 120)

وتبنى الطريقة على مقاربتين:

• **تفسير المعتقدات الإيجابية:** التي تخص نصوص حديثة، أي تلك التي تتعلق بمعيار الصحيح والخطأ، (بودون وفيول ترجمة بطش، لبنان، 2010، 121) كأن تجرى تجارب تطرح فيها أسئلة على مبحوثين تكون الإجابة فيها بصح أو خطأ من أجل التعرف على المعتقدات الثقافية، الإيديولوجية...

• **تفسير المعتقدات المعيارية:** هي أحكام تقويمية تطلق على مؤسسات أو تصرفات أو مواقف، كان نقول مثلاً (س عنصر جيد-عنصر سيئ) أو (س عنصر عادل - ع عنصر غير عادل).... وتتلخص الطريقة المعرفية الإدراكية، في إيجاد الأسباب التي دفعت الأفراد إلى اعتناق هذا النوع من المعتقدات وبيان أن هذه الأسباب يمكن أن تكون وجيهة من وجهة نظرهم. (بودون وفيول ترجمة بطش، لبنان، 2010، 144-145)

وتبقى علوم الإعلام والاتصال من التخصصات التي تتطلب منهجيات تحليلية متنوعة ومتطورة لفهم الظواهر الإعلامية والاتصالية المعقدة، حيث أنه لا توجد طريقة تحليل واحدة شاملة، بل يعتمد اختيار الطريقة على طبيعة البحث، الأهداف، ونوع البيانات المراد تحليلها، وفيما يلي أبرز طرق التحليل المستخدمة في علوم الإعلام والاتصال:

1. **تحليل المضمون: (Content Analysis)** يُعد هذا المنهج من أكثر المناهج شيوعاً في بحوث الإعلام والاتصال. يهدف إلى وصف محتوى الرسائل الإعلامية بشكل موضوعي وكمي ومنهجي. يمكن استخدامه لتحليل الظاهرة الإعلامية، كما يعتبر تقنية بحث تسمح بالوصف الكمي والمنظم لمحتوى الظاهرة الاتصالية" (علي عبد المؤمن، 2008، 202)، فخلال 1948 أعطى كل من Lazarsfeld و Berelson تعريفاً لتحليل المضمون "تقنية بحث تهدف إلى الوصف

الموضوعي، المنهجي والكيفي لمحتوى الظواهر الاتصالية"، كما يمكن اعتباره منهجا قائما بذاته وقادر على الاستغلال الكامل والموضوعي للبيانات الإعلامية (Roger Mucchielli, 2006,24)

- المضامين الظاهرة: الكلمات، الصور، المواضيع المباشرة.
- المضامين الكامنة: المعاني والدلالات الخفية التي يمكن استنتاجها من المحتوى .
- أنواعه:
- التحليل الكمي للمضمون: يعتمد على العدّ والقياس الإحصائي لتحديد تكرار ظهور عناصر معينة في الرسائل الإعلامية (مثل تكرار كلمات، صور، أو قضايا معينة). يساعد في رصد الاتجاهات والأنماط.
- التحليل الكيفي للمضمون: يركز على فهم الدلالات والمعاني والتأويلات الكامنة وراء المحتوى، ويهدف إلى استجلاء المعنى وليس فقط التكرار. خطواته الأساسية:
- تحديد وحدات التحليل (كلمة، جملة، فقرة، مقال، صورة، برنامج، إلخ).
- تحديد فئات التحليل وتصنيفها بدقة.
- ترميز المحتوى وفقاً للفئات المحددة.
- تحليل البيانات المجمعة وتفسيرها.

2- تحليل الخطاب

وفيه يركز الباحث على دراسة اللغة والخطاب الإعلامي كبنية اجتماعية وثقافية، وكيف يتم بناء المعاني وتنسيقها، كما يهتم بكيفية إنتاج وتداول الخطابات وتأثيرها على المتلقي، إضافة إلى ذلك يتم دراسة الجوانب البلاغية، والسياقية للخطاب.

