

obeikandi.com

المبحث الأول

تحليل المضمون

تعتبر الرسالة أحد العناصر الأساسية والمهمة في عملية الاتصال؛ لأنها المضمون الذي يسعى القائم بالاتصال لتوصيله إلى الجمهور المستهدف.

ويعتبر تحليل المحتوى الوسيلة الأساسية للكشف عن المضمون والشكل وأشياء أخرى كثيرة تتصل بذكاء المصدر وقدراته وشخصيته ودوافعه واتجاهاته وقيمه... إلخ.

لقد بدأ اكتشاف تحليل المضمون في النصف الأول من القرن العشرين في العالم العربي، واتجه بعض الباحثين إلى تطبيقه في دراساتهم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

كما بدأت دراسات تحليل المضمون في مصر منذ الستينيات، وازدهرت استخداماتها عاما بعد عام، واعتمدت عليه مئات الرسائل والبحوث، سواء بمفردها أو في إطار منهجي متكامل يدرس الرسالة والمتلقى وأساليب الممارسة^(١).

- تعريف تحليل المضمون:

هناك العشرات من التعاريف لتحليل المحتوى، من أهمها تعريف "بيرلسون" بأنه أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفا موضوعيا وكميا.

بينما دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية تعرف تحليل المضمون بأنه "أحد المناهج المستخدمة في دراسة محتوى رسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية؛ وذلك باختيار عينة من المادة موضع التحليل وتقسيمها وتحليلها، كميا وكيفيا على أساس خطة منهجية منظمة"^(٢).

- استخدامات تحليل المضمون:

هناك نموذج معروف لاستعمالات تحليل المضمون كما يقول الدكتور عاطف العبد في كتابه: الرأي العام وطرق قياسه، وهي:

من؟ - يقول: ماذا؟ - بأي وسيلة؟ - لمن؟ وبأي تأثير؟

- وحدات تحليل المضمون:

وحدة التحليل هي الشيء الذي نقوم حقيقة باحتسابه، وهي أصغر عنصر في تحليل المضمون وأكثرها أهمية، وأهم وحدات المحتوى خمس وحدات أساسية لتحليل الرموز اللفظية، وهي (٣):

١- وحدة الكلمة:

وهي أصغر الوحدات، وتتضمن الكلمة ومكوناتها كالجمل مرادفة لها أطلق عليه "لازويل" الرمز وليس المصطلح.

وتكمن صعوبة تحليل الكلمة في حالة تعبيرها عن رمز أو في حالة الكشف عن بعض المفاهيم المجردة كالحرية أو الديمقراطية أو العدالة.

٢- وحدة الموضوع أو الفكرة:

وتعتبر أكثر الوحدات استخداما في مادة الاتصال والشائعات والنكت.

والموضوع في صورته المختصرة عبارة عن جملة بسيطة؛ مثلا: "فعل ومفعول"، أو عبارة أو فقرة تتضمن الفكرة التي تدور حول مسألة معينة.

٣- وحدة الشخصية: ويكثر استخدامها في تحليل القصص والأفلام والتراجم... إلخ.

وهناك فرق بين وحدتي الكلمة والشخصية في حالة الأشخاص؛ فالأولى تهتم بشخص معين؛ لأنه يعبر عن فكرة أو اتجاه، بينما الثانية بتحليل الشخصية وتطورها في عمل أدبي أو في التراجم والسير.

٤- الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية:

وهي التي يستخدمها منتج المادة الإعلامية لتقديمها إلى جمهوره، مثل: الكتاب، الفيلم، العمود، المسلسلات، المسرحيات، والبرامج الشائعة... إلخ.

ويمكن تقسيم هذه الوحدة إلى أقسام فرعية، مثل: برامج ترفيهية، وبرامج جادة، ويمكن تقسيمها إلى برامج طوائف، مثل: برامج للشباب، وبرامج للعمال، وبرامج المرأة.

٥- وحدة مقياس المساحة والزمن:

يلجأ الباحث إلى بعض المقاييس الهادية للتعرف على المساحة التي شغلتها المادة الإعلامية المنشورة في وسائل الإعلام المطبوعة أو الزمن الذي استغرقته المادة المذاعة أو المبتوثة للتعرف على مدة الاهتمام والتركيز بالنسبة للمواد الإعلامية المختلفة موضع التحليل.

