

المقياس مناهج وتقنيات البحوث الكمية  
المستوى الدراسي أولى ماستر  
يوم 19 جانفى 2026 المدة ساعة ونصف

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم العلوم الإنسانية  
امتحان السداسى الاول 2026/2025

### السؤال الأول: 6(ن)

أشرح مفهوم المنهجية الكمية فى البحوث الإعلامية، مبرراً خصائصها الأساسية وأهميتها فى دراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية.

### السؤال الثانى: 6(ن)

تحدث عن البرادىغم الوضعى فى الدراسات الإعلامية من حيث:

- تعريفه، مبادئه الأساسية، أهم النماذج والنظريات التى يمثلها فى بحوث الإعلام، مبررات الاعتماد عليه فى البحوث الكمية الإعلامية

### السؤال الثالث: 6(ن)

أجب عن الأسئلة التالية بإيجاز ودقة:

1. عرّف المنهج المسحى فى البحث الكمي، وبيّن الهدف الأساسي من استخدامه فى الدراسات الإعلامية.
2. ما المقصود بالمتغير المستقل والمتغير التابع فى المنهج التجريبي؟
3. اذكر الفرق الجوهرى بين المنهج المقارن الوصفى والمنهج المقارن التفسيري.

\* (02 ن) طريقة الإجابة والخط الواضح

أ.د عبد الحليم عمارة  
بالتوفيق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة عباس لغزور-خنشلة



جامعة عباس لغزور-خنشلة

المقياس مناهج وتقنيات

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

جامعة عباس لغزور-خنشلة

البحوث الكمية

المستوى الدراسي أولى ماستر

قسم العلوم الإنسانية

السداسي الأول

الإجابة النموذجية

الجواب الأول: (6 نقاط)

**- مفهوم المنهجية الكمية في البحوث الإعلامية وخصائصها وأهميتها**

تُعرّف المنهجية الكمية في البحوث الإعلامية بأنها منهج علمي يقوم على القياس العددي والتحليل الإحصائي لدراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية، بهدف اختبار الفرضيات، وفهم العلاقات السببية بين المتغيرات، والتنبؤ بتأثير وسائل الإعلام على الأفراد والجماعات.

وترتكز البحوث الكمية على تحويل الظواهر الاتصالية مثل الرأي، الاتجاه، السلوك، أو التعرض الإعلامي إلى مؤشرات رقمية قابلة للقياس باستخدام أدوات معيارية كالاستبيان، التجربة، وتحليل المضمون الكمي.

**من أهم خصائص البحوث الكمية:**

- ✓ **القياس:** تحويل الظواهر الإعلامية إلى أرقام ونسب.
- ✓ **الموضوعية:** استقلال النتائج عن آراء الباحث الشخصية.
- ✓ **الصرامة المنهجية:** الالتزام بخطوات دقيقة (تحديد المشكلة، صياغة الفرضيات، جمع البيانات، التحليل).
- ✓ **التمثيل والتعميم:** اعتماد العينات الإحصائية القابلة لتعميم النتائج.
- ✓ **قابلية التكرار:** إمكانية إعادة البحث والحصول على نتائج متقاربة.

**أهميتها في الإعلام والاتصال:**

تكتسب المنهجية الكمية أهمية كبيرة في الدراسات الإعلامية لأنها تمكّن من قياس نسب المشاهدة والمتابعة، وتحليل تأثير الرسائل الإعلامية، ورصد اتجاهات الرأي العام، ودعم اتخاذ القرار داخل المؤسسات الإعلامية بناءً على بيانات دقيقة.

**الجواب الثاني: (6 نقاط)**

**-البراديغم الوضعي في الدراسات الإعلامية**

يُعد البراديغم الوضعي أحد أهم النماذج الفكرية التي تقوم عليها البحوث الكمية في علوم الإعلام والاتصال، ويرى هذا الاتجاه أن المعرفة العلمية الحقيقية تُبنى فقط على ما يمكن ملاحظته وقياسه بطريقة موضوعية.

