

مناهج البحث الإعلامي

Media Research Methods

إعداد: د. علياء قمر

DGM 336

المُحاضرة التعريفية



المحاضرة
التعريفية

مُحاور المُحاضرة

تتناول هذه المُحاضرة التعريف بكل من:

1. مُدرس المُقرر.
2. وصف المُقرر.
3. المُخرجات المُتوقع تحقيقها بنهاية المُقرر.
4. الموضوعات التي يشملها المُقرر.
5. أسلوب التقييم وتقسيم الدرجات.
6. مُقدمة عن مناهج البحث الإعلامي.
7. المراجع المُقترحة للمُقرر.

01



التعريف بمُدَرس المُقرر Introduction

1. التعريف بمدرس المقرر:

د. علياء قمر

- مدرس الإعلام الرقمي بكلية الإعلام والتسويق.
- دكتوراه وماجستير في الاتصال السياسي والرأي العام- قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- دبلومة الإعلام الرقمي- مركز كمال أدهم، الجامعة الأمريكية بالقاهرة (AUC).
- دبلومة استخدامات الذكاء الاصطناعي في البحث العلمي والكتابة الأكاديمية.
- بدأت الخبرة الأكاديمية والبحثية منذ عام 2009.
- عملت بالتدريس والتدريب الأكاديمي في كلية الإعلام بالجامعة البريطانية بالقاهرة (BUE).
- حاصلة على العديد من الدورات العلمية في مجالات الإعلام والسياسة والبحث العلمي والكتابة الأكاديمية والذكاء الاصطناعي، وغيرها.
- باحثة مهتمة بمجالات البحوث المنهجية وبحوث الاتصال السياسي والعلمي والإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي وغيرها.



02



وصف المقرر Course Description

المحاضرة
التعريفية

2. وصف المقرر:

يُعد مقرر "مناهج البحث الإعلامي" مدخلاً شاملاً لأساسيات البحث العلمي في مجال الإعلام، ويهدف إلى تمكين الطلاب من إجراء بحوث أكاديمية مرتبطة بمجال الإعلام، وذلك من خلال التعريف بجميع المراحل البحثية مثل مشكلة البحث، والفرضيات، وأدوات جمع البيانات وتحليلها، واستخلاص النتائج، وكتابة التقرير البحثي.

يركز المقرر على تبسيط المعرفة البحثية وربطها بنماذج عملية مستمدة من وسائل الإعلام الرقمية، مع إبراز دور التقنيات المعاصرة مثل الذكاء الاصطناعي كأدوات مساعدة في جمع وتحليل البيانات الإعلامية على النحو الذي يساهم في تعزيز العملية البحثية. كما يولي المقرر أهمية خاصة للجانب الأخلاقي في البحث العلمي، مع التركيز على التحديات التي يطرحها العصر الراهن، مثل حدود الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي في البحوث الإعلامية، مما يهدف في خاتمة المطاف إلى إعداد باحث إعلامي قادر على توظيف الأدوات البحثية بوعي نقدي، مع الحفاظ على المعايير الأكاديمية والأخلاقية في ظل التحولات الكبرى التي يشهدها مجال الإعلام.

03



المُخرجات المُتوقع تحقيقها بنهاية المُقرر
Learning Outcomes

3. المخرجات المتوقعة تحقيقها بنهاية المقرر:

بنهاية هذا المقرر، يُتوقع أن يكون الطالب قادرًا على:

- فهم معنى البحث العلمي وأهميته في الإعلام.
- التفرقة بين المعرفة العامة والبحث العلمي.
- اختيار موضوع بحثي وصياغة مشكلة وفرضية بحثية بسيطة.
- التعرف على أنواع البحوث الإعلامية ومناهجها الأساسية.
- استخدام أدوات جمع البيانات مثل الاستبيانات والمقابلات وتحليل المحتوى.
- التعرف على مفهوم العينة وأنواعها.
- إجراء تحليل بسيط للبيانات الكمية والنوعية.
- كتابة تقرير بحثي قصير وفق منهج علمي.
- استخدام بعض أدوات الذكاء الاصطناعي التي تساعد في مختلف مراحل البحث.