وتكون عادة وحدة القياس بالنسبة للمواد المطبوعة السنتيمتر، والمسموعة والمرئية الثانية أو الدقيقة.

- فئات تحليل المحتوى:

تنقسم فئات تحليل المضمون إلى نوعين (٤):

١- فئة الموضوع "ماذا قيل؟".

٢- فئة الشكل "كيف قيل؟"، وشرحا كالاتي:

أولاً: فئات الموضوع: ماذا قيل؟ وتشمل:

أ- فئة موضوع الاتصال:

وتعتبر أكثر الفئات انتشاراً، وتجب على سؤال رئيس: علام تدور مادة الاتصال؟ وكل بحث له فئاته.

مثال: موضوع الشائعات يمكن تقسيمها إلى: سياسية - اقتصادية - ... إلخ.

ب- فئة اتجاه مضمون الاتصال:

وتوضح هذه الفئة مدى تأييد أو رفض قضية ما، وتنقسم إلى: إيجابي، ومعتدل - أو متسامح -، وسلبى.

ويحدد الخبراء أن مضمون الاتصال يكون إيجابياً عندما يعرض للموضوع بصورة مؤيدة، ويتجنب النواحي السلبية مع التركيز على المستقبل المشرق، والعكس صحيح.

ج- فئة القيم:

ويطلق عليها الباحثون بعض المسميات، مثل: الأهداف، الاحتياجات، وتستخدم للتعرف على الهدف أو القيمة التي يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقها.

د - فئة السمات:

وتستخدم لوصف خصائص الأفراد، كالسن، والنوع، والإقامة ... إلخ.
وهذه الفئة مفيدة في معرفة خصائص مروجي الشائعات.

هـ - فئة مصدر المعلومة:

وتستخدم للكشف عن الشخص أو الجهة مصدر المعلومة أو الشائعة.

و - فئة الجمهور المستهدف:

وتسعى إلى التعرف على الجمهور الذي يستهدف القائم بالاتصال توجيه المادة الإعلامية له.

ز - فئة الجمهور المستهدف من الشائعة يمكن تقسيمها إلى:

المسؤولون الحكوميون، أعضاء الأحزاب، الأجهزة الرقابية، المواطن العادي.

ثانيا: فئات الشكل: كيف قيل؟ وتشمل (٥):

أ- فئة شكل المادة الإعلامية:

أي: الشكل الذي قدمت به المادة في وسائل الإعلام.

ففي الصحف نجد مثلاً: خبراً، مقالاً، عموداً، تحقيقاً ... إلخ.

ففي الإذاعة والتلفزيون نجد مثلاً: حديثاً مباشراً، حواراً، مناقشة.

ب- فئة اللغة المستخدمة:

من الفئات المهمة لما يترتب عليها من نتائج تتعلق بمدى فهم الرسالة الإعلامية؛

مثل: اللغة العربية الفصحى، اللغة الفصحى البسيطة، أو الإنجليزية، أو الفرنسية، أو لغة أخرى.

ج- فئة المساحة والزمن:

فكلما زادت المساحة كان ذلك دليلاً على زيادة الاهتمام بالمادة.

شروط تحليل محتوى المواد الإذاعية والتلفزيونية الموجه للرأي العام^(٦):

- ١- تمتع القائم بالتحليل بسلامة الحواس: السمع والرؤية.
- ٢- توفر جهاز فيديو لتسجيل عينة الدراسة.
- ٣- كفاءة أشرطة التسجيل.
- ٤- توافر ساعات إيقاف لقياس الزمن.
- ٥- ضرورة توافر باحثين متخصصين في وسائل الإيضاح التلفزيونية، مثل:
- رسوم متحركة، عرائس، تمثيل بشري، أقنعة، تصوير ميداني، خرائط مجسمة، لوحات... إلخ.
- ٦- ضرورة معرفة القوالب الفنية المستخدمة في عرض المضمون، مثل: حديث مباشر، أسئلة وأجوبة، وحوار... إلخ.

