

مناهج البحث الإعلامي

Media Research Methods

إعداد: د. علياء قمر

DGM 336

المُحاضرة الخامسة

تحديد مُتغيرات البحث وصياغة التساؤلات والفروض

لطلاب الإعلام والتسويق



المُحاضرة الخامسة



نتاولنا في المُحاضرة السابقة:

1. مُقدمة.
2. استكمال الخطوة الأولى: صياغة المُشكلة:
 - أساليب عرض الدراسات السابقة.
 - بناء مُراجعة الثُراث الأدبي.
3. خُطوات إجراء البحث العلمي.
4. الخطوة الثانية: تصميم البحث.
 - تحديد المُتغيرات.
5. المراجع.

مُحاور المُحاضرة

تحديد مُتغيرات البحث وصياغة التساؤلات والفروض:

1. مُقدمة.
2. استكمال الخطوة الثانية: تصميم البحث:
 - تحديد المُتغيرات.
 - تساؤلات البحث.
 - صياغة الفرضية.
3. المراجع.

01

الخطوة الثانية: تصميم البحث



مقدمة

(Introduction)



المُحاضرة
الخامسة

1. مُقدمة:

مُقدمة:

STAGE 2:
RESEARCH DESIGN

Variables

Research
QuestionsSetting the
Hypothesis

نستكمل في هذه المُحاضرة ما بدأناه في المُحاضرة السابقة حول الخطوة الثانية في مسار البحث العلمي، وهي خطوة تصميم البحث. فقد بدأنا المرة السابقة أول مكونات هذه المرحلة، وهو تحديد المتغيرات. واليوم نُنتم هذا العنصر، وننتقل للعناصر التالية:

- تساؤلات البحث (Research Questions).
- وضع الفرضية (Setting the Hypothesis).

02

الخطوة الثانية: تصميم البحث



تحديد المتغيرات
(Defining Variables)



2. تحديد المتغيرات:

تحديد المتغيرات:

استعرضنا في المُحاضرة السابقة مُشكلة المتغيرات المُجردة وصعوبة قياسها. وهو ما يستلزم تحويل المتغيرات المُجردة إلى متغيرات قابلة للقياس.

كيف يتم تحويل المتغير إلى متغير قابل للقياس؟ 🔍

- يُمثل التعريف الإجرائي الخطوة التي يُحوّل فيها المتغير من مستوى نظري إلى أداة قابلة للقياس.
- هذا يتطلب تحديد الطريقة التي سيتم بها قياس المتغير داخل سياق الدراسة.
- وهنا يجب أن يعي الباحث الفرق بين التعريف المفاهيمي والتعريف الإجرائي، وهو كالتالي:

ABSTRACT
VARIABLESMEASUREMENT
DIFFICULTIES

DIFFICULTIES

المُحاضرة
الخامسة

2. تحديد المتغيرات:

أنواع تعريف المفاهيم في البحث العلمي:

(1) التعريف الاصطلاحي / المفاهيمي (Conceptual Definition):

- هو التعريف النظري أو الاصطلاحي للمفهوم كما يظهر في الأدبيات أو الكتب العلمية.
- ويُستخدم لتوضيح المعنى العام أو الفلسفي أو العلمي للمفهوم ضمن السياق الأكاديمي.
- * يجب أن يُؤخذ من مصدر موثوق، مع توثيق المصدر بدقة (اسم المؤلف، سنة النشر، الصفحة).

CONCEPTUAL
DEFINITION



مثال: في حال تناولنا مفهوم "الدوافع في بحوث الإعلام"، يمكن أن نرجع لأحد المراجع العلمية التي قامت بتعريفها، مع توثيق هذا المراجع على النحو التالي:

"الدوافع هي حالة من "القلق الداخلي" أو الرغبة" عند الكائن الحي للقيام بسلوك ما لإشباع أو تحقيق رغباته أو احتياجاته".*

*منقول من المرجع التالي:
الكامل، ف. (2023). تأثير وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي: الأسس النفسية والاجتماعية والنظريات العلمية. ط 1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص.45.

المُحاضرة
الخامسة

2. تحديد المتغيرات:

(2) التعريف الإجرائي (Operational Definition):

- هو التعريف الذي يضعه الباحث بنفسه، ليوضح كيف سيتم قياس المفهوم داخل دراسته تحديداً.
- * يُصاغ بأسلوب الباحث، وفقاً لأهداف دراسته، كي يعكس الطريقة التي سيتعامل بها مع المفهوم على المستوى العملي.
- * أي أنه يُستخدم لربط المفهوم المُجرد بأداة أو أسلوب قياس كمي أو وصفي.

مثال: "الدوافع" قد يتم قياسها من خلال مجموعة من البنود في استبيان مُغلق، تشمل دوافع ترفيهية، تعليمية، اجتماعية، ودوافع للهروب من الواقع، ويتم تقييمها بمقياس ليكرت خماسي.

أو "كثافة مشاهدة المحتوى التوعوي" قد تُقاس من خلال: "عدد مرات مشاهدة المحتوى التوعوي خلال الأسبوع على منصات محددة مثل فيسبوك ويوتيوب وتيك توك، كما يُعبّر عنها المبحوث في استبيان مُغلق".

