

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
شعبة علوم الإعلام والاتصال.
السنة الثانية ليسانس
السداسي الأول

المحاضرة الأولى: الدراسات الاستطلاعية والاستكشافية

هي أبحاث أولية يلجأ إليها الباحث عادة لتذليل الصعوبات التي يواجهها، أو للتعرف عليها بصورة جيدة، ومعرفة الأمور الغامضة، يفيد هذا المستوى في التحديد الدقيق للإشكالية واختيار الفروض المناسبة في البحوث الأساسية، لا تتطلب الكثير من الإجراءات ولا تتطلب استخدام التساؤلات ولا الفرضيات، حيث أن موضوع بحثها لا يتوفر على رصيد معرفي يتيح صياغة فرضيات.

يتعدى هذا الإجراء المنهجي إلى اعتبار أن كل خطوة أولى في البحث العلمي تعد دراسة استطلاعية، أي هي استكشاف وتوجهات البحث والظروف التي ستجري فيها منذ البداية حتى تكون صحيحة وملائمة، أي هي تمهيد تخميني للبحث يلجأ إليها الباحث عندما يكون مقدار ما يعرفه عن الموضوع قليلا جدا لا يؤهله لتصميم دراسة وصفية أو تحليلية أو أنواع أخرى من الدراسات، ولهذا فإن الدراسة الاستطلاعية تفيد الباحث في زيادة معرفته لموضوع بحثه أو معرفة الظاهرة التي يريد التقرب منها، وذلك حتى يتسنى له دراستها بشكل أعمق.

تعتمد الدراسات الاستطلاعية بالدرجة الأولى على استمارة الاستبيان، وعلى هذا الأساس فهي كثيرة الاستعمال في مجال البحوث الإعلامية والاتصالية، خاصة عند دراسة عنصر الجمهور أو المتلقي، أو على مستوى عنصر التأثير، أي عندما يريد الباحث رأي أو سلوك أو موقف مجموعة من الأفراد لقضية معينة أو برنامج معين أو مضمون معين... وتفيد هذه المعرفة في رسم طريقة بناء الاستراتيجيات اللازمة لإيجاد حلول موضوعية للمشكلة محل البحث.

وتعتبر الدراسات الاستطلاعية المحرك الرئيس للأبحاث المرتكزة أساسا على النظرة العددية لتحديد حجم الجمهور ووصف تركيبته في محاولة لمعرفة احتياجاته المادية والمعنوية والكشف عن اهتماماته والتطلع نحو العمل على إشباعها والاستجابة إليها، سواء تعلق الأمر بالحملات الشهرية أو الانتخابية. وهذا ما أكسبها مكانة شائعة في بحوث الإعلام والاتصال (الدراسات الاستطلاعية).