- عوامل نجاح تحليل المحتوى في مجال بحوث الرأي العام:

- ١- الدقة في تصميم استمارة التحليل.
 - ٢- حسن اختيار العينة التي سيتم تحليلها من المحتوى الإعلامي.
 - ٣- الدقة في تسجيل المادة المراد تحليلها.
 - ٤- الدقة في تفرغ البيانات وجدولتها وتفسيرها.
- وسوف نتناول كل نقطة فيما يلي^(٧):

١- الدقة في تصميم استمارة التحليل:

لكي تحقق الدقة لا بد من مراعاة القواعد المنهجية في مراحل إعداد استمارة التحليل، وهي:

- أ - تحديد أهداف دراسة تحليل المحتوى، وتوجد قاعدة منهجية تتصل بإعداد الاستمارة - سواء أكانت استمارة لدراسة المحتوى أو الجهود أو القائم بالاتصال -، وهي: لا تحاول إعداد استمارة قبل أن تلخص غرض الدراسة في أسئلة محددة.

ففي ضوء الأسئلة التي تعكس هدف الدراسة يتم تصميم الاستمارة واختيار العينة المناسبة لتحقيق الهدف.

ب - تحديد البيانات المطلوب جمعها:

وهي الخطوة الثانية بعد تحديد أهداف الدراسة التحليلية، ومن أجل ذلك يقوم الباحث بالآتي:

- الرجوع إلى التراث العلمي واستمارات تحليل المحتوى التي سبق إعدادها في بحوث سابقة لمراجعة الفئات وتحسين ما قد يترأى تحسينه منها.

- الرجوع إلى الخبراء والمتخصصين في مجال الدراسة.

- إجراء تحليل محتوى مبدئي على عينة صغيرة؛ بهدف تحديد العناصر المكونة لوحداث وفئات التحليل، وتكوين ألفة بين الباحثين والمحتوى الذي يدرسونه، وتحديد مشكلة البحث تحديدا دقيقا، ووضع التساؤلات من خلال الملاحظة المنظمة للمحتوى والمتغيرات الإعلامية والسياسية والاجتماعية، والمساهمة في تصميم الاستمارة وجدولة الفئات.

ج - تحديد نوع الاستمارة: يدوية أو آلية:

هنالك نوعان من الاستمارات المستخدمة في تحليل المضمون:

١ - استمارة تحليل معدة للتفريغ الآلي؛ مثل: الاستمارات التي تستخدم في تحليل الشائعات على مستوى الدولة.

٢ - استمارة تحليل معدة للتفريغ اليدوي.

د - إعداد استمارة التحليل في صورتها الأولية بعدة خطوات، أهمها:

١ - إعداد رؤوس الموضوعات التي سيشملها التحليل.

٢ - كتابة الفئات التي تندرج تحت كل موضوع، ومراعاة الاعتبارات المنهجية والصياغة في ذلك، ومنها:

- الشمول:

فيجب أن تشمل استمارة التحليل كافة البيانات التي تحقق أهداف الدراسة، وتفيد في استخلاص النتائج وعقد المقارنات، بما في ذلك البيانات الكمية والملاحظة التي يرصدها الباحث.

- الدقة:

علي الباحث أن يدرك أن تصميم الاستمارة سيكون بمثابة المرجع الأساسي للاتصالية، وذلك يُلزمه بالدقة.

- الوضوح:

فلا بد من وضوح أدوات البحث، مثل: استمارة التحليل، ومفهومه للمعاونين للباحث حتى يتسنى لها رصد البيانات، ومن ثم لا بد من إعداد تعريف إجرائي لكل فئات الاستمارة.

هـ - مراجعة استمارة التحليل منهجيا وعلميا:

أي: عرض الاستمارة على مجموعة من الخبراء المنهجيين والعلميين؛ وذلك من أجل تحقيق الآتي:

١- دراسة الشكل العام لتكوين استمارة تحليل المحتوى.

٢- مراجعة الجداول الهيكلية للوقوف على مدى كفاءة الفئات وكفائتها في تحقيق أهداف الدراسة.

٣- مراجعة رموس الموضوعات والفئات المتدرجة تحتها.

٤- مراجعة صياغة الفئات، والتأكد من وضوحها وشمولها.

٥- مراجعة صياغة الفئات وما يندرج تحت كل فئة منها؛ لاختيار الأنسب واستكمال النقص.

٦- مراجعة الهادة العلمية الواردة في استمارة التحليل، ومدى ارتباطها بأهداف الدراسة التحليلية واكتشاف مواطن الضعف أو النقص في الموضوعات أو الفئات الواردة في الاستمارة.