* الخلاصة:

- التعريف المفاهيمي = يشرح المعنى.
- التعريف الإجرائي = يحدد كيف نقيسه فعلياً.

OPERATIONAL
DEFINITION OF
VARIABLE



2. تحديد المتغيرات:

كيف يتم تحويل المفاهيم إلى متغيرات قابلة للقياس؟ 🔍



HOW TO CHANGE
THE CONCEPT TO A
METRIC VARIABLE?

- رغم أن الفروض العلمية غالبًا ما تُصاغ باستخدام مفاهيم مجردة أو نظرية (Conceptual Variables) مثل "الثقة بالمنصة" أو "الوعي الرقمي"، فإن اختبارها ميدانيًا يتطلب تحويلها إلى متغيرات قابلة للقياس الكمي (Metric Variables).

✓ مثال: يمكن تحويل مفهوم "مستوى التعليم" إلى "السنوات الدراسية المكتملة"، أو "أعلى مرحلة تعليمية حصل عليها المبحوث".

وبالتطبيق على المثال السابق بشأن كثافة مشاهدة الطالب للمحتوى التوعوي، يمكن القياس كما يلي:

2. تحديد المتغيرات:

CONCEPTUAL
VARIABLESMETRIC
VARIABLESVARIABLES
METRIC

المفهوم المجرد: كثافة مشاهدة المحتوى التوعوي:

هو مفهوم يشير إلى مدى تعرّض الفرد لمحتوى إعلامي يهدف إلى التوعية (مثل: التوعية الصحية، البيئية، الحقوقية، أو السلوكية) على المنصات الرقمية أو التلفزيونية أو غيرها. لكن هذا المفهوم لا يمكن قياسه مباشرة لأنه مجرد (Abstract).

كيف نحوله إلى متغير قابل للقياس (متغير قياسي Metric Variable)؟

- نستطيع تحويل المفهوم إلى متغيرات كمية ملموسة يمكن جمع بيانات حولها، بعدة طرق.
- من الأفضل دمج أكثر من طريقة للحصول على نتائج دقيقة وشاملة.
- يجب التأكد من أن المتغير النهائي واضح، قابل للقياس، ومفهوم للمبحوثين.

ومن أمثلة هذه الطرق ما يلي:

المُحاضرة
الخامسة

2. تحديد المتغيرات:

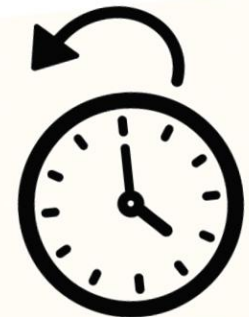
1. قياس الزمن: مثل "عدد الساعات الأسبوعية التي يقضيها الفرد في مشاهدة المحتوى التوعوي".

مثال لسؤال استبيان: 

"في المتوسط، كم ساعة تقضي أسبوعيًا في مشاهدة محتوى توعوي (مثل حملات التوعية، فيديوهات تعليمية، برامج تثقيفية، أفلام وثائقية) على المنصات الرقمية؟"

بدائل الإجابة: 

- أقل من ساعة.
- 1 – 3 ساعات.
- 4 – 6 ساعات.
- أكثر من 6 ساعات.



TIME-BASED
APPROACH

المُحاضرة
الخامسة

2. تحديد المتغيرات:

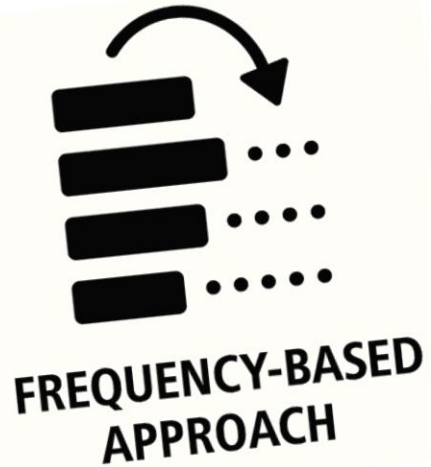
2. قياس التكرار: مثل "عدد مرات مشاهدة المحتوى التوعوي خلال آخر أسبوع / شهر".

مثال لسؤال استبيان: 🧠

"كم مرة شاهدت محتوى توعويًا خلال الأسبوع الماضي؟"

بدائل الإجابة: 📋

- لم أشاهد أي محتوى.
- مرة أو مرتين.
- من 3 إلى 5 مرات.
- أكثر من 5 مرات.



المُحاضرة
الخامسة

2. تحديد المتغيرات:

3. قياس عدد منصات التعرض: مثل "كثافة المُشاهدة حسب المنصة الإعلامية".

