

دراسات نقدية (١)

التكليف رقم (٤)

نقد دراسة أكاديمية من حيث: (أهداف البحث).

إعداد الطالب/

عبد الهادي حسين آل مطلق

٢٠٢٥م



معلومات الدراسة (موضع النقد)

العنصر	المحتوى
عنوان الدراسة	دور شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الممارسات المهنية للصحفيين العراقيين: دراسة ميدانية.
اسم الباحثة	سمارة أكرم آل رحمن.
الدرجة العلمية	رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام.
الجامعة	جامعة الشرق الأوسط (Middle East University).
الكلية / القسم	كلية الإعلام / قسم الصحافة والإعلام.
المشرف	الدكتور مازن محمد الفداوي.
تاريخ الإعداد	تموز، ٢٠٢٢م.
التوثيق وفق APA	آل رحمن، س. أ. (2022). دور شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الممارسات المهنية للصحفيين العراقيين: دراسة ميدانية [رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط].

مقدمة:

تُعد أهداف البحث بمثابة الخارطة التي تترجم تساؤلات الدراسة إلى غايات عملية ونتائج مرجوة. فإذا كانت التساؤلات هي ما يسعى البحث لمعرفته، فإن الأهداف هي ما يصبو البحث إلى تحقيقه وإنجازه. لذا، يجب أن تتسم بالدقة والواقعية والقابلية للتحقق. ويهدف هذا التقرير إلى فحص وتحليل الأهداف التي وضعتها الباحثة في دراستها، وتقييم مدى اتساقها مع التساؤلات، ووضوحها، وقدرتها على توجيه مسار البحث بفعالية.



أهداف البحث: جوانب القوة

صاغت الباحثة في الصفحة (٧) ستة أهداف رئيسية لدراستها، تبدأ جميعها بعبارة "تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على:" أو ما في معناها.
جوانب القوة:

- ١.التطابق مع التساؤلات: هناك درجة عالية من التطابق بين الأهداف المصاغة والتساؤلات المطروحة في الصفحة (٩). فكل تساؤل تقريباً يقابله هدف مباشر، مما يخلق اتساقاً هيكلياً قوياً في البحث. على سبيل المثال، التساؤل الأول "ما مدى استخدام الصحفيين" يقابله الهدف الأول "التعرف على أنماط وعادات استخدام شبكات التواصل".
- ٢.الوضوح والمباشرة: الأهداف مصاغة بلغة واضحة ومباشرة، وخالية من الغموض. استخدمت الباحثة أفعالاً إجرائية قابلة للتحقق مثل "التعرف على"، وهو فعل مناسب للدراسات الوصفية التي تهدف إلى الكشف عن طبيعة ظاهرة ما.
- ٣.القابلية للتحقق (Verifiability): يمكن التحقق من تحقيق هذه الأهداف من خلال البيانات التي سيتم جمعها عبر أداة الدراسة (الاستبانة). فمثلاً، يمكن تحقيق الهدف الثاني "التعرف على القضايا والموضوعات التي يعدها الصحفيون العراقيون مهمة" من خلال تحليل إجابات العينة على الأسئلة ذات الصلة.

أهداف البحث: جوانب الضعف

١. تكرار لصيغة التساؤلات: جاءت الأهداف في معظمها مجرد إعادة صياغة مباشرة للتساؤلات، باستخدام فعل "التعرف على" بدلاً من أداة الاستفهام. على سبيل المثال، التساؤل السابع: "ما الآثار المعرفية التي تحققت؟" تحول إلى الهدف الثالث: "التعرف على الآثار المعرفية التي تحققت". وهذا الأسلوب صحيح من حيث المبدأ، ولكنه يفتقر إلى البعد الإضافي الذي يجب أن تقدمه الأهداف، حيث يمكن للأهداف أن تكون أكثر تفصيلاً أو أن تشير إلى مستوى أعمق من التحليل.

٢. صياغة معقدة لبعض الأهداف: الهدفان الخامس والسادس، اللذان يسعيان إلى كشف "وجود فروق ذات دلالة إحصائية"، مصاغان بطريقة طويلة ومعقدة بعض الشيء. كان يمكن تبسيطهما لزيادة الوضوح، فمثلاً، يمكن إعادة صياغة الهدف الخامس ليصبح: "فحص أثر متغيرات (الجنس، سنوات الخبرة، المؤسسة) على الآثار المعرفية والسلوكية الناتجة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي". وهذه الصياغة أكثر مباشرة وتحدد المتغيرات المستقلة والتابعة بوضوح.

أهداف البحث: جوانب الضعف

٣. التركيز على الأهداف المعرفية فقط: جميع الأهداف الستة هي أهداف معرفية (Cognitive Objectives) تدور حول "التعرف" و"الكشف". تخلو القائمة من أهداف مهارية (Skill-based Objectives) أو تطبيقية (Applicative Objectives)، مثل: "تقديم نموذج مقترح للتعامل مع المعلومات من الشبكات الاجتماعية" أو "بناء دليل إرشادي للصحفيين العراقيين حول التحقق من المصادر الرقمية". وبالطبع، هذه الأهداف التطبيقية قد تتجاوز نطاق رسالة الماجستير، ولكن الإشارة إلى هدف تطبيقي واحد على الأقل كان سيزيد من القيمة العملية للدراسة.



رؤية شاملة للتطوير مستقبلاً

١. التنوع في صياغة الأهداف: يُنصح بالانتقال من مجرد إعادة صياغة التساؤلات إلى وضع أهداف تعكس مستويات أعلى من التحليل. بدلاً من "التعرف على"، يمكن استخدام أفعال مثل "تحليل"، "مقارنة"، "تقييم"، "تصنيف". فمثلاً، يمكن أن يكون أحد الأهداف: "تحليل الفروق في أنماط استخدام الشبكات الاجتماعية بين الصحفيين العاملين في الإعلام الحكومي والإعلام الخاص".
٢. تضمين أهداف تطبيقية: لتعزيز القيمة العملية للبحث، يُقترح تضمين هدف تطبيقي واحد على الأقل، حتى لو كان في صيغة "تقديم توصيات عملية" أو "اقتراح إطار عمل". وهذا يجعل البحث لا يقتفي بالوصف، بل يساهم في تقديم حلول.
٣. هيكلية الأهداف: يمكن تنظيم الأهداف في فئتين لزيادة الوضوح:
 - الأهداف الرئيسية: وهي الأهداف العامة التي تسعى الدراسة لتحقيقها (مثل: تحليل واقع استخدام الصحفيين للشبكات).
 - الأهداف الفرعية: وهي الأهداف الإجرائية المحددة التي تخدم الهدف الرئيسي (مثل: تحديد أكثر المنصات استخدامًا، قياس متوسط ساعات الاستخدام اليومي).

خاتمة:

بكل عام، نجحت الباحثة في وضع أهداف واضحة ومتسقة مع تساؤلات دراستها، وقابلة للتحقق من خلال المنهجية المتبعة. وهذا الاتساق يعكس بناءً هيكلياً سليماً للبحث. ومع ذلك، فإن التركيز الحصري على فعل "التعرف" وجعل الأهداف نسخة طبق الأصل من التساؤلات، مع غياب الأهداف ذات البعد التطبيقي، يمثل فرصة ضائعة لتعميق غايات البحث وزيادة قيمته المضافة. يمكن للدراسات المستقبلية أن تبني على هذا الأساس من خلال صياغة أهداف أكثر تنوعاً وعمقاً.

شكراً
لاستماعكم
وتقييمكم