

مناهج البحث الإعلامي

Media Research Methods

إعداد: د. علياء قمر

DGM 336

المُحاضرة الثالثة

أهمية دراسة المُشكلة البحثية وأهدافها

لطلاب الإعلام والتسويق



المُحاضرة الثالثة



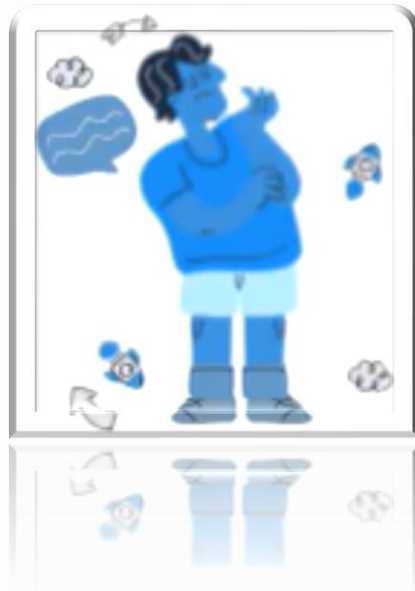
تناولنا في المُحاضرة السابقة:

1. خطوات إجراء البحث العلمي.
2. الخطوة الأولى: صياغة المُشكلة:
 - أهمية المُشكلة البحثية.
 - مفهوم المُشكلة البحثية.
 - مصادر التعرف على المُشكلات البحثية.
 - خطوات تحديد المُشكلة البحثية.
 - صياغة المُشكلة البحثية.

مُحاور المُحاضرة

أهمية دراسة المُشكلة البحثية وأهدافها:

1. مُقدمة.
2. الخطوة الأولى: صياغة المُشكلة:
 - عنوان البحث.
 - مُقدمة البحث.
 - أهداف البحث.
 - أهمية البحث.
 - مُراجعة الثُراث الأدبي.
3. المراجع.



01

الخطوة الأولى: صياغة المشكلة



مقدمة

Introduction



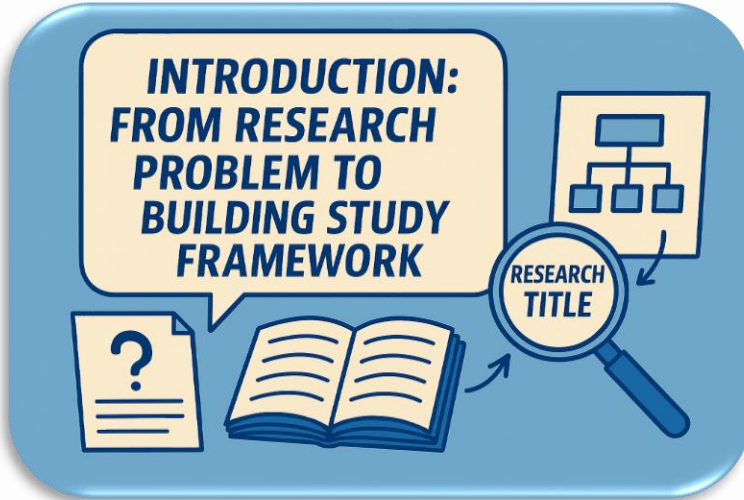
1. مُقدمة:

مُقدمة: من مُشكلة البحث إلى بناء الدراسة:

في المحاضرة السابقة، ناقشنا الخطوة الأولى في مسار البحث العلمي، وهي "تحديد المُشكلة البحثية". وذكرنا أن المُشكلة تمثل جوهر البحث، وهي التي تُبنى عليها كافة عناصر الدراسة. واليوم، سنكمل معًا مُختلف العناصر المُرتبطة بهذه الخطوة الأولى، والتي تشمل العناصر التالية:

- عنوان البحث.
- مُقدمة الدراسة.
- أهداف البحث.
- أهمية البحث.
- مُراجعة الثُراث الأدبي.

وكل هذه العناصر ترتبط بشكل مباشر بالمُشكلة البحثية، وتمثل تطويرًا وامتدادًا لها.



02

الخطوة الأولى: صياغة المُشكلة



عنوان البحث
Research Title



المُحاضرة
الثالثة

2. عنوان البحث:

عنوان البحث:

يُعد عنوان البحث هو التعبير اللفظي المكثف عن مضمون الدراسة، ويُعد أول ما يلفت انتباه القارئ، ويُعطي فكرة شاملة عن المجال، المتغيرات، والعلاقات قيد الدراسة.

لذا، فالعنوان الجيد لا يُكتب بشكل عشوائي، بل يُصاغ بعناية ليُعبر عن بعض العناصر التي قد تشمل:

- موضوع البحث.
- عناصر المُشكلة والمتغيرات التي سيدرسها الباحث.
- العلاقة بين هذه المتغيرات.
- الفئة المستهدفة (مثل: طلاب الجامعة – جمهور تيك توك – مُحترى الحملات الإعلانية).
- أحياناً النطاق الجغرافي (مثل: الريف المصري – الخليج – المناطق الساحلية).
- أو الزمن (خلال أزمة كورونا – الانتخابات البرلمانية لعام 2027).



المُحاضرة
الثالثة

2. عنوان البحث:

ومن أمثلة ذلك:-

العنوان:

"تأثير مُحتوى المؤثرين على قرار الشراء لدى طلاب الجامعات الأردنية"

✦ هذا العنوان يشمل:

- عناصر المُشكلة والمتغيرات التي سيدرسها الباحث: تأثير مُحتوى المؤثرين على قرار الشراء.
- الفئة المستهدفة: طلاب الجامعات الأردنية.
- النطاق الجغرافي: الأردن.
- العلاقة بين هذه المتغيرات: سبب ونتيجة (تأثير).



المُحاضرة
الثالثة

2. عنوان البحث:

كيف يمكن تقييم جودة عنوان البحث؟

العنوان الجيد لابد وأن يراعي عدد من العناصر، أبرزها:-

1. **الوضوح:** استخدم كلمات واضحة ومباشرة. وتجنّب الكلمات المعقدة أو القديمة أو الغامضة.

✗ مثال غير واضح: "استبصارات إعلامية عن مفاعيل الاستهداف الرقمي".

✓ الأفضل: "تحليل أثر الإعلانات الرقمية على تفضيلات الجمهور في إنستجرام".

2. **الإيجاز (مع تجنب الإخلال):** يجب أن يعبر العنوان عن المعنى المطلوب باستخدام أقل عدد ممكن من الكلمات.

فلا يجب أن تكتب عنوانًا طويلًا جدًا يرهق القارئ، ولا أن تختصر لدرجة أن يصبح العنوان عامًا جدًا.

✗ مثال غير موجز: "دور تطبيقات الفيديو القصير مثل تيك توك في إعادة تشكيل أنماط التواصل الإعلامي لدى المراهقين في العالم العربي".

✓ الأفضل: "تأثير تيك توك على أنماط التواصل الإعلامي لدى المراهق العربي".



المُحاضرة
الثالثة

2. عنوان البحث:

كيف يمكن تقييم جودة عنوان البحث؟

العنوان الجيد لابد وأن يراعي عدد من العناصر، أبرزها:-

3. الشمول: كما ذكرنا سابقًا، يُفضل أن يتضمن عنوان الدراسة العناصر الأساسية التي تُعبّر بدقة عن محتواها، وهي:

- المتغيرات الرئيسية: مثل (الإعلان، الجمهور، النية الشرائية، ...).
- الفئة المستهدفة: مثل (طلاب الجامعات، مستخدمو تيك توك، متابعو المؤثرين، ...).
- المجال أو السياق: مثل (الإعلام الرقمي، الإعلام الاجتماعي، التسويق الإلكتروني، ...).

4. الترتيب المنطقي: احرص على أن تُرتب كلمات العنوان بطريقة منهجية.

- ✗ مثال غير منهجي: "التحصيل الدراسي لدى طلاب الإعلام ومدى تأثيره بمتابعة البودكاست التعليمي".
- ✓ الأفضل: "تأثير البودكاست التعليمي على التحصيل الدراسي لدى طلاب الإعلام".



2. عنوان البحث:

كيف يمكن تقييم جودة عنوان البحث؟

العنوان الجيد لابد وأن يراعي عدد من العناصر، أبرزها:-

5. **عدم التحيز أو التعميم:** لا يجب أن تفترض النتائج في العنوان.

✗ مثال متحيز: "نجاح المؤثرين في تغيير سلوك الشباب".

✓ الأفضل: "تأثير المؤثرين على سلوك الشباب".



6. **احترام السياق الثقافي:** لا تستخدم عبارات قد تكون غير لائقة أو لا تناسب القيم الاجتماعية للمجتمع الذي يتم فيه البحث.

✗ مثال غير لائق: "السلوك المنحرف للمراهقين بسبب فيديوهات التيك توك".

✓ الأفضل: "تأثير محتوى تيك توك على السلوك الرقمي للمراهقين".

المُحاضرة
الثالثة

2. عنوان البحث:

كيف يمكن تقييم جودة عنوان البحث؟

العنوان الجيد لابد وأن يراعي عدد من العناصر، أبرزها:-

7. إمكانية تنظيم العنوان في سطرين (إن لزم الأمر): عندما يكون العنوان مركبًا أو معقدًا أو يتضمن أبعادًا متعددة، يمكن تقسيمه إلى جزأين:

✓ مثال: "التفاعل مع محتوى المؤثرين على تيك توك ودوره في تشكيل الاتجاهات الشرائية لدى طلاب الإعلام".

ملحوظة ختامية:

رغم أن العنوان قد يُختصر أحيانًا، إلا أنه يجب أن يكون مرآة للمشكلة البحثية التي تم عرضها داخل البحث. لذا، كلما كان العنوان دقيقًا ومنظمًا، ساعد القارئ على فهم مضمون البحث وساعد الباحث على توجيه دراسته بشكل أفضل.



المُحاضرة
الثالثة

2. عنوان البحث:

ماذا تتضمن صفحة عنوان البحث العلمي؟

- تختلف صفحة العنوان في الأبحاث الأكاديمية باختلاف نوعها وهدفها، حيث تتنوع بين الرسائل الجامعية (الماجستير والدكتوراه)، أبحاث التخرج (البكالوريوس)، والأبحاث المنشورة في المجلات المُحكّمة.
- ففي الرسائل الجامعية، تشمل صفحة العنوان عادةً: اسم الجامعة والكلية والقسم، وعنوان الرسالة، واسم الطالب، والدرجة العلمية التي يسعى للحصول عليها (ماجستير/ دكتوراه)، واسم المُشرف، وتاريخ المُناقشة.
- وتتشابه صفحة العنوان في أبحاث التخرج (مشاريع التخرج لطلاب البكالوريوس) مع ما سبق، حيث تحتوي أيضًا على: اسم الجامعة والكلية والقسم، وعنوان البحث، واسم الطالب/ أسماء الطلاب المشاركين، واسم المُشرف، والفصل الدراسي وسنة التخرج.

WHAT DOES THE
RESEARCH
TITLE PAGE
INCLUDE?RESEARCH
TITLE

المُحاضرة
الثالثة

2. عنوان البحث:

ماذا تتضمن صفحة عنوان البحث العلمي؟

- وفي المقابل، تختلف الأبحاث المنشورة في المجالات العلمية عن ما سبق، حيث تكون صفحة العنوان موجزة ومركزة، وتشمل: عنوان البحث، اسم/ أسماء الباحثين وارتباطاتهم المؤسسية، وملخص البحث (Abstract)، والكلمات المفتاحية للدراسة (Keywords)، وغير ذلك من البيانات التي قد تختلف باختلاف المجلة. وهنا يتوجب على الباحث الالتزام بتعليمات النشر الخاصة بكل مجلة.
- كل هذه الاختلافات تعكس طبيعة كل نوع من الأبحاث؛ فالرسائل وأبحاث التخرج تُعد جزءًا من متطلبات التخرج أو نيل الدرجة العلمية من الجامعة المانحة للدرجة، وبالتالي تُركز على الهوية الأكاديمية للطالب والمؤسسة التعليمية، بينما الأبحاث المنشورة تُصمم لتكون سهلة الوصول والتعريف في الأوساط الأكاديمية العالمية. كما أن أبحاث التخرج غالبًا ما تكون أقل تفصيلًا من الرسائل العلمية، حيث تُعد مقدمة للبحث الأكاديمي دون الدخول في تعقيدات الرسائل والأبحاث.

- وفيما يلي نعرض نماذج لشكل صفحة العنوان في كل من أبحاث التخرج والرسائل الجامعية، والأبحاث المنشورة في المجالات العلمية.



المُحاضرة
الثالثة

2. عنوان البحث:

1) نموذج صفحة العنوان في أبحاث التخرج والرسائل الجامعية:

جامعة
كلية
قسم

"عنوان البحث"
(عنوان فرعي - إن وُجد)

رسالة/ بحث مُقدم (ة) للحصول على درجة في الإعلام/ التسويق

إعداد
اسم الباحث

إشراف
اسم المُشرف
الدرجة العلمية للمُشرف

إشراف مُشارك - إن وُجد
اسم المُشرف المُشارك
الدرجة العلمية للمُشرف المُشارك

(التاريخ - يُفصل بالشهر والعام)

المُحاضرة
الثالثة

2. عنوان البحث:

(2) نموذج صفحة العنوان في الأبحاث المنشورة في المجلات العلمية:



المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون



الصفحة الرئيسية | تصفح | معلومات عن الدورية | دليل المؤلفين | ارسال المقالة | اتصل بنا | تسجيل الدخول | التسجيل

اتجاهات الطلاب والإعلاميين المصريين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام

نوع المستند : المقالة الأصلية

المؤلف
منى مجدي فرج عبد المقصود

الإستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة .

10.21608/EJSRT.2025.428454

المستخلص

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف اتجاهات الطلاب والإعلاميين المصريين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام. من خلال تحليل مدى قبولهم لهذه التقنيات وقياس مستوى تفتحهم في كفاءة هذه التطبيقات للقيام بالمهام الإعلامية الرئيسية. وقد اعتمدت الدراسة على اختبار نموذج يشرح العوامل المحفزة لتشكيل اتجاهات محابية نحو التوسع في استخدام هذه التطبيقات في المجال الإعلامي استناداً لنموذج قبول التكنولوجيا. تأتي هذه الدراسة الوصفية لتعتمد على منيح المسح بشقه الميداني باستخدام استبيان عبر الإنترنت لجمع البيانات من عينة تبلغ 100 من طاب كليات الإعلام الحكومية وشبه الحكومية إضافة إلى 225 من الإعلاميين والإعلاميات المصريين العاملين في وسائل إعلام مطبوعة وتلفزيونية وإذاعية ورقمية. وقد جاءت أبرز النتائج لتوضح سيادة الاتجاه الإيجابي نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بين الإعلاميين، الذين أكدوا على إسهام هذه التقنية في تحسين الإخراج الفني للمحتوى الإعلامي وزيادة كفاءة توزيع وتسويق الخبر الإعلامي إضافة إلى تحقيق معدلات عالية في التنبؤ بتوقعات الجمهور ورمد احتياجاته، كما أظهرت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين مستوى الثقة والرضا عن خدمات التطبيقات من جانب والاتجاهات الإيجابية نحو الاستخدام والتوسع المستقبلي من جانب آخر. وانتهت الدراسة إلى ضرورة تعزيز التدريب على مثل هذه التطبيقات سواء على مستوى المؤسسات الإعلامية أو الجامعات أو الجمهور العام في إطار التربية الإعلامية الرقمية، إضافة إلى أهمية تطوير سياسات تنظيمية تقنن الاستخدام وترشد التعامل مع التقنيات في إطار أخلاقي وقانوني يتواءم وأولويات المجتمع، مع تشجيع البحث العلمي لقياس تأثيرات الذكاء الاصطناعي على مستقبل الصحافة والإعلام وفتح أبواب الاستثمار الوطني وتطوير البنى التحتية.

الكلمات الرئيسية
تطبيقات الذكاء الاصطناعي، اتجاهات الطلاب والإعلاميين، المعرفة المدركة والحقيقية، مستوى الثقة، الكفاءة المدركة، نموذج قبول التكنولوجيا

المجلد 2025، العدد 32 - الرقم المسلسل للعدد 32 إبريل 2025 الصفحة 1-40

مشاهدة على SCINITO

ملفات
XML
2.03 M PDF

شارك

إرسال الاستشهاد إلى

إله الإحصائيات

03

الخطوة الأولى: صياغة المشكلة



مقدمة البحث

Research Introduction



المُحاضرة
الثالثة

3. مُقدمة البحث:

مُقدمة البحث:

- بعد صياغة عنوان البحث بالشكل المناسب في خطة البحث، يقوم الباحث بكتابة مُقدمة في حدود صفحة واحدة لتوضح للقارئ صورة الموضوع، وحتى يهيئ القارئ لمشكلة الدراسة وأهدافها.
- لذا، يجب أن تشمل المُقدمة تشمل مجموعة من الفقرات المرتبطة ارتباطًا وثيقًا بعنوان البحث.

ما هي وظيفة المُقدمة؟

- مُقدمة البحث ليست كلامًا إنشائيًا يصيغه الباحث، وإنما هي عملية تقديم واعية للبحث تبرز مدى خبرة الباحث وإلمامه بموضوع بحثه، وتقدم صورة واضحة لبداية الموضوع وأهميته وأبعاده، ولماذا تم اختياره، وما علاقته بالدراسات السابقة في المجال، وتصل في نهايتها إلى الشعور بوجود مُشكلة جديدة تستحق الدراسة والبحث.

RESEARCH
INTRODUCTION

المُحاضرة
الثالثة

3. مُقدمة البحث:

ما هي وظيفة المُقدمة؟

وعلى ذلك فإن المُقدمة يمكن أن تتضمن ما يلي:

- المجال العلمي الخاص بالبحث وأهميته.
- الموضوع الدقيق الذي يتم بحثه داخل المجال، وأهميته، ومدى الاهتمام به.
- النقص أو الخلل أو الدافع وراء القيام بالبحث، والذي يمثل مُشكلة البحث التي يحاول هذا البحث حلها.
- الشعور بالمُشكلة، والأدلة على وجود المُشكلة، مثل: دراسة استطلاعية قام بها الباحث، أو تأكيد الدراسات السابقة على وجود هذه المُشكلة، أو بعض نتائج أو توصيات للمؤتمرات المرتبطة بالمجال، أو خبرة الباحث في مجال البحث، أو آراء الخبراء والمُتخصصين في المجال، أو غير ذلك.
- التصور المقترح لدراسة هذه المُشكلة وحلها، وما توصلت إليه البحوث والدراسات السابقة في هذا المجال، والإضافة التي سوف يضيفها البحث الحالي.

- وبناءً على ما سبق، فوظيفة المُقدمة لا تقتصر على عرض المُشكلة فقط، بل تمتد للتأسيس لفهم شامل للبحث، كما تمهد الطريق إلى صياغة المُشكلة البحثية إما في نهاية المُقدمة، أو بعد الانتهاء من عرض الدراسات السابقة كما يُفضل بعض الباحثين.

RESEARCH
INTRODUCTION

المُحاضرة
الثالثة

3. مُقدمة البحث:

متى نكتب مُقدمة البحث العلمي؟

When to write a
research introduction?

- رغم أن ترتيب المقدمة يأتي في بداية أي بحث أو دراسة علمية، إلا أنه من حيث توقيت كتابتها، لا يُنصح بكتابتها بشكل نهائي في البداية الفعلية لكتابة البحث.
- بل يُفضل أن تكتب بشكل نهائي بعد الانتهاء من البحث، أو على الأقل بعد الانتهاء من تحديد: مشكلة البحث، والأهداف، والأسئلة أو الفرضيات والمنهج المُستخدم، وأيضًا بعد الاطلاع على الدراسات السابقة.
- ذلك لأن محتواها يتطلب فهمًا متكاملًا لباقي أجزاء البحث. لذلك تُكتب أحيانًا بعد الانتهاء من الخطة البحثية أو في المراحل الأخيرة من كتابة الفصل الأول في الرسائل الجامعية.

✨ الخلاصة:

- المقدمة يقع ترتيبها في بداية البحث، لكن لا تبدأ بكتابتها إلا بعد أن تكتمل لديك الصورة الكاملة عن البحث.
- وهي لا تحتوي على تفاصيل مثل الأهداف أو الأسئلة، لكنها تمهد لها بشكل منطقي وسهل.

المُحاضرة
الثالثة

3. مُقدمة البحث:

✓ مثال تطبيقي لكيفية صياغة مُقدمة بحث علمي:

- 1) البداية: جُملة مُعبرة عن الموضوع (مثلاً عن تأثير الإعلام الرقمي على السلوك الاستهلاكي).
- 2) عرض خلفية الموضوع: تطورات المجال، أو تحولات في الظاهرة.
- 3) أهمية الموضوع في السياق المُقترح: لماذا الموضوع مهم في السياق المحلي/الزماني؟
- 4) الثغرة البحثية: ماذا ينقص التراث الأدبي أو أين الفجوة البحثية؟
- 5) تمهيد للمشكلة: جملة تمهيدية لما سيأتي بعدها من عرض دقيق للمشكلة.

✓ مثال تطبيقي:

في السنوات الأخيرة، تحول الإعلام الرقمي إلى فاعل رئيس في تشكيل توجهات الجمهور، خاصة مع صعود المنصات التفاعلية. ومع ازدياد تأثير المؤثرين على تيك توك، ظهرت تساؤلات حول دورهم في توجيه القرارات الاستهلاكية للمراهقين. رغم وجود العديد من الدراسات حول سلوك المستهلك الرقمي، فإن الفئة العمرية الصغيرة لم تحظَ بنفس القدر من الاهتمام، مما يشير إلى فجوة بحثية تتطلب الدراسة.



04

الخطوة الأولى: صياغة المُشكلة



أهداف البحث

Research Objectives



4. أهداف البحث:

أهداف البحث:

Research
Objectives

- تُشتق أهداف البحث مباشرة من مُشكلة الدراسة التي تم تحديدها وصياغتها بدقة. ولهذا تأتي الأهداف في هذا الموضع بعد أن يكون الباحث قد حدد مُشكلة البحث بوضوح، وقدم تمهيداً لها في المقدمة، وصاغ عنواناً يعكس مضمونها.
- فدون تحديد المُشكلة، لا يمكن تصور أهداف واضحة ومحددة. كما أن صياغة العنوان والمقدمة تسهم في توجيه الباحث نحو بلورة أهداف قابلة للتحقيق.
- وتُمثل أهداف البحث الترجمة الإجرائية لما ورد في المُشكلة البحثية. لذا، يجب أن تُصاغ بدقة لتكون قابلة للقياس والتحقيق، وضمن إطار زمني ومكاني محدد، وبما يتوافق مع طبيعة المجتمع والعينة موضوع الدراسة.

المُحاضرة
الثالثة

4. أهداف البحث:

Research
Objectives

- ويمكن أن تنقسم أهداف البحث إلى:
 - **أهداف رئيسية:** تمثل الغاية الكبرى التي يسعى البحث لتحقيقها.
 - **أهداف فرعية:** وهي الجوانب التفصيلية التي تندرج تحت الهدف العام وتسهم في تحقيقه.
- ويساعد هذا التقسيم الباحث على **تحديد نطاق بحثه بدقة**، وتركيز جهوده نحو معالجة الجوانب المختلفة للمشكلة المطروحة.
- كما تُعد الأهداف أداة إرشادية للباحث طوال فترة تنفيذ الدراسة، كما تُمكن المشرفين والمُحكّمين لاحقًا من تقييم مدى نجاح البحث في تحقيق الأهداف التي تم وضعها منذ البداية.

4. أهداف البحث:

✓ مثال تطبيقي لكيفية صياغة أهداف البحث:

إذا كنا نقوم بدراسة "تأثير استخدام المؤثرين في تطبيق إنستجرام على سلوك الشراء لدى الشباب"

هنا، أهداف الدراسة قد تكون كالتالي:

- تحديد المؤثرين الأكثر تأثيرًا في تطبيق إنستجرام.
- تحليل طبيعة محتوى المؤثرين الأكثر تأثيرًا في قرارات الشراء.
- قياس درجة تأثير الشباب بالمحتوى الترويجي على إنستجرام.
- تحليل العلاقة بين معدل متابعة المؤثرين وسلوكيات الشراء (الفوري أو المتكرر).

Research
Objectives

المُحاضرة
الثالثة

4. أهداف البحث:

مثال آخر: ✓

إذا كنا نقوم بإجراء دراسة بعنوان: "فعالية إعلانات الفيديو القصير عبر تيك توك في تعزيز الولاء للعلامات التجارية - دراسة على مُستخدمي التطبيق في الفئة العمرية 18-25"

هنا، يمكن صياغة الأهداف التالية:

- تقييم مدى تفