2. منهج دراسة الحالة:

يعد منهج دراسة الحالة من المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام والاتصال، حيث يركز هذا المنهج على بحث ودراسة حالة واحدة أو حالات محدودة، فقد تكون هذه الحالة فردا أو مجموعة من الأفراد، أو مؤسسة أو مجتمعا ما كحالة تركز عليها الدراسة ثم تم تعميم النتائج المتوصل إليها على باقي الحالات المشابهة.

وعليه فإن دراسة الحالة «يعتمد على جمع بيانات ومعلومات كثيرة وشاملة عن حالة فردية واحدة أو عدد محدود من الحالات، وذلك بهدف الوصول إلى فهم أعمق للظاهرة المدروسة وما يشابهها من ظواهر»[1]،

وعليه فمنهج دراسة الحالة «يقوم على الدراسة المتعمقة والمركزة والشاملة لمفردة واحدة أو عدد محدود من المفردات أو الوحدات التي يمكن التعامل مع عناصرها وخصائصها بهذا المنهج».[2]

خطوات المنهجية لدراسة الحالة:

من أجل دراسة مشكلة ما يصلح معها منهج دراسة الحالة، يقوم الباحث بإتباع مجموعة من الخطوات المنهجية التي تمكنه من ذلك هي:

- تحديد المشكلة موضوع دراسة.
- تحديد التساؤلات أو فرضيات من أجل تجزئة التساؤل الرئيسي الذي انطلقت منه الدراسة.
- تحديد مجتمع البحث المناسب للدراسة، واختيار الحالة التي ستجرى عليها الدراسة كان تكون فردا أو مؤسسة ما أو مجتمع، على أن تمثل هذه الحالة المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا.
- تحديد أداة جمع البيانات والمعلومات.

- جمع البيانات والمعلومات من الحالة المدروسة بصورة معمقة ودقيقة.
- تحليل البيانات وتفسيرها مع تقديم النتائج وتعميمها على باقي الحالات المشابهة.

إيجابيات وسلبيات منهج دراسة الحالة:

من إيجابيات هذا المنهج:

- جمع المعلومات والبيانات بصورة دقيقة ومعمقة.
- تركيز جهد الباحث ووقته على دراسة حالة واحدة.
- الوصول إلى نتائج تفصيلية حول الظاهرة.
- الإلمام بكل جوانب الحالة المدروسة وتحديد كافة مكوناتها والعوامل المؤثرة عليها.
- يساعد في تكوين وتحديد متغيرات جديدة مما يسمح باشتقاق فرضيات جديدة تفتح الباب لدراسات جديدة.
- اختيار الحالة التي ستجرى عليها الدراسة من مجتمع الدراسة سواء كانت فردا أو جماعة، أو مؤسسة أو مجتمع مع ضرورة أن تمثل هذا المجتمع في خصائصه.
- اختيار الأداة المناسبة لجمع البيانات مثل الملاحظة أو المقابلة.
- القيام بعملية التطبيق وجمع البيانات من الحالة المدروسة.
- تحليل البيانات وتفسيرها حسب نوع البيانات.
- الإجابة عن التساؤلات وتقديم النتائج، وتعميمها على الحالات المشابهة.

مجالات تطبيق دراسة الحالة في دراسات الإعلام والاتصال:

يستخدم منهج دراسة الحالة بكثرة في بحوث الإعلام والاتصال، وقد اثبت صلاحيته في العديد من الدراسات العلمية في هذا التخصص.

يمكن استخدام هذا المناهج في الدراسات الخاصة بدراسة المؤسسات الإعلامية مثلا لمعرفة أساليب الممارسة الإعلامية وكيفية تنظيمها، كما يمكن استخدامه في دراسة أنواع الاتصال وواقع العلاقات العامة في المنظمات والمؤسسات عموما، مهما كان نوعها وأنشطتها كما يمكن استخدامه في دراسة حالة من الأسرة أكثر من أسرة واحدة كحالة للدراسة التفاعل

الأسري بين أفرادها، أو للتعرف على السلوك الاتصالي مع وسائل الإعلام مثل التعرض للتلفزيون، أيضا تأثير هذه الوسائل على الفرد والمجتمع.

وعليه فإن استخدامات هذا المنهج في علوم الإعلام والاتصال لا حصر لها، كما يلاحظ أنها تزداد يوما بعد يوم.

عيوب دراسة الحالة:

من بين ما يعاب على دراسة الحالة ما يلي:

- عدم وضوح الإجراءات المنهجية الخاصة باختيار الحالة من بين كل الحالات.
- مشكلة التحيز في اختيار الحالة.
- عدم القدرة على تعميم النتائج المتوصل إليها على باقي الحالات المشابهة، نظرا لعدم وجود حالات مشابهة، فكل حالة لها ما يميزها من خصائص عن الحالة الأخرى.
- يتطلب تطبيق هذا المنهج في بعض الأحيان وقتا كبيرا في جمع البيانات.
- صعوبة التعامل مع بعض الحالات والمتمثلة خاصة في رفضها للتفاعل مع الباحث ورفضها لأن تكون محل دراسة.
- صعوبة تسجيل البيانات والإطلاع على الوثائق وملاحظة كل ما يحدث.

رغم هذه العيوب إلا أن استخدام منهج دراسة الحالة في بحوث الإعلام والاتصال يعتبر ضرورة عملية لابد منها، إذ أن الكثير من المشكلات العلمية يتلاءم معها هذا المنهج.