يرجع الفضل في تأسيس هذا البراديغم إلى أوغست كونت في القرن التاسع عشر، الذي دعا إلى دراسة المجتمع والظواهر الاجتماعية بنفس منهجية دراسة الظواهر الطبيعية، أي عبر الملاحظة، القياس، والتجريب.

من أهم مبادئ البراديغم الوضعي:

✓ الموضوعية: حياد الباحث وعدم تدخل آرائه الشخصية.

✓ القياس الكمي: الاعتماد على الأرقام والإحصاءات.

✓ التحقق والتجربة: اختبار الفرضيات علمياً.

✓ التعميم: تعميم النتائج على مجتمعات مشابهة.

من أبرز النماذج الوضعية في الإعلام:

✓ نموذج لازويل (من يقول ماذا؟ ولمن؟ وبأي وسيلة؟ وبأي تأثير؟).

✓ نموذج شانون وويفر للاتصال الخطي.

✓ دراسات بول لازارسفيلد التي اعتمدت على الاستبيان والتحليل الإحصائي.

أهمية البراديغم الوضعي في الدراسات الإعلامية:

يسمح هذا البراديغم بقياس الواقع الإعلامي بدقة، وتحليل العلاقات السببية بين التعرض الإعلامي والسلوك، ويمنح البحث الإعلامي صفة العلمية والدقة، رغم الانتقادات الموجهة له بإهماله الجوانب المعنوية والثقافية للاتصال.

الجواب الثالث: (6 نقاط)

1- تعريف المنهج المسحي وهدفه في الدراسات الإعلامية

المنهج المسحي هو منهج بحث كمي يهدف إلى جمع بيانات رقمية من عينة ممثلة لمجتمع الدراسة من أجل وصف الظواهر الإعلامية كما هي في الواقع، وتحليل خصائص الأفراد أو مواقفهم أو سلوكهم اعتماداً على أدوات معيارية مثل الاستبيان.

ويتمثل الهدف الأساسي من استخدامه في الدراسات الإعلامية في:

✓ قياس اتجاهات وآراء الجمهور تجاه الوسائل أو الرسائل الإعلامية،

✓ تحديد أنماط الاستخدام الإعلامي،

✓ وإمكانية تعميم النتائج على المجتمع الأصلي إذا كانت العينة ممثلة.

2- المقصود بالمتغير المستقل والمتغير التابع في المنهج التجريبي

➤ المتغير المستقل: (Independent Variable)

هو المتغير الذي يتحكم فيه الباحث ويقوم بتغييره أو التلاعب به لمعرفة أثره، مثل: نوع الموسيقى في إعلان تلفزيوني أو طريقة المونتاج.

### ➤ المتغير التابع: (Dependent Variable)

هو المتغير الذي يُقاس ويُلاحظ للتعرف على نتيجة تأثير المتغير المستقل، مثل: درجة الانتباه، تذكر العلامة التجارية، أو الاستجابة العاطفية لدى الجمهور.

\* ويفترض المنهج التجريبي أن التغير في المتغير التابع ناتج عن التغير في المتغير المستقل، في ظل التحكم في المتغيرات الأخرى.

### 3- الفرق بين المنهج المقارن الوصفي والمنهج المقارن التفسيري

#### ➤ المنهج المقارن الوصفي:

يركز على وصف أوجه التشابه والاختلاف بين الظواهر أو الأنظمة الإعلامية دون البحث في أسبابها، مثل مقارنة شكل النشرات الإخبارية من حيث المدة أو اللغة.

#### ➤ المنهج المقارن التفسيري:

يتجاوز الوصف إلى تحليل وتفسير أسباب الاختلاف أو التشابه بين الظواهر الإعلامية، بالاعتماد على عوامل سياسية أو ثقافية أو تنظيمية، مثل تفسير اختلاف الخطاب الإعلامي بين دولتين وفق طبيعة النظام السياسي.