04



الموضوعات التي يشملها المقرر
Main Topics Covered

4. الموضوعات التي يشملها المقرر:

مقدمة في البحث الإعلامي

1

كيف نبدأ البحث؟

2

أنواع البحوث الإعلامية

3

أخلاقيات البحث الإعلامي

4

أدوات جمع البيانات

5

المحاضرة
التعريفية

4. الموضوعات التي يشملها المقرر:

العينات

6

التحليل الكمي للبيانات

7

التحليل الكيفي للبيانات

8

كتابة التقرير البحثي

9

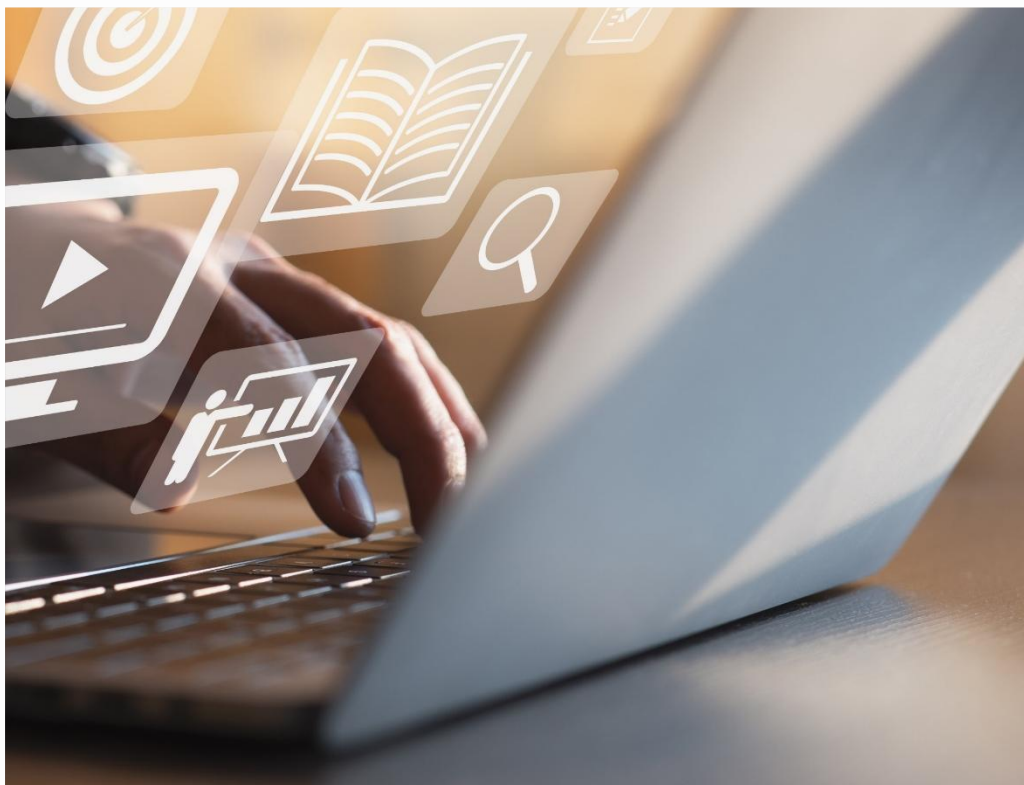
تطبيقات البحث في الإعلام الحديث

10

05

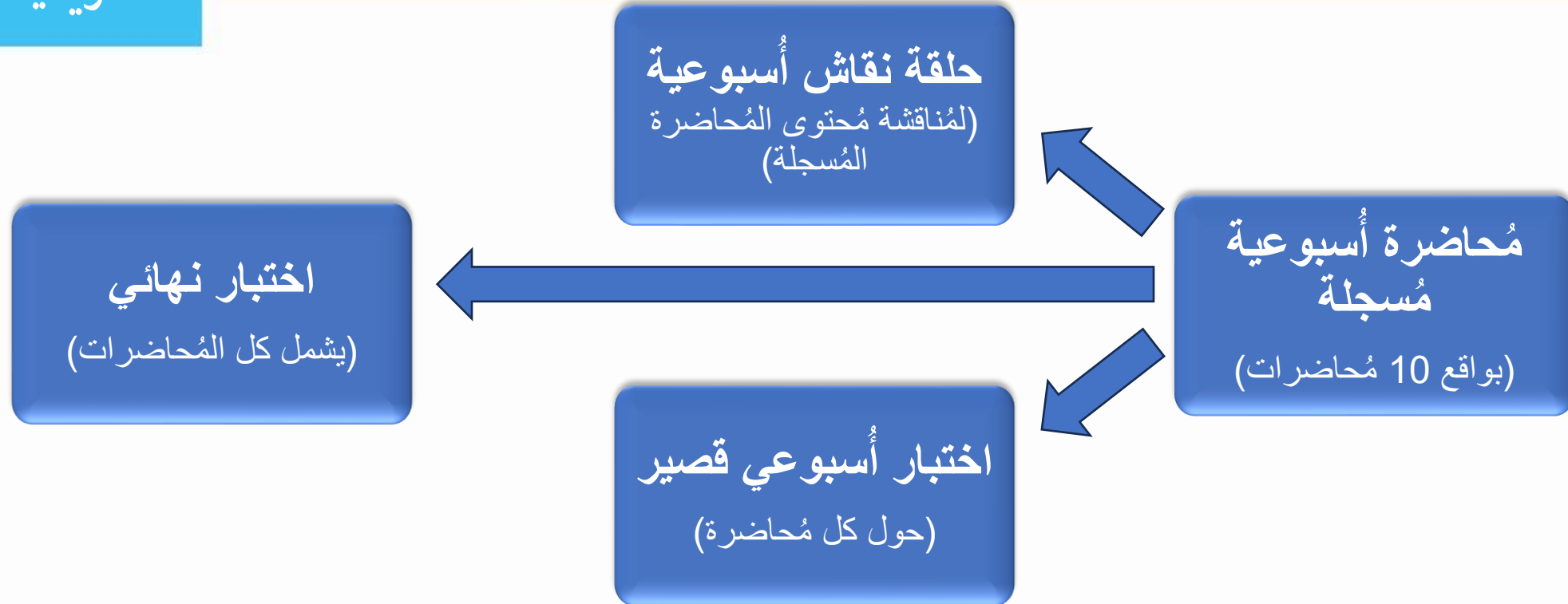


أسلوب التقييم وتقسيم الدرجات
Course Assessment



5. أسلوب التقييم وتقسيم الدرجات:

المحاضرة
التعريفية



5. أسلوب التقييم وتقسيم الدرجات:

المحاضرة
التعريفية

توزيع الدرجات
(100 درجة)