مثال لسؤال استبيان:

"خلال الأسبوع الماضي، كم مرة شاهدت محتوى توعويًا على كل منصة من المنصات التالية؟"
(اختر العدد التقريبي للمُشاهدات خلال الأسبوع الماضي)

بدائل الإجابة:

المنصة الإعلامية	لم أشاهد	2-1	5-3	10-6	أكثر من 10 مرات
Facebook					
YouTube					
Instagram					
TikTok					
X					
منصات أخرى (حددها):					

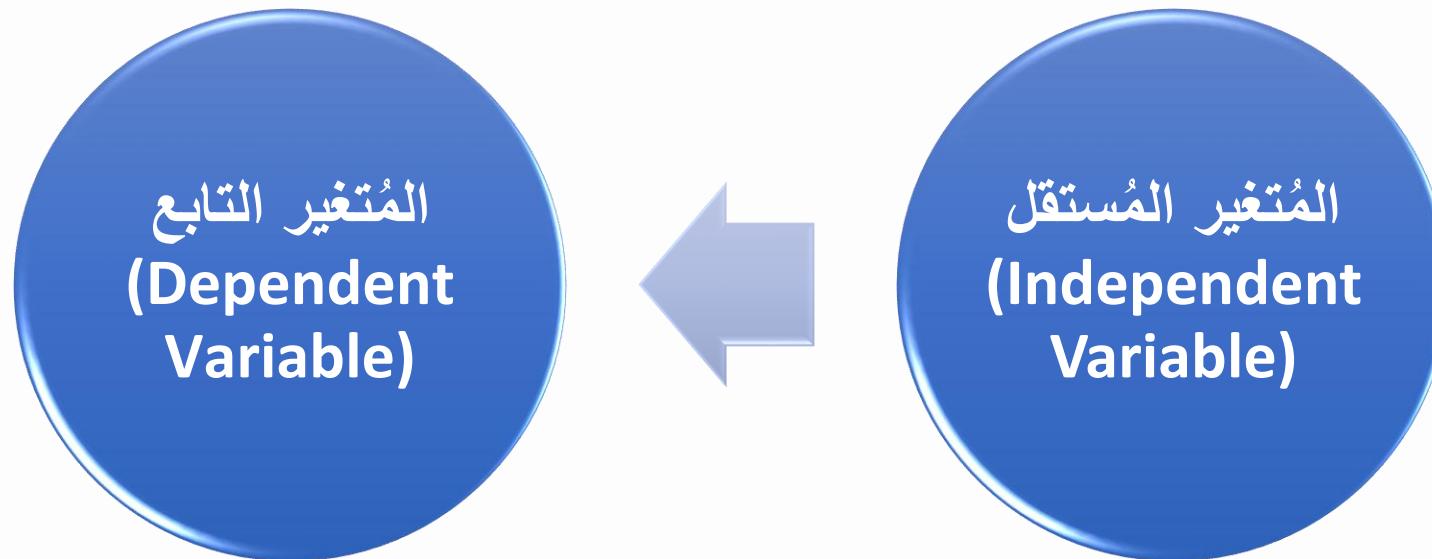


2. تحديد المتغيرات:

ما هي أنواع المتغيرات؟ 🔍

أنواع المتغيرات:-

(أ) المتغيرات الأساسية (Primary Variables):



المُحاضرة
الخامسة

2. تحديد المتغيرات:

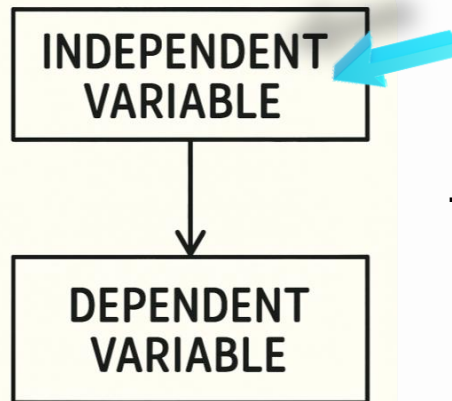
(أ) المتغيرات الأساسية:

1) المتغير المستقل (Independent Variable):

- هو العامل الذي يُفترض أن يكون له تأثير على مُتغير آخر يُعرف بالمتغير التابع، أي أن له دورًا تفسيريًا أو سببيًا.
- في البحوث التجريبية، يقوم الباحث بضبط هذا المتغير أو تغييره عمدًا لدراسة أثره.
- أما في البحوث غير التجريبية، فيكتفي الباحث بملاحظته أو تصنيفه كما هو موجود في الواقع دون التدخل فيه.

✓ على سبيل المثال: عند دراسة العلاقة بين "عدد الإعلانات الرقمية التي يراها المستهلك يوميًا" و"نية الشراء"، فإن عدد الإعلانات هو المتغير المستقل، سواء قام الباحث بعرض عدد معين منها (في التجريب) أو اكتفى بقياس ما يتعرض له المستهلك بالفعل (في الملاحظة).

✳ **نصيحة للباحث:** عند تحديد المتغير المستقل، تأكد من أنه يمكن تعريفه وقياسه بدقة، سواء من خلال التجريب أو الملاحظة. ولا يشترط أن يكون دائمًا تحت سيطرتك.



VARIABLE

المُحاضرة
الخامسة

2. تحديد المتغيرات:

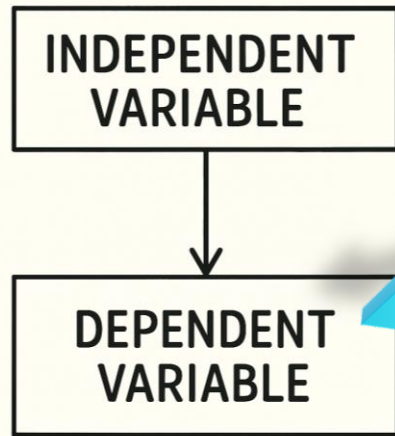
(أ) المتغيرات الأساسية:

(2) المتغير التابع (Dependent Variable):

- هو المتغير الذي يسعى الباحث إلى تفسيره أو قياس أثر العوامل الأخرى عليه (وتحديدًا أثر المتغير المُستقل).
- يُفترض أن التغير في هذا المتغير يحدث نتيجة لتأثير المتغير المُستقل، سواء كان هذا التأثير ناتجًا عن تدخل الباحث في الدراسات التجريبية أو عن الملاحظة في الدراسات غير التجريبية.