وتقاس أهمية الخطاب الإعلامي بما لديه من قيمة عند كل الناس وما يفترض أن يكون هذا الحدث أو الخطاب معروفا عند الجميع، وأن يكون بثه قد شمل فضاء واسعا. (حسينة أقراد، 2021، 73)

3- تحليل السيميولوجيا/السيميائية :

ويعد المنهج السيميولوجي من أهم المناهج النقدية المعاصرة، حيث يقوم على الكشف على العلاقات الداخلية لعناصر الخطاب، وذلك بإعادة تشكيل نظام الدلالة بأسلوب يجعل فهمها أفضل لوظيفة الرسالة الإعلامية داخل النسق الثقافي.

ويرتكز التحليل السيميولوجي على إعادة بناء نظام المعاني والحصول على أفضل وظيفة للنص ضمن سياقه السوسيو-ثقافي، ويظهر هذا التحليل بصورة عملية عند دراسة محتوى الوسائل الإعلامية بصفتها وسائط اتصالية أيضا.

كما يمثل التحليل السيميولوجي لدى رولان بارث شكلا من أشكال البحث الدقيق في المستويات العميقة للرسائل الإيقونية، أو الألسنية على حد سواء، ويتوجب على الباحث التزام الحياد تجاه هذه الرسالة من جهة، ومن جهة أخرى يسعى إلى تحقيق التكامل من خلال التطرق إلى الجوانب

الأخرى (الاجتماعية، النفسية والثقافية...) والتي يمكن أن تدعم التحليل بشكل أو بآخر. (عبد النور بوصابة، 2014، 13)

خامسا: بناء التفسيرات في الدراسات الإعلامية:

• الدراسات الجزئية:

تهتم الدراسات الجزئية بالوصف الكمي لعنصر من عناصر الظاهرة الإعلامية، أو خصائص المتغيرات العاملة فيها. وتنتهي إلى النتائج الكمية التي يعبر عنها في إطار الفكر الإمبريقي على أنها الحقائق المستخلصة من البحث العلمي، حيث أن البحوث في هذه الحالة تعاملت مع الموجودات والمحسوسات في الظاهرة من خلال الأدوات المنهجية المختلفة.

وفي هذه الحالة، تؤدي سيادة المفهوم الجزئي والكمي إلى الإفراط في الاستخدامات الإحصائية وكأنها هي الهدف والغاية من البحث، مما انجر عنه تدعيم الاكتفاء بهذه النتائج الإحصائية باعتبارها الحقائق المستهدفة، وإغفال الأسئلة الأخرى المرتبطة بالسبب والعلاقات والتأثيرات التي تقدم الأبعاد التفسيرية لهذه الأرقام أو النتائج الإحصائية. (عبد الحميد، 2000، 246)

• النموذج الوظيفي للتفسير:

يعتبر هذا النموذج هو أساس التفسير في البحوث الإمبريقية التي تستمد إطارها المرجعي من البنائية الوظيفية التي تتمثل المجمع كإنسان يتكون من عدة أعضاء التي يقوم كل منها بعدد من الأنشطة والوظائف المتكررة تعمل باتساق وتساعد الإنسان على البقاء والاستمرار. وفي هذا الإطار فإن الباحث لا يسأل عن أسباب القيام بهذه الوظائف إلا بعد أن يطرح الأسئلة الخاصة بالحاجات المجتمعية والنظمية الأخرى. للتأكد من اتفاق الوظائف مع حاجات النظم الأخرى والمجتمع أو لا.

فالبحوث التي تسعى إلى الكشف عن وظائف الإعلام أو التغير فيها من خلال تحليل المحتوى، تقدم نتائج جزئية ترتبط بالإطار الزماني والمكاني الذي تم فيه البحث، ويسعى النموذج الوظيفي إلى إقرار العلاقة أو التغير في الوظائف الكلية للمجتمع. وهنا يمكن للباحث أن يطرح تساؤلاته حول الأهداف العامة للمجتمع (الكل) مثل تدعيم قيم معينة في مرحلة ما، أو نشر ثقافة خاصة، أو الدعوة إلى أفكار وآراء معينة، والتقرير باتفاق نتائج البحث في وظائف الإعلام (الجزء) مع الأهداف العامة للتقرير بالاتساق بين الكل والجزء في القيام بالوظائف والأنشطة.