الاختبار النهائي

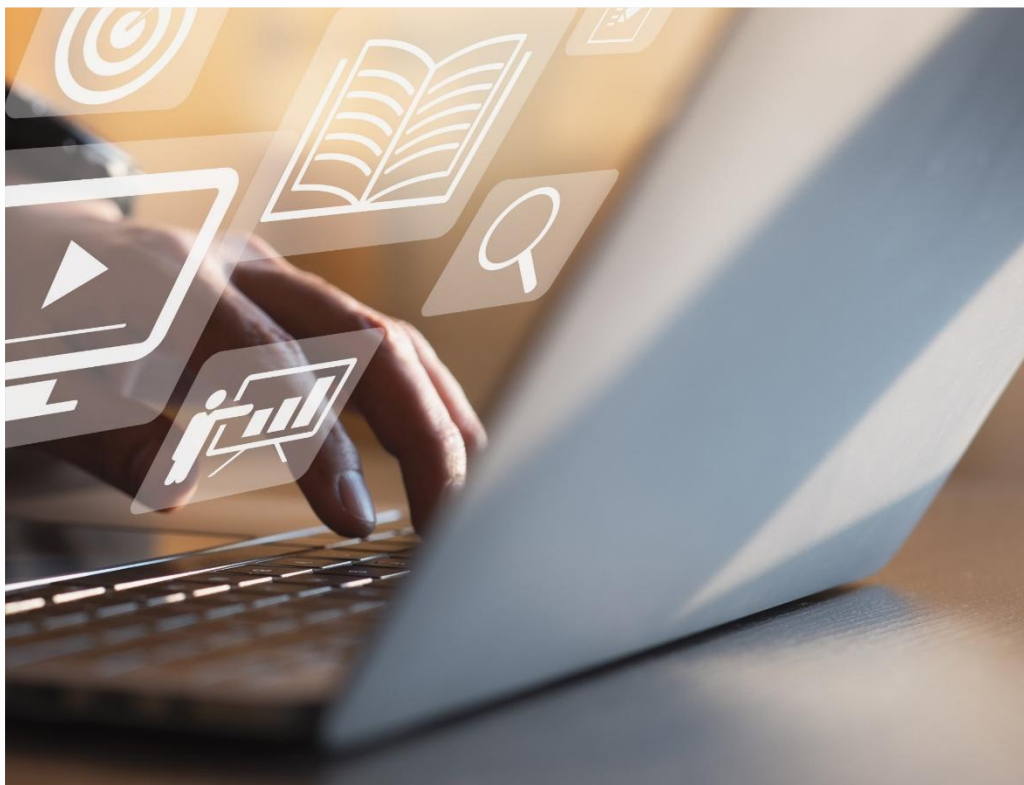
20%

الاختبارات الأسبوعية

80%

(8 درجات * 10 اختبارات)

06



مقدمة عن مناهج البحث الإعلامي
Introduction to Media Research Methods

6. مقدمة عن مناهج البحث الإعلامي:

ما هو البحث العلمي؟

- يُعرّف البحث بأنه تحقيق علمي، أكاديمي ومنهجي يُجرى بهدف إثبات حقائق أو مبادئ، أو جمع معلومات حول موضوع معين لعرضها بطريقة دقيقة ومُفصلة.
- ويبدأ البحث عادةً بسؤال أو مشكلة تقود عملية جمع المعلومات بهدف واضح. وتكون نتائجه أفضل عند تنفيذه بخطوات مُتتابة. وقد يكون من الضروري تكرار بعض هذه الخطوات، لأن البحث عملية تكرارية.
- بعبارة أخرى، البحث العلمي هو جمع وتفسير البيانات في محاولة لحل مُشكلة أو الإجابة عن سؤال.
- ويتجاوز البحث العلمي الحقائق والأفكار القديمة، من خلال إضافة منظور جديد للمعلومات تمكن من اتخاذ موقف جديد.
- ومع ذلك، لا يُعد البحث مجرد جمع للمعلومات أو إعادة ترتيب للحقائق. فعلى سبيل المثال، لا يعتبر نسخ فقرات من مواقع إلكترونية، أو إعادة صياغة العبارات مع نسبها إلى شخص آخر، بحثاً علمياً، بل يندرج تحت السرقة العلمية.
- يتطلب البحث أيضاً دراسة دقيقة وشاملة لمشكلة بحثية بهدف الحصول على المعلومات والوصول إلى حل.

6. مقدمة عن مناهج البحث الإعلامي:

🔍 ما هو البحث العلمي؟

وإجمالاً، فالبحث العلمي هو عملية منظمة يقوم بها الباحث بهدف اكتشاف معلومات جديدة أو فهم موضوع معين بعمق أو حل مشكلة قائمة. ولا يقوم البحث فقط على جمع المعلومات، بل يتضمن تحليلاً مُمنهجاً للبيانات للوصول إلى نتائج مدروسة ومبنية على أدلة.

مثال توضيحي: إذا كان لدينا سؤال مثل: "لماذا ينخفض التفاعل على حسابات وسائل التواصل الاجتماعي لبعض المؤسسات الإعلامية؟"، فهذا السؤال يمكن أن يكون نقطة انطلاق لبحث علمي.

6. مقدمة عن مناهج البحث الإعلامي:

ما الفرق بين البيانات والمعلومات والنتائج البحثية؟

في البحث العلمي، نُفرّق بين ثلاثة مفاهيم أساسية:

- **البيانات (Data):** هي الحقائق الخام التي تُسجّل قياسات ظواهر معينة دون تفسير. وتُعد ضرورية لتشكيل عمل بحثي.
- **المعلومات (Information):** هي البيانات التي تمت معالجتها وعرضها بصيغة مناسبة تساعد الباحثين على اتخاذ قراراتهم.
- **النتائج البحثية (Research Findings):** هي المخرجات النهائية للبحث، ويتم الوصول لها من خلال عملية دقيقة تقوم بتحليل البيانات والمعلومات بطريقة منهجية تعتمد على استخدام العديد من الوسائل مثل التحليل الإحصائي وغيره.

6. مقدمة عن مناهج البحث الإعلامي:

أمثلة عملية للتفريق بين البيانات والمعلومات والنتائج البحثية

- **البيانات:** هي الملاحظات أو الأرقام أو التصنيفات الخام التي يجمعها الباحث.
مثل: عدد المشاهدات لفديو على اليوتيوب، أو عدد الإعجابات على منشور في إنستجرام، أو إجابات الطلاب في استبيان.
- **المعلومات:** هي البيانات بعد تنظيمها وتحليلها لتصبح ذات معنى.
مثل: تحويل بيانات التفاعل على وسائل التواصل إلى تقرير يوضح أن أوقات النشر المسائية تحقق تفاعلاً أعلى.
- **النتائج البحثية:** هي الاستنتاجات التي يتوصل إليها الباحث بناءً على تحليل البيانات والمعلومات.
مثل أظهرت النتائج أن الجمهور من الفئة العمرية بين 18 و 24 عامًا يفضل المحتوى القصير على تيك توك مقارنة بالمحتوى الطويل على يوتيوب.

المحاضرة
التعريفية

6. مقدمة عن مناهج البحث الإعلامي:

العلاقة بين البيانات والمعلومات والنتائج البحثية



6. مقدمة عن مناهج البحث الإعلامي:

مصادر البيانات

1) البيانات الأولية (Primary Data):

تُجمع بشكل مباشر من الجمهور المُستهدف. تشمل الاستبيانات، والمُقابلات، والمُلاحظة المباشرة، وغيرهم. مثل توزيع استبيان على طلاب الجامعة حول عادات استهلاكهم للأخبار.

2) البيانات الثانوية (Secondary Data):

تكون جاهزة ومنشورة مُسبقًا. تشمل المقالات العلمية، وتقارير المؤسسات، والإحصائيات الحكومية، وغيرهم. مثل استخدام تقرير من "هيئة الإحصاء السعودية" عن استخدام الإنترنت كمصدر داعم للبحث.

6. مقدمة عن مناهج البحث الإعلامي:

خصائص المعلومات الجيدة

(1) الملاءمة (Relevance):

المعلومات يجب أن تكون مرتبطة بشكل مباشر بموضوع البحث. فمثلاً إذا كنت تبحث في موضوع تأثير البودكاست على الوعي السياسي لدى الشباب، فمعلومات عن جمهور البرامج السياسية ستكون أكثر صلة من معلومات عن جمهور البرامج الكوميدية.

(2) الدقة (Accuracy):

المعلومات يجب أن تعكس الواقع بدقة. فمثلاً يُفضل الاعتماد على نتائج استبيان تم تصميمه بدقة وشفافية بدلاً من الاعتماد على مصادر مجهولة.

(3) الأنوية (Timeliness):

البيانات يجب أن تكون حديثة وتتناسب مع توقيت الدراسة. فمثلاً إذا كنت تدرس سلوك الجمهور على منصة X عام 2025 يجب أن تعتمد على بيانات من نفس العام، وليس من عام 2018.

6. مقدمة عن مناهج البحث الإعلامي:

خصائص المعلومات الجيدة

4) الشمول (Completeness):

يجب أن تغطي المعلومات جميع الجوانب الأساسية للموضوع. فمثلاً عند دراسة "مصادر الأخبار لدى الشباب"، لا يكفي التركيز على الصحف فقط، بل يجب تضمين مختلف وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، بما يشمل الإذاعات المسموعة والمرئية والبودكاست، والمواقع الإخبارية الإلكترونية، وغيرهم من المصادر المحتملة.

وختاماً، لا يمكن إغفال الجوانب الأخلاقية في أي عمل بحثي. يجب أن يكون جمع البيانات وتحليلها قائماً على النزاهة والصدق، ويجب الابتعاد عن التزوير أو الانتحال، مثل تعبئة الباحث للاستبيانات بنفسه أو نسخ نتائج أبحاث سابقة دون نسبها لمصادرهما.

07



المراجع المُقترحة للمقرر
Suggested References



7. المراجع المُقترحة للمقرر:

(1) مراجع أجنبية:

- Aydin, O., Karaarslan, E., Erenay, F. S., & Bacanin, N. (2025). *Generative AI in academic writing: A comparison of DeepSeek, Owen, ChatGPT, Gemini, Llama, Mistral, and Gemma*.
<https://doi.org/10.48550/arXiv.2503.04765>
- Barry, W. A., & Hafiz, A. M. D. (2024). Contemporary Quantitative And Qualitative Public Relations Research Methods in Arab Scholarly Studies: A Meta-research. *SEARCH Journal of Media and Communication Research*, 16(1), 1–15.
- Bhangu, S., Provost, F., & Caduff, C. (2023). Introduction To Qualitative Research Methods – Part I. *Perspectives in Clinical Research*, 14(1), 39–42.

7. المراجع المُقترحة للمقرر:

- Brunnerová, O., & Charvát, J. (2020). Online Political Communication Research Methods. *Politics in Central Europe*, 16(2). [DOI: 10.2478/pce-2020-0019]
- Cui, J., Wang, Z., Ho, S.-B., & Cambria, E. (2023). Survey On Sentiment Analysis: Evolution Of Research Methods And Topics. *Artificial Intelligence Review*, 56, 8469–8510. [DOI: 10.1007/s10462-022-10386-z].
- Dehalwar, K., & Sharma, S. N. (2024). Exploring The Distinctions Between Quantitative And Qualitative Research Methods. *Think India Journal*, 27(1), 7-15. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10553000>
- Habib, M., Maryam, H., & Pathik, B. B. (2014). *Research Methodology-Contemporary Practices: Guidelines for Academic Researchers*. Cambridge Scholars Publishing.

7. المراجع المُقترحة للمقرر:

- Hendren, K., Newcomer, K., Pandey, S. K., Smith, M., & Sumner, N. (2023). How qualitative research methods can be leveraged to strengthen mixed methods research in public policy and public administration? *Public Administration Review*, 83(3), 468–485. [DOI: 10.1111/puar.13528].
- SCALCĂU, A. (2021). Research Methods In Discourse Analysis: Quantitative, Qualitative And Mixed-Methods Approaches. *Professional Communication And Translation Studies*, 14.
- Walliman, N. (2022). *Research Methods: The Basics*. Routledge.

7. المراجع المُقترحة للمقرر:

(2) مراجع عربية:

- المحمودي، م. س. ع. (2019). *مناهج البحث العلمي*. ط 3، دار الكتب.
- بوحوش، ع.، عباش، ع.، & رائجة، ز. (إشراف وتحرير). (2019). *منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية*. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية.
- طويل، م. وآخرون. (2022). *واقع البحث العلمي بالعربية*. المجلس الأعلى للغة العربية. الجزائر.
- رفعت، م. (2018). *الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية*. العربي للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، م. (2000). *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*. ط 1، عالم الكتب.
- ندا، أ. (2020). *الرأي العام وقياساته: رؤية نظرية وتطبيقات عملية*. ط 2، الدار المصرية اللبنانية.

7. المراجع المُقترحة للمقرر:

(3) مواقع إلكترونية:

- مواقع إلكترونية متخصصة في التدريب الصحفي والبحث الإعلامي:

• <https://ijnet.org>

• <https://journals.sagepub.com>



Thank You