✓ على سبيل المثال: إذا كان الباحث يدرس "تأثير عدد الإعلانات الرقمية على نية الشراء"، فإن "نية الشراء" هي المتغير التابع.

✳ **نصيحة للباحث:** المتغير التابع يجب أن يكون قابلاً للملاحظة والقياس بدقة، وأن يعكس الفكرة التي تحاول اختبارها في بحثك.



VARIABLE

2. تحديد المتغيرات:



WHAT'S THE
SECONDARY VARIABLE?

(ب) متغيرات مساندة أو داعمة (Secondary/ Supporting Variables):

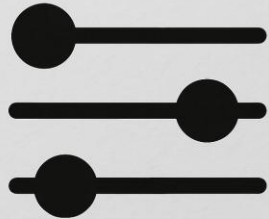
- هي المتغيرات التي لا تكون محور الدراسة، لكنها ضرورية لفهم أو تفسير أو ضبط العلاقة بين المتغيرات الأساسية.
- فإلى جانب المتغيرات الأساسية (المُستقل والتابع)، هناك أنواع متعددة من المتغيرات تظهر حسب تصميم الدراسة وأهدافها، ومن أبرزها: المتغيرات الضابطة والمتغيرات الوسيطة.

سنتناول كل منها بإيجاز فيما يلي:

المُحاضرة
الخامسة

2. تحديد المُتغيرات:

(ب) مُتغيرات مُساندة أو داعمة (Secondary/ Supporting Variables):

CONTROL
VARIABLES

(1) المُتغيرات الضابطة (Control Variables):

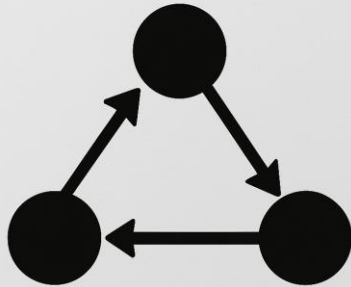
- تتأثر المُتغيرات التابعة في كثير من الأحيان بِمُتغيرات أخرى بالإضافة إلى المُتغيرات المُستقلة التي يحددها الباحث. ودون تحديد هذه المُتغيرات الأخرى، فإن العلاقة بين المُتغير المُستقل والتابع قد لا تكون واضحة.
- بعبارة أخرى، فالمُتغيرات التابعة قد تتأثر بعوامل إضافية لا تكون من صلب الفرضية، لكنها قد تؤثر على العلاقة بين المُتغير المُستقل والتابع. فإذا لم تُؤخذ هذه المُتغيرات في الاعتبار، قد تكون النتائج غير دقيقة أو مضللة أو متحيزة.

- ✓ على سبيل المثال: قد تختلف العلاقة بين كثافة تعرض الطالب للمحتوى التوعوي التفاعلي وحجم مشاركته في حملات التوعية الرقمية تبعاً للنوع الاجتماعي (ذكور/ إناث). فقد تكون العلاقة إيجابية لدى الإناث وسلبية لدى الذكور.
- لذلك، يجب على الباحث "ضبط" مُتغير النوع عند تحليل البيانات.
 - ويمكن القيام بذلك إما باستخدام أساليب إحصائية متقدمة أو بتحليل العلاقة بشكل منفصل داخل عيّنتين: إحداهما تمثل الذكور، والأخرى تمثل الإناث.

المُحاضرة
الخامسة

2. تحديد المتغيرات:

(ب) متغيرات مُساندة أو داعمة (Secondary/ Supporting Variables):

MEDIATING
VARIABLES

(2) المتغيرات الوسيطة (Intervening / Mediating Variables):

- المتغير الوسيط هو متغير يُسهم في تفسير كيفية حدوث العلاقة بين المتغيرين: المُستقل والتابع.
- أحيانًا، لا تؤثر المتغيرات المُستقلة مباشرة على المتغيرات التابعة، بل تمر هذه العلاقة عبر ما يُعرف بـ "المتغير الوسيط".
- بمعنى آخر، فإن المتغير المُستقل يحدث تأثيرًا أوليًا على المتغير الوسيط، والذي بدوره يؤثر على المتغير التابع. وبالتالي، يكون المتغير الوسيط بمثابة "حلقة وصل" تفسيرية تُوضح كيف ولماذا يحدث التأثير من المُستقل إلى التابع.
- وتظهر هذه العلاقة بشكل أوضح من خلال الرسم التالي، الذي يُوضح كيف يؤثر المتغير المُستقل على المتغير الوسيط، ثم ينتقل التأثير إلى المتغير التابع:

المتغير التابع



المتغير الوسيط



المتغير المُستقل

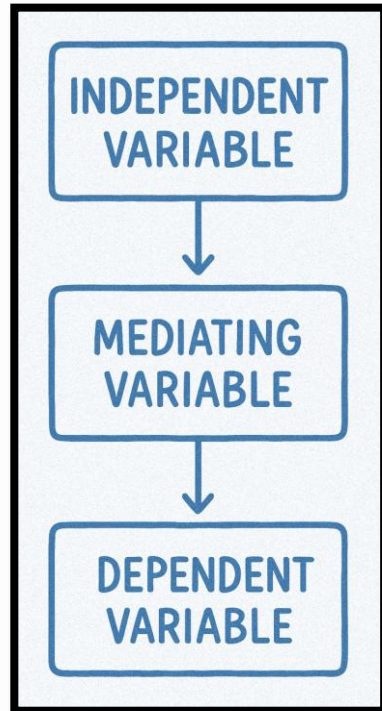
المُحاضرة
الخامسة

2. تحديد المتغيرات:

(ب) متغيرات مُساندة أو داعمة (Secondary/ Supporting Variables):

(2) المتغيرات الوسيطة (Intervening / Mediating Variables):

- ✓ على سبيل المثال: إذا افترضنا أن كثافة مُشاهدة الطالب للمُحتوى التوعوي (المتغير المُستقل) يؤثر على سلوكه الرقمي (المتغير التابع)، فقد يكون السبب في هذا التأثير هو أن هذا المُحتوى يزيد من الوعي بالمخاطر الرقمية، والذي بدوره يؤدي إلى تحسين السلوك الرقمي.
- في هذه الحالة، الوعي بالمخاطر الرقمية هو المتغير الوسيط لأنه العامل الذي افترضنا أن يتأثر بالمُشاهدة أولاً، ثم يُسهم لاحقاً في تشكيل السلوك الرقمي.
 - وهنا، يمكن للباحث تقديم هذا التصور من خلال رسم يُبيّن اتجاهات التأثير بين المتغيرات، على النحو التالي:

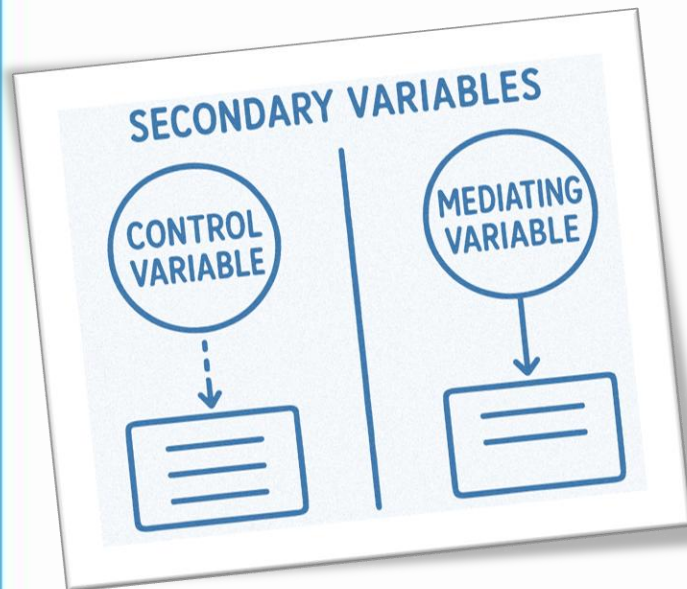


المُحاضرة الخامسة

2. تحديد المتغيرات:

الفرق الأساسي بين المتغير الوسيط والمتغير الضابط هو أن:

- **المتغير الوسيط** هو المتغير الذي يتوسط العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع. أي أن: المتغير المستقل يؤثر أولاً على المتغير الوسيط، ثم هذا المتغير الوسيط يؤثر بدوره على المتغير التابع.
- **المتغير الضابط** هو المتغير الذي لا يكون محل الدراسة المباشرة، لكنه قد يؤثر في العلاقة بين المتغير المستقل والتابع، ولهذا يقوم الباحث "بالتحكم فيه" لضمان أن النتائج تعكس العلاقة الحقيقية بين المتغيرات الأساسية.



✳️ خلاصة الفرق:

- ☐ **المتغير الوسيط:** جزء من سلسلة التأثير، يدخل ضمن التحليل.
- ☐ **المتغير الضابط:** عامل خارجي يُضبط لتفادي تأثيره على النتائج. فهو لا يُفترض أن يكون له علاقة بالمستقل، لكنه قد يؤثر في التابع، مما يتطلب التحكم فيه.

المُحاضرة
الخامسة

2. تحديد المتغيرات:

تدريب تطبيقي قصير على تحديد المتغيرات:

إذا أردنا دراسة تأثير "المحتوى الرقمي العنيف" على "سلوك العنف لدى المراهقين"،
في هذه الحالة قم بتحديد ما يلي:

- ما هو المتغير المستقل؟
- ما هو المتغير التابع؟
- اقترح تعريفًا مفاهيميًا لأحد هذه المتغيرات.
- قم بتحويل هذا التعريف المفاهيمي إلى تعريف إجرائي (حدد كيف يمكن قياسه).



03

الخطوة الثانية: تصميم البحث



تساؤلات البحث
(Research Questions)



3. تساؤلات البحث:



تساؤلات البحث:

- بعد أن يُحدد الباحث مُشكلته البحثية بدقة، يبدأ في تقسيمها إلى مُشكلات فرعية، لِيُجيب عنها من خلال تساؤلات بحثية واضحة.
- يُمكن أن تُصاغ تساؤلات الدراسة على هيئة سؤال رئيس وعدة أسئلة فرعية، أو تُكتفى بالأسئلة الفرعية فقط، بشرط أن تغطي هذه الأسئلة كل جوانب المُشكلة.

معايير صياغة تساؤلات البحث الجيدة:

- أن تُستمد مباشرة من المُشكلة البحثية.
- ألا تكون إجابتها متاحة مسبقًا، وإنما يتم التوصل إليها من خلال إجراء البحث.
- أن تُعبّر عن أبعاد الظاهرة بشكل شامل ومنظم.

RESEARCH
QUESTIONS

المُحاضرة
الخامسة

3. تساؤلات البحث:

✓ أمثلة لتساؤلات بحثية:

- ما أسباب عزوف الشباب عن متابعة القنوات التليفزيونية التقليدية؟
- كيف تُغطي القنوات الفضائية العربية الأحداث السياسية الجارية؟
- ما أبرز استراتيجيات الإقناع في الحملات الإعلانية على منصات التواصل الاجتماعي؟

🔍 متى نستخدم التساؤلات؟

- في بعض الدراسات الوصفية أو الاستكشافية التي تهدف إلى جمع معلومات أولية دون اختبار علاقات سببية.
- في بعض المجالات الجديدة التي لم يُكتب عنها كثيرًا من الأدبيات السابقة.
- عندما تكون المعلومات المتوفرة قليلة، أو لا تُتيح بناء توقعات واضحة.

WHEN TO
USE
QUESTIONS

04

الخطوة الثانية: تصميم البحث



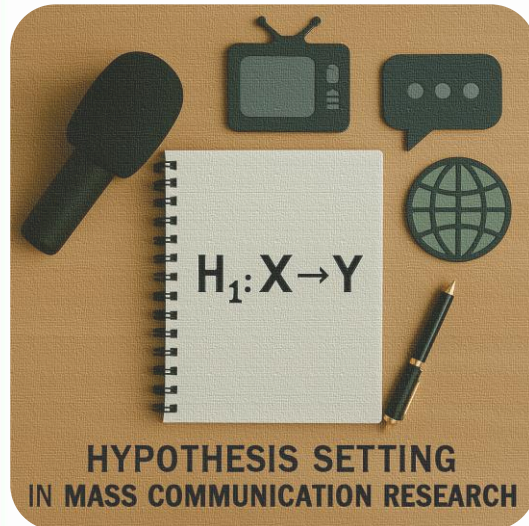
وضع الفرضية
(Setting the Hypothesis)



المُحاضرة
الخامسة

4. وضع الفرضية:

وضع الفرضية:



- ترتبط صياغة الفروض العلمية بالأهداف التي يسعى الباحث لتحقيقها من خلال دراسته. ويمكن النظر إلى الغرض من الفرض باعتباره **تعميمًا مؤقتًا** أو **تفسيرًا احتماليًا** للعلاقة بين متغيرين أو أكثر، يتم التحقق منه لاحقًا من خلال إجراءات البحث العلمي، سواء بالملاحظة أو بالتجربة.
- وتُشكّل هذه الفرضيات الإطار الذي تُبنى عليه المراحل اللاحقة، خاصة جمع البيانات وتحليلها.
- ويُعرف الفرض العلمي بأنه "عبارة مؤقتة تفترض وجود علاقة بين متغيرات معينة، ويمكن اختبارها والتحقق من صحتها في إطار الواقع الاجتماعي المدروس".
- فكل فرض علمي هو **تفسير مبدئي للظاهرة محل الدراسة**، فإذا ثبتت صحته من خلال الدراسة أصبح قاعدة قابلة للتعميم تُستخدم لتفسير ظواهر مشابهة. أما إذا تم رفضه، فذلك يُعد بدوره نتيجة علمية تُساهم في تصحيح المسار المعرفي للبحث.
- وتأتي الفرضية البحثية بناءً على أسئلة البحث، حيث يُقدّم الباحث فرضية أو فرضيات بحثية (تكون كل منها إما **فرضية صفرية** أو **فرضية بديلة**).

✓ **مثال:** قد يفترض الباحث أن "الإعلانات الرقمية تؤثر بشكل أكبر على الشباب مقارنة بالإعلانات التقليدية".

المُحاضرة
الخامسة

4. وضع الفرضية:

ما الفرق بين الفرضية الصفريّة والفرضية البديلة؟

(1) الفرضية الصفريّة (H_0) Null Hypothesis:

- تفترض عدم وجود علاقة أو تأثير بين المتغيرات. وعادة ما يسعى الباحث لرفض هذا الفرض الصفري.
✓ مثال: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التحصيل الدراسي بين الطلاب الذين يدرسون بالأسلوب الرقمي مقارنة بالأسلوب التقليدي".

(2) الفرضية البديلة (H_1) Alternative Hypothesis:

- تفترض وجود علاقة أو تأثير بين المتغيرات. وعادة ما يسعى الباحث لقبول هذا الفرض البديل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيراته.
✓ مثال: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التحصيل الدراسي بين الطلاب الذين يدرسون بالأسلوب الرقمي مقارنة بالأسلوب التقليدي".