(عبد الحميد، 2000، 251)

• التحليل الوصفي:

يتضمن تقرير البحث الوصفي حوصلة عن كل واحدة من مركبات الواقع المدروس، وهو تحليل يهدف إلى عرض مفصل لموضوع ما، ويذكر هنا مورييس أنجرس مثالا توضيحيا حول الوصف:

"لكي نفهم ولو جزئيا، حركة الفكر هذه والمتمثلة في التحليلي سنحاول أن نطبق ذلك على مثال مادي، فإذا كان المطلوب منا تحليل ساعة، فلا بد علينا أولا من وصف كل القطع التي تكونها وهي: المحلاب، الإطار، العقارب(...) بعد ذلك يكون في استطاعتنا تفسير كيف ترتبط هذه القطع ببعضها البعض في شكل كلي ومتكامل مثل الساعة. (أنجرس - ترجمة صحراوي وآخرون، 2004، 423)

• نموذج الدوافع والحاجات:

يعتبر علم النفس ونظرياته الداعم الأساسي لهذا النموذج، حيث اهتمت الكثير من النظريات بتنظيم الحاجات وتحديد أولوياتها بالنسبة للفرد وعلاقتها بالسلوك بصفة عامة. وفي هذا الإطار يضع الباحث في اعتباره المقارنة بين مستويات التعرض والاستخدام واتجاهات الاهتمام والتفضيل والتباين في دوافع التعرض والاستخدام أو الحاجات المستهدفة منه في وسائل الإعلام. ويرتبط هذا النموذج ارتباطا وثيقا بالنموذج الوظيفي، باعتبار أنه في الوقت الذي يحدد فيه الفرد دوافعه من التعرض والاستخدام وحاجاته منه، فإن وسائل الإعلام بالمقابل تحدد وظائفها وترتيبها في هذا الإطار سعيا منها إلى تحقيق أكبر مستوى من كثافة التعرض والاستخدام. وهذا ما تمت صياغته في النظريات الخاصة بالاستخدامات والإشباعات and gratifications uses والتأثيرات and effects، التي وجدت صدق في تفسير تعرض الفرد واستخدامه لوسائل الإعلام ومحتواها، متى ارتبطت الوظائف الإعلامية بتلبية دوافع الفرد وإشباع حاجاته في المجالات المعرفية المختلفة. (عبد الحميد، 2000، 252-253)

ويمر بناء التفسيرات في الدراسات الإعلامية بعدة مراحل أهمها:

1- تحديد الظاهرة الإعلامية:

ينطلق الباحث من تحديد الظاهرة أو المشكلة الإعلامية التي يريد دراستها، وعادة ما تكون هذه المشكلة ذات صدى وأثر واسع في المجتمع أو في الحقل الإعلامي -على الأقل، مثل: ظهور وتمثيل الطفل في الإشهارات، أو تأثير الأخبار الزائفة، أو دور وسائل التواصل الاجتماعي في حركة التغيير الاجتماعي وغيرها من الظواهر الاتصالية؛ وقد ذهب عدة باحثين -على غرار ماكويل- إلى مناقشة أنواع الظواهر الإعلامية وكيف يمكن تصنيفها وتحليلها من خلال الأطر النظرية الكبرى، حيث تطرق إلى ذلك في كتابه نظريات وسائل الإعلام الجماهيري (McQuail, D. 2010)

2- اختيار الإطار النظري:

تفسير الظاهرة لا يمكن أي يكون من دون دون التأسيس النظري لها، إذ يتم اختيار الإطار النظري الملائم؛ نظرية أو مجموعة من النظريات التي تساعد فمثل لتفسير البيانات، على غرار نظرية الأجندة، نظرية الاستخدامات والإشباعات، أو نظرية الهيمنة الثقافية وغيرها من

النظريات التي تفسر الظاهرة الإعلامية، وفي هذا الإطار يشير (هول) إلى أن الرسائل الإعلامية يتم ترميزها وفك ترميزها من قبل الجمهور بطرق مختلفة، وأن تفسير ذلك يتم بالرجوع إلى النظريات المفسرة لهذه العمليات. (Hall, S. 1980)

3- جمع البيانات: من أهم مراحل البحث العلمي، حيث تعتبرها (مي عبد الله) حجر الأساس في البحث؛ فبعدما قمام الباحث بالقراءة الأولية وحدد الإشكالية بدقة تأتي مرحلة جمع البيانات المتاحة عن موضوع البحث، وتحتاج عملية جمع البيانات من مصادر البحث لاهتمام وعناية خاصة من الباحث، لأنها الأساس الذي سيقوم عليه البناء العام للبحث. وقد يواجه الباحث في هذه المرحلة العديد من الصعوبات، من أهمها كيفية الوصول إلى مصادر البيانات، إذ أن الباحث قد يستطيع تجاوز هذه المعوقات عن طريق التخطيط الجيد وحسن استخدام خبراته العلمية والشخصية. (مي عبد الله، 246، 2011)

4- تحليل البيانات: في هذه المرحلة يمر الباحث إلى عمل أعمق، حيث يُستخدم التحليل لفهم العلاقات بين البيانات النظرية والإجابة على الأسئلة التي تطرح حولها. ويتضمن التحليل فحص الأنماط، الرموز، الخطابات، أو العلاقات بين المتغيرات؛ وقد تناول فايركلوغ في كتابه "الخطاب الإعلامي" أساليب التحليل النقدي للخطاب الإعلامي" ليوضح كيف يشكل الإعلام المعنى، وبالتالي كيف نصل إلى تحليله وتفسيره بما يجيب على الإشكاليات المطروحة في هذا المجال. (Fairclough, N. 1995)

5- ربط النتائج بالسياق الاجتماعي والثقافي: من أجل فهم أعمق للظاهرة الإعلامية، لا يمكن تفسير البيانات والنتائج بعيدا عن السياق السياسي، الثقافي، والتاريخي، لأن وسائل الإعلام لا تعمل في فراغ وكل المحتويات الإعلامية تتأثر لامحالة بالمحيط السياسي والثقافي والاقتصادي...، وفي هذا الصدد أكد كلاودري أن هذا الربط يساعد في كشف العلاقة بين الإعلام والبنى الاجتماعية. (Couldry, N. 2012.)

هذه النتائج التي يتم لاحقا صياغتها في تقرير نهائي، ويتم تقديم التفسير النهائي في صورة سرد علمي يوضح العلاقة بين النظرية والبيانات، ويجيب على إشكالية البحث والتساؤلات الفرعية.

سادسا: صعوبات التفسير بالنسبة للدراسات الإعلامية:

إن استكمال حلقات البحث والاستفادة منه يحتاج إلى التفسير الكيفي لهذه النتائج الكمية والإحصائية ووضعها في السياق المعرفي للدراسات الإعلامية.

لكن ما نلاحظه في بعض الدراسات الإعلامية التي تتسم بالجزئية والاهتمام بالعرض الإحصائي أنها تقف عند حدود هذا العرض الإحصائي من خلال الجداول وحساب التكرارات وبعض المعاملات الإحصائية دون تفسير كاف يوضح مسار العرض الكمي والعلاقات الإحصائية، وهذا راجع إلى العوامل التالية:

1- تشابك الظواهر الإعلامية وتعدد أبعادها: لأن العمل الإعلامي يرتبط دائماً بالمحيط الثقافي، السياسي، الاقتصادي، والتكنولوجي غيرها من الأبعاد الأخرى التي تؤثر في بعضها البعض، وتجعل من هذا التشابك صعب التفسير.

2- تغير البيئة الإعلامية باستمرار أو الطابع الديناميكي والمتغير لوسائل الإعلام: فوسائل الإعلام فبعض بعض النظريات أو التفسيرات التي كانت صالحة قبل سنوات قليلة، غير كافية الآن لتفسير الواقع الحالي؛ نظراً لأن وسائل الإعلام والاتصال تتغير بسرعة كبيرة، خصوصاً مع التطور الرقمي وتوسع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي، وظهور وسائل ووسائط وأنماط ومنصات جديدة (مثل الخوارزميات والمحتوى التفاعلي والانتقال من الصحافة التقليدية إلى الإعلام الرقمي ودخول الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي وغيرها من التغيرات)، وهو ما أدى إلى تغير البيئة الإعلامية، والذي ترتب عنه صعوبة في تتبع هذه التغيرات بالوتيرة نفسها وتأكد أنّ التفسيرات بحاجة إلى التحديث المستمر وإعادة التقييم. (Castells, M. 2010)

وقد أكد على ذلك "علي أسعد وطفة" عندما أشار إلى أنّ التطور السريع في تقنيات الاتصال، كوسائل التواصل الاجتماعي والذكاء الاصطناعي، خلق فجوة بين "الإطار النظري القديم" والواقع الإعلامي الجديد. (علي أسعد وطفة، 2019)

وللإشارة أيضاً، فالتغير المستمر في البيئة الإعلامية أدى إلى التداخل بين المتلقي والمنتج للمحتوى أو الرسالة في العصر الرقمي، لم يعد هناك فاصل واضح بين "المرسل" و"المتلقي"، والمستخدمون باتوا يشاركون في إنتاج المحتوى، بظهور صحافة المواطن مما يعقد عملية تفسير الرسائل الإعلامية وفهم تأثيرها.

3- التحيزات الثقافية والإيديولوجية وتأثير المتغيرات الخفية والذاتية:

فغالباً ما تتأثر التفسيرات في الدراسات الإعلامية بذاتية الباحث وبمبوله وخلفيته أو بميولات المؤسسة الراعية للدراسة، لا سيما في التحليلات النوعية التي تعتمد على التأويل والتحليل. كما أن وجود متغيرات خفية (كالتحيزات الثقافية أو الأيديولوجية) قد يؤدي إلى نتائج مضللة أو غير دقيقة وأحياناً مشوهة أو انتقائية للظواهر، حيث وفي بعض الأحيان، يُدخل الباحث (بقصد أو بدون قصد) تحيزاته الأيديولوجية في تفسير الظواهر الإعلامية، خاصة إذا كانت الدراسات تتعلق بالإعلام السياسي أو الإعلام في الأنظمة السلطوية، وهذا متذهب إليه هيرمان عندما يبين

كيف يمكن لوسائل الإعلام أن تخضع للنفوذ السياسي والاقتصادي، وكيف تؤثر هذه العوامل في بناء التفسيرات. (Herman, E. S., & Chomsky, N. 2002)

- 4- مشكلات الترجمة عبر الثقافات أو ضعف الترجمة والمرجعية النظرية في العالم العربي:
إذا أراد الباحث فهم ودراسة وسائل الإعلام في سياقات ثقافية مختلفة، فإن هذا يتطلب منه فهماً عميقاً للخصوصيات الثقافية، من خلال التعرض للأدبيات الخاصة بهذه الثقافات، وفي هذا السياق فإنّ العديد من المراجع الأجنبية غير مترجمة بدقة وفي سياقها الثقافي والاجتماعي والفكري أو تُفهم بشكل مجتزأ، مما يضعف قدرة الباحث العربي على بناء تفسير علمي مؤسّس عند الاعتماد عليها. (الطاهر لبيب، 2005)
- 5- نقص البيانات الموثوقة: يعد الوصول إلى معلومات دقيقة وموثوقة (مثل أرقام المشاهدات أو الرقابة) تحدياً صعباً للعديد من الباحثين، وبالأخص في الدول العربية، حيث يعم التعقيم والضبابية والعمل بمنطق سرية المعلومات مما يعيق الوصول إلى بناء تفسيرات دقيقة، وهنا يرى حسن عماد مكاي (2015) أنّ قلة البيانات الموثوقة ونقص الشفافية يُضعف مصداقية النتائج.
وبالإضافة إلى ما ذكرناه سابقاً هناك عوامل أخرى تساهم بشكل أو بآخر في تعقيد النشاط البحثي في حقل علوم الإعلام والاتصال:

 - غياب الفكر المنهجي وفلسفة اتجاهات دراسة الظاهرة العلمية لدى الكثير من الباحثين؛ حيث لا يدري الباحث في أي إطار يعمل وإلى أي المدارس الفكرية في البحث العلمي ينتهي.
 - الخلط بين خدمة أهداف السوق وبين تطوير المعرفة العلمية في الدراسات الإعلامية بالأخص في البحوث التي تتسم بالجزئية الشديدة وتعتمد على الكم فقط في عرض نتائجها.
 - عجز البحث في البداية عن بناء إطار نظري قوي يحدد ملامح البحث ومشكلاته واتجاهات صياغة الفروض العلمية واختبارها بحيث تتحول بعد اختبارها إلى تعميمات تعتمد هذا البناء.
 - عجز العينات المحدودة والأدوات المنهجية التقليدية (كالاستقصاءات مثلاً) عن تحصيل المعرفة والخبرة الكافية من المبحوثين وإتاحة الفرصة لهم للتعبير بحرية عن ذاتهم دون قيود تفرضها بنية ومحتوى هذه الأدوات. (عبد الحميد، 2000، 460)
 - اتجاهات الباحث في حد ذاته؛ لأن الباحث غير الجاد والذي لا يحتكم إلى أخلاقيات البحث العلمي أو الذي يعتمد على المحاكاة والنمطية في إعداد بحثه لن يجد قاعدة من المعرفة تدعم تفسيراته وقيمه العلمية.

سابعاً: الأخطاء التي يجب تفاديها عند عملية تحليل البيانات وتفسيرها:

- هناك أخطاء تتعلق بالظروف المادية للبحث؛ بمعنى أنه تم الحصول على معطيات خاطئة أو عدم مطابقة الاختبار الإحصائي المنتقى مع نوع المتغيرات، نقص أفراد العينة (أنجريس، 2004، 427)، التعميم من بيانات غير كافية، التبويب غير الكفؤ أو المتسم بالإهمال، أخطاء في التكرارات (ديليو وآخرون، 1995، 51)
- هناك أخطاء يمكن ارجاعها إلى سياق البحث؛ بحيث استجواب مبحوث بمفرده - مثلاً- يختلف عن استجوابه في جماعة، فهنا يحدث فرق في المعطيات المتحصل عليها مرتبط بعوامل السياق و الزمن.
- هناك أخطاء في التأويل؛ وذلك عند استنتاج أشياء من المعطيات وهي أساساً لا تدل عليها يصبح هنا الحكم متحيزاً على الواقع، فعندما نعمل على تأييد ما هو مؤكد داخل الرؤية النظرية لظاهرة ما، لدى لا يجب المبالغة في التوافق بحكم أن النتائج جاءت مسيرة للنظرية التي تم الانطلاق منها، ذلك لأن الواقع هو دائماً أكثر تعقيداً من كل نظرية (أنجريس، 2004، 427-428)
- يجب أيضاً الأخذ بعين الاعتبار الأسئلة غير المجاب عنها لأنها هي أيضاً تعبر عن رأي أو معتقد معين لهؤلاء المبحوثين الذين عزفوا عن الإجابة في تلك النقطة بالذات؛ حيث يرى P.Champagne بأنه "يجب إعطاء قيمة إيجابية للإجابات" (...), (Bernaoui, 2018)

(30)

خاتمة:

وننتهي إلى القول بأن الدراسات الإعلامية والاتصالية تحتاج إلى تكامل بين التحليل الكمي والتحليل الكيفي، ذلك أنّ هذا التكامل يمثل نهجاً شاملاً ومتعدد الأبعاد لفهم وتحليل الظواهر بطريقة شاملة ومتكاملة، كما يتيح هذا النهج للباحثين فهماً أعمق وأوسع لتلك لظواهر، ويساعدهم على استكشاف السياقات والمفاهيم بشكل أفضل؛ فبينما يقدم التحليل الكمي نظرة إحصائية وتحليلية قائمة على الأرقام والبيانات الكمية التي تمكن الباحثين من قياس الاتجاهات والتغيرات الكمية في السلوكيات الإعلامية والاتصالية-مما يسمح بتحليل البيانات بشكل كمي وتحليل العلاقات السببية والتنبؤات- يوفر التحليل الكيفي رؤى عميقة حول تجارب الأفراد ومعاناتهم ومفاهيمهم وتفاعلاتهم مع وسائط الإعلام والتكنولوجيا الاتصالية، ويسمح بفهم السياقات والمفاهيم والعوامل الثقافية والاجتماعية التي تؤثر على تلك الظواهر. وعليه فبالتوازن بين الطريقتين، يمكن للباحثين فهم الظواهر الإعلامية والاتصالية بشكل أكثر اكتمالاً، وتوجيه السياسات واتخاذ القرارات بشكل أكثر فعالية وفهم وتفسير التغيرات والديناميات الثقافية والاجتماعية والتكنولوجية في عالم الإعلام والاتصال.

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

1. أحمد بن مرسل، (2003). مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
2. بلقاسم سلاطنية وحسان الجيلالي، (2017)، منهجية العلوم الاجتماعية، ط1، ج2، الجزائر، الدار الجزائرية.
3. حسينة اقراد، (2021)، رمزية القيم في الخطاب الإشعاري التلفزيوني، الجزائر، دار خيال للنشر و الترجمة.
4. دليو وآخرون، (1995)، دراسات في المنهجية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
5. ريونودون و ريون فيول، (2010) (ترجمة مروان بطش)، الطرائق في علم الاجتماع، لبنان، دار مجد.
6. الطاهر لبيب (محرر). (2005)، عربفوكيا: الثقافة العربية في مواجهة العولمة، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
7. عبد الله بوصابة، (2014) أساليب الإقناع في الإشهار التلفزيوني مع تحليل سيميولوجي لعينة من الإعلانات بالتلفزيون الجزائري العمومي، الجزائر، TAKSIDJ للدراسات والنشر والتوزيع.
8. علي أسعد وطفة. (2019)، الثقافة الرقمية وتحولات الإعلام المعاصر، بيروت: المركز العربي للأبحاث
9. علي معمر عبد المؤمن، الوجيز في الأساسيات والمنهج وتقنيات البحث في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة 07 أكتوبر، ليبيا، 2008، ص: 202.
10. مادلين غراويتز، (1993)، (ترجمة سام عمار)، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية: منطق البحث في العلوم الاجتماعية، سوريا، دار الأيوبية.
11. محمد عبد الحميد، (2000)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب.
12. مورييس أنجريس، (2004)، (ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون)، منهجية البحث في العلوم الإنسانية: تدريبات علمية، الجزائر، دار القصبة للنشر.
13. مي العبد الله، (2011)، البحث لفي علوم الإعلام والاتصال (من الأطر المعرفية إلى الإشكالات البحثية)، لبنان، دار النهضة العربية.

المراجع الأجنبية:

1. André D.Robert& Annick Bouillaguet, Analyse de contenu, Puf, 3° Ed, Paris, 2007.
2. Bernaoui Nadia, Méthodes de recherches : les étapes préliminaires d'un projet de recherche, OPU, Alger, 2018.
3. Castells, M. (2010). The Rise of the Network Society. Wiley-Blackwell.
4. Couldry, N. (2012). Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice. Polity.
5. Fairclough, N. (1995). Media Discourse. Edward Arnold.
6. Gardon Mace & François Petry, Guide d'élaboration d'un projet de recherche en sciences sociales, De Boeck, 4° Ed, Paris 2011.
7. Hall, S. (1980). "Encoding/decoding". In Culture, Media, Language. Routledge.

8. Herman, E. S., & Chomsky, N. (2002). Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. Pantheon.
9. Laurence Bardin, l'analyse de contenu, PUF, Paris, 2007.
10. McQuail, D. (2010). McQuail's Mass Communication Theory, Sage Publications.
11. Roger Mucchielli, (2006) l'analyse de contenu des documents et des communications, les éditions ESF, 9° Ed, France.

مواقع الأنترنت:

1. د. العايب سليم، المقاربة الكمية والكيفية في العلوم الاجتماعية، مداخلة منشورة على الرابط:
<https://manifest.univ-ouargla.dz/archives/archive/facult%C3%A9-des-sciences-sociales-et-sciences-humaines>

تمت زيارة الموقع بتاريخ 05 جانفي 2020، على الساعة 19:10.