ز - الاختبار القبلي:

ويُجرى على عينة صغيرة (١٠٪) ممثلة للعينة الأصلية من الصحف مثلاً؛ من أجل التعرف على مدى الفئات ومدى قياسها للشيء المطلوب قياسه، والتعرف على مشكلات العمل الميداني؛ كإنقطاع التيار الكهربائي، والتعرف على الزمن الذي يستغرقه العمل، ومدى القدرة على الاستمرار فيه واحتياجه فئات جديدة، وإقبال بعض الفئات المفتوحة بعد حصر الاحتمالات.

ح - إعداد استمارة التحليل في شكلها النهائي:

فبعد الانتهاء من كافة الخطوات السابقة يتم مراجعة الاستمارة وإعدادها في شكلها النهائي.

مع مراعاة:

١- الشكل العام وحسن إخراج الاستمارة.

٢- الترميز.

٣- الحصول على بعض الموافقات إذا استلزم الأمر ذلك؛ مثل: اعتماد الاستمارة من الجهات الأعلى في السلم الإداري.

٤- طبع الأعداد الكافية من الاستمارات، مع مراعاة تخصيص كمية لاختبار الثبات بين الباحث ونفسه، وبين الباحث وعدد من المحللين، بالإضافة إلى كمية إضافية لاحتمالات الخطأ في ترتيب صفحات الاستمارات عند تجميعها.

٢- حسن اختيار العينة:

بأن تكون:

- ممثلة للمجتمع الأصلي.

- دقيقة في العمل الميداني.

٣- تسجيل المادة: وتشمل:

١- حسن اختيار المحللين وتدريبهم.

إجراء اختبار الثبات، والمقصود بالثبات هو قياس مدى استقلالية المعلومات، وعدد أدوات القياس ذاتها؛ أي: مع توافر الظروف نفسها، والفئات والوحدات التحليلية، والعينة الزمنية، والحصول على النتائج نفسها، مهما اختلف القائمون بالتحليل.

وتوجد معادلات عديدة لاختبار الثبات:

أهمها: معادلة هولستي وسكوت، ومعادلة هولستي Holsti : هولستي = ٢ ت
ن + ١ ن .

ت: تعني عدد الحالات التي يتفق فيها المرّمزان: ن ١ ، ن ٢ ؛ حيث إن:

ن ١ = عدد الحالات التي رمزها المرمز رقم (١).

ن ٢ = عدد الحالات التي رمزها المرمز رقم (٢)، فإذا كان لدينا عشر حالات، اتفق

المرمزان في ثماني حالات، واختلفا في حالتين، يكون الثبات $٢(٨) = ١٦$

$$.٢٠ = ١٠ + ١٠$$

ولابد أن يتفق الباحثان معا بنسبة ٨٠٪.

وتتميز معادلة هولستي بسهولة.

٤- الدقة في تفرغ بيانات الاستمارات في كشوف التفرغ، ووضع خطة للجداول

المركبة، ومراعاة المجالات الجغرافية والزمنية أثناء التحليل.

وكذلك المقارنة بين نتائج الدراسة وما سبقها من دراسات، مع مراعاة أن يتضمن

التقرير النهائي فصلا عن مشكلة البحث ومنهجه وتوصيف الهادة المحللة.

ومن الأهمية - عند عرض نتائج التحليل التي تمت معالجتها إحصائيا - استخدام

مقاييس الارتباط والانحدار، بالإضافة إلى المعاملات الموسمية وتأثيرها على البيانات

الإعلامية.

مع ملاحظة أن تتضمن الجداول التفصيلية، وفريق البحث، وقوائم المحكمين،

وصعوبات البحث وحدوده، وما يثيره من بحوث مستقبلية.

المبحث الثاني الملاحظة في بحوث الرأي العام

تعتبر الملاحظة عملية مستمرة في حياتنا اليومية؛ فعندما نلاحظ إشارة المرور تشير إلى التوقف - فتتوقف، وعندما نلاحظها تشير إلى استمرار السير - فنسير، وهكذا...، وعند ملاحظة حالة السحب الكثيفة - نرتدي الملابس الشتوية أو الصيفية حسب حالة الجو وحرارته.

تعتبر الملاحظة من الوسائل التي عرفها الإنسان واستخدمها في جميع بياناته من مجتمعه منذ أقدم العصور.

وما يزال يستخدمها في جميع البيانات والحقائق التي تمكنه من تحديد مشكلة بحثه ومعرفة عناصرها وتكوين فروضه وتحقيق هذه الفروض والتأكد من صحتها.

وتعتبر الملاحظة أداة علمية لجمع المعلومات والبيانات في استطلاعات الرأي إذا توافرت لها عدة شروط، منها^(٨):

١- أن يكون لها غرض بحثي عميق، وليس مجرد فضول أو استطلاع غير هادف.

٢- أن توضع لها خطة منتظمة، وأن تسجل الملاحظات تسجيلًا دقيقًا.

٣- أن تخضع لمراجعات وضوابط تكفل الثقة في نتائجها.

- **مميزات وإيجابيات الملاحظة^(٩):**

١- تمكن الباحث من تسجيل السلوك الملاحظ وقت حدوثه مباشرة، وبذلك يقل فيها الاعتماد على الذاكرة وتسلم من تحريفها.

٢- كثير من الموضوعات - مثل: الشائعات والنكت والعادات الاجتماعية وطرق التعامل بين الناس في تعرضها للإعلام - يكون من الأفضل رصدها عن طريق الملاحظة والتعرف على خصائصها.

٣- تسهم الملاحظة في التعرف على ردود الفعل بالتعبير الحركي؛ مثل: الربط بين البرنامج وتركيز الانتباه إليه وقياس الأثر الانفعالي الظاهر لبعض البرامج وتغيير مستمع لمحطات الإذاعة كمظهر للعزوف عن برنامج ما.

٤- كما أنها لا تتطلب من الأشخاص - موضع الملاحظة - أن يقرروا شيئاً وهم في كثير من الأحيان قد لا يعلمون أنهم موضع الملاحظة.

وبذلك تتخلص الملاحظة من عيوب المقابلات والاختبارات والتجارب التي قد يتردد الناس في الإسهام فيها، أو في الإجابة على أسئلتها، أو قد يضيفون إليها.

وتمكّن الملاحظة من الحصول على معلومات وبيانات حول سلوك من لا يستطيعون التعبير عن أنفسهم قولاً أو كتابة؛ كالأطفال والبكم.

تعتبر الملاحظة أداة صالحة لقياس فاعلية العملية التربوية؛ حيث يمكن عن طريق الملاحظة رصد أداء وسلوك التلاميذ وتصرفاتهم ومعاملتهم؛ كأن يدرك الباحث أو الملاحظ مدى اكتسابها لكثير من الصفات الاجتماعية والنفسية؛ كصفة التعاون وصفة الثقة بالنفس وروح المبادرة.

وتحقق الملاحظة المطابقة بين القول والفعل، وذلك عندما يحتاج الباحث للتأكد من صدق ما يدلي به المبحوث باستخدامه أسلوب الملاحظة؛ كأن يقول المبحوث: إنه يتابع البرامج الصحية، ويطبق إرشاداتها، بينما تظهر ملاحظة الباحث غير ذلك فيما يبدو له من مشاهدته للمستوى الصحي للمبحوث، ونظافة منزله.

عيوب الملاحظة:

١- صعوبة التنبؤ مقدماً بوقوع حادث معين، ونجد في معظم الحالات أنه يجب علينا أن ننتظر حدوث الظاهرة لنلاحظها، وحتى في الظواهر التي تحدث في حياتنا اليومية قد يفاجأ الباحث بعوامل طارئة تحول دون متابعتها أو ملاحظتها.

٢- لا تفيد الملاحظة في التوصل إلى بيانات عن المعتقدات والدوافع، ولا تجيب بشيء صريح عن الماضي لاستحالة التطبيق العملي لملاحظة أشياء حدثت في الماضي.

٣- يصعب تمثيل العينة التي تجرى عليها الملاحظة للمجتمع كله، وبالتالي لا يمكن تعميم نتائجها، وهو ما يستهدف أساساً من إجراء استطلاعات الرأي العام.

٤- يندر أن تخلو الملاحظة من التحيز؛ فالنتائج التي نصل إليها عن طريقها يغلب عليها الطابع الشخصي إلى حد كبير؛ لأن كل فرد منا يلوّن الأمر الحسي بطابعه الخاص.

ولذلك تختلف نتائج الملاحظة باختلاف الملاحظين من حيث قوة أو ضعف حواسهم، ومن حيث مقدرتهم أو عجزهم عن تأويل هذه الملاحظات تأويلاً علمياً صحيحاً^(١٠)؛ لأن مقدرة المرء على الملاحظة العلمية الدقيقة المضبوطة تختلف من وقت إلى آخر باختلاف حالته النفسية.

- شروط الملاحظة الجيدة:

١- يجب أن تكون شاملة كاملة؛ أي: ملاحظة كل العوامل التي قد يكون لها أثر في إحداث الظاهرة.

٢- تهيئة كافة الظروف الممكنة لتحقيق الإدراك الحسي الدقيق.

٣- أن يتمتع الملاحظ بحواس سليمة تمكنه من ملاحظة ما يتجه إلى ملاحظته ملاحظة دقيقة.

- أنماط وأنواع الملاحظة:

١- الملاحظة البسيطة.

٢- الملاحظة المقننة.

١- الملاحظة البسيطة: الملاحظة هي العملية التي تتم خلالها عملية ملاحظة الظواهر، وهي حالتها التلقائية دون تعمد أو ضبط علمي، وتنقسم إلى:

أ- الملاحظة بالمشاركة: وتعني أن يعيش ويجا الباحث وسط الناس الذين يرغب في ملاحظتهم طوال فترة البحث دون أن يفصح لهم عن شخصيته.

ب- الملاحظة بغير المشاركة: وتعني أن تتم الملاحظة دون أن يشترك الباحث بأي صورة من الصور في أي نوع من أنواع النشاط اليومي للمجتمع المبحوث.

٢- الملاحظة المقننة:

أي: خضوع الملاحظة للضبط ككل؛ بحيث يشمل كل الأطراف المشاركة فيها: (الباحثين - الأفراد - المبحوثين - موضوع الملاحظة - الغايات والأهداف التي تسعى إليها - الموقف الاجتماعي والاتصالي الذي يحتوي كل هؤلاء الأطراف جميعا).

ولقد شاع استخدام الملاحظة المقننة في الدراسات التي تختبر فروضا سببية أو الدراسات التي تستهدف تقديم وصف دقيق لظاهرة ما من الظواهر التي تسعى استطلاعات الرأي العام إلى رصدها.

وتعتبر الملاحظة من أنسب الطرق لاستطلاع الرأي العام في البلاد التي ترتفع فيها نسبة الأمية، ويسود بين الجماهير أو بعض فئاتها الشك في كل ما له طابع رسمي.

- عوامل فعالية الملاحظة:

توجد عوامل تزيد من فاعلية استخدام الملاحظة في بحوث الرأي العام، وهي (١):

١- ضرورة توفير طرق ووسائل وأساليب تسمح برصد الظواهر بسرعة ودقة وإيصالها في أسرع وقت إلى مركز قياس الرأي العام.

وذلك يستلزم في بعض الحالات تزويد الملاحظين بأجهزة فاكس ومحمول وإنترنت ولا ب توب، حيث تمكنهم من سرعة إرسال ما يرصد من شائعات.

٣- العمل على تقليل تحيز القائمين بالملاحظة، مع ضرورة أن تتضمن الاستمارة الموحدة لرصد الشائعات والسيات الديموغرافية المختلفة ومكان رصدها، مع التأكد أن المهم في بحوث الرأي العام: هو الرأي، لا صاحب الرأي.

٤- تدريب الباحثين، سواء أكان تدريباً جماعياً، أو استدعاء ملاحظ معين، لديه قصور ملحوظ في مجال محدد؛ لتدريبه تدريباً علمياً وعملياً.

٥- التأكيد على الملاحظين ألا يُشعروا المجتمع الذي يتولون رصد الشائعات والظواهر به - أنهم يقومون بهذا العمل حتي تكون تصرفات أفراد المجتمع أمامهم عادية.

* * *

مراجع الفصل الخامس

- ١- محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٢).
- ٢- محمد عبد الحميد، الجمهور في بحوث الإعلام (مكة المكرمة: المكتبة الفيصلية، ١٩٨٩).
- ٣- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق.
- ٤- عاطف عدلي العبد، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، مرجع سابق.
- ٥- عاطف عدلي العبد، الأسلوب العلمي في البحوث الإعلامية، مرجع سابق.
- ٦- عاطف عدلي العبد، بحوث المستمعين في الوطن العربي، مرجع سابق.
- ٧- محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، مرجع سابق.
- ٨- محمد عبد الحميد، الجمهور في بحوث الإعلام، مرجع سابق.
- ٩- محمد عبد القادر حاتم، ديموقراطية الاتصال، مرجع سابق.
- ١٠- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق.
- ١١- المرجع السابق نفسه.

* * *