THE DIFFERENCE BETWEEN THE
NULL AND THE ALTERNATIVE HYPOTHESESNull
Hypothesis H_0 no effect
or relationshipAlternative
Hypothesis H_1 an effect or
relationship

المُحاضرة الخامسة

4. وضع الفرضية:

متى نستخدم الفرضيات؟

- عندما يكون لدى الباحث إطار نظري أو دراسات سابقة تساعد على توقع علاقات بين المتغيرات.
- في الدراسات التي تهدف إلى اختبار علاقة سببية، مثل الدراسات التجريبية أو التحليلية.
- عندما يكون الهدف من البحث هو التحقق من تأثير متغير على آخر.



IMPORTANCE OF HYPOTHESES IN SCIENTIFIC RESEARCH



ما أهمية الفروض في البحث العلمي؟

- توجّه الباحث في جمع البيانات وتحليلها.
- تساعد على تحديد المتغيرات الرئيسية في الدراسة.
- توفر إطارًا منطقيًا لتفسير النتائج.
- تُعزز من دقة الدراسة ومن إمكانية تعميم نتائجها لاحقًا.

✓ أمثلة لفروض بحثية:

- ✓ "توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للإعلانات الرقمية والاتجاه نحو الشراء لدى المُستخدمين".
- ✓ "تختلف درجة الثقة في المحتوى الإخباري بين مُستخدمي المواقع الإخبارية التقليدية ومُستخدمي منصات التواصل الاجتماعي".

المُحاضرة
الخامسة

4. وضع الفرضية:

خصائص الفرض العلمي الجيد:

- **القابلية للاختبار (Testability):** لا يُعد الفرض ذا قيمة علمية ما لم يكن قابلاً للقياس باستخدام أدوات البحث. فلا فائدة من فرض لا يمكن قياسه أو التحقق منه بطريقة منهجية.
- **الوضوح والدقة:** يجب أن يكون كل مفهوم أو مُتغير في صياغة الفرض مُحددًا بدقة. وهذا يتطلب تقديم تعريفات واضحة للمفاهيم الأساسية في الفرض.
- **الواقعية والسياق الاجتماعي:** يجب أن ينطلق الفرض من الواقع أو الظاهرة المدروسة وقابلاً للقياس في سياق البيئة الاجتماعية أو الإعلامية التي ينتمي إليها البحث.
- **إمكانية إدخال مُتغيرات وسيطة (Intervening Variables):** في بعض الأحيان، تُضاف مُتغيرات مُساعدة لاختبار دقة العلاقة المُفترضة بين المُتغيرين الأساسيين، أو للكشف عن العوامل المؤثرة في هذه العلاقة. ويُعد هذا مهماً بشكل خاص في البحوث الاجتماعية والإعلامية التي غالباً ما تتسم بوجود عوامل متداخلة ومُتغيرة.

CHARACTERISTICS
OF A GOOD SCIENTIFIC
HYPOTHESIS

TESTABILITY

CLARITY AND
PRECISIONREALISM AND
SOCIAL CONTEXTINTERVENING
VARIABLES

المُحاضرة
الخامسة

4. وضع الفرضية:

ما الفرق بين التساؤلات والفروض؟



عنصر المُقارنة	التساؤلات	الفروض
الهدف	وصف الظاهرة أو جمع معلومات	اختبار علاقات سببية بين مُتغيرات
نوع الدراسة	وصفية، استكشافية	تحليلية، تجريبية
الصياغة	تبدأ بـ: ما، كيف، لماذا...	صيغة تُعبّر عن علاقة بين متغيرين أو أكثر
التوقعات المُسبقة	لا يتطلب توقعًا مسبقًا	يتطلب توقعًا مبنيًا على دليل علمي
التحليل الإحصائي	ممكن، لكنه ليس ضروريًا	ضروري لاختبار صحة الفرض

4. وضع الفرضية:

ما الفرق بين التساؤلات والفروض؟

نموذج تطبيقي من دراسات الإعلام:

♦ عنوان الدراسة: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مشاركة الشباب في المبادرات المجتمعية.

أمثلة لتساؤلات مُحتملة:

- ما مدى استخدام الشباب لمنصات التواصل الاجتماعي؟
- ما نوع المحتوى الذي يتفاعل معه الشباب بشكل أكبر؟
- ما العوامل التي تحفزهم على المشاركة في حملات توعية عبر الإنترنت؟

أمثلة لفروض مُحتملة:

- توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين عدد ساعات الاستخدام اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي ودرجة المشاركة المجتمعية.
- يؤثر نوع المحتوى (مرئي/ نصي) بشكل دال إحصائياً على درجة تحفيز الشباب للمشاركة.



4. وضع الفرضية:

تدريب تطبيقي قصير:

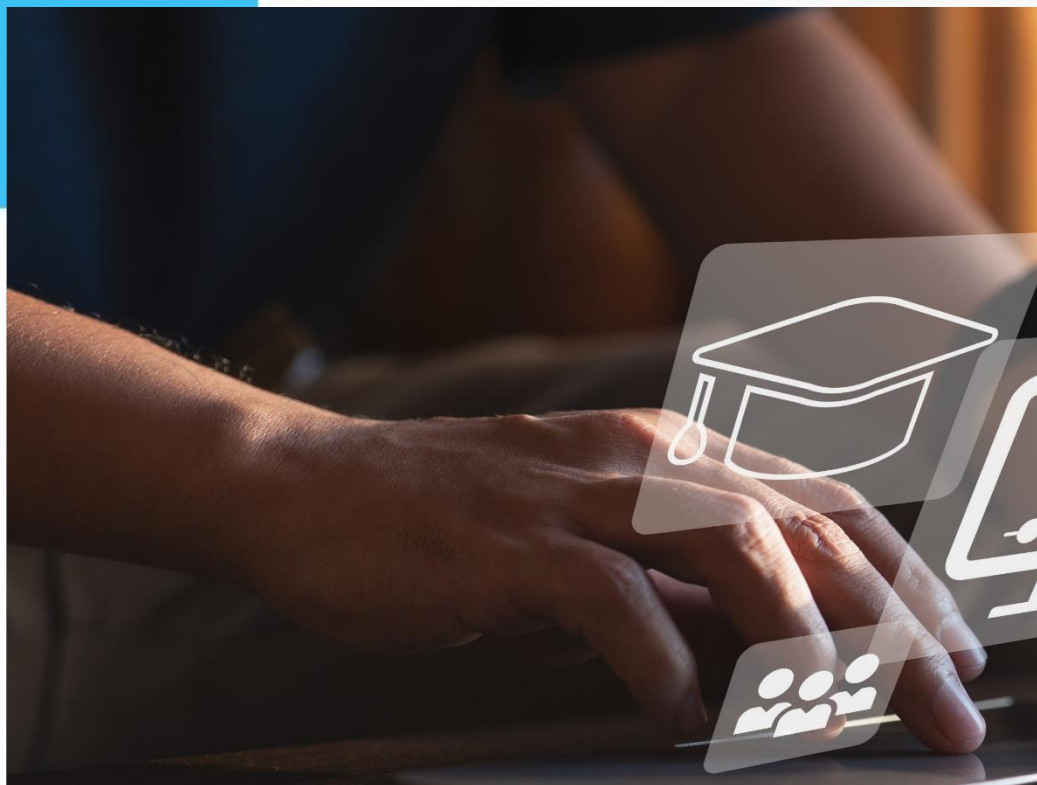
♦ الموضوع البحثي:

"تأثير استخدام الإنفوجرافيك على فهم مُستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي للمُحتوى الإخباري"

في الموضوع السابق، قم بتحديد ما يلي:

- المتغير المُستقل والمتغير التابع.
- هل هذا الموضوع البحثي يحتاج لتساؤلات أم فروض؟ ولماذا؟
- ما هي التساؤلات المُحتملة لهذا الموضوع؟
- ما هي الفروض المُحتملة لهذا الموضوع؟





الخلاصة Conclusion

الْخُلَاَصَة

تَحْدِيد مُتَغْيِرَات الْبَحْث وَصِيَاغَة التَّسَاوُلَات وَالفُرُوض:

1. مُقْدَمَة.
2. اسْتِكْمَال الْخَطْوَة الثَّانِيَة: تَصْمِيم الْبَحْث:
 - تَحْدِيد الْمُتَغْيِرَات.
 - تَسَاوُلَات الْبَحْث.
 - صِيَاغَة الْفَرْضِيَة.
3. الْمَرَا جِع.

05



المراجع
References

5. المراجع:

(1) مراجع أجنبية:

- Berg, B. & Lune, H. (2014). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*. Pearson Education.
- Croucher, S. M., & Cronn-Mills, D. (2015). *Understanding Communication Research Methods: A Theoretical and Practical Approach*. Routledge.
- Faulkner, S. S., & Faulkner, C. A. (2018). *Research Methods for Social Workers: A Practice-Based Approach*. Oxford University Press. Retrieved at:
- https://books.google.com.eg/books?hl=en&lr=&id=ch5pDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=research+methods+for+social+work&ots=ixMRcCjGta&sig=DZUwyw75OOImkhLv5q_kWq9v8xg&redir_esc=y#v=onepage&q=research%20methods%20for%20social%20work&f=false
- Habib, M., Maryam, H., & Pathik, B. B. (2014). *Research Methodology-Contemporary Practices: Guidelines for Academic Researchers*. Cambridge Scholars Publishing.

5. المراجع:

(2) مراجع عربية:

- الحاج، ك. (2020). *مناهج البحث الإعلامي*. الجامعة الافتراضية السورية.
- الكامل، ف. (2023). *تأثير وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي: الأسس النفسية والاجتماعية والنظريات العلمية*. ط 1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- الكامل، ف. (2001). *بحوث الإعلام والرأي العام*. دار النشر للجامعات. ط 1. القاهرة.
- المحمودي، م. س. ع. (2019). *مناهج البحث العلمي*. ط 3. دار الكتب.
- المشهداني، س. (2020). *مناهج البحث الإعلامي*. ط 2. دار الكتاب الجامعي. الإمارات.
- عبد الحميد، م. (2000). *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*. ط 1، عالم الكتب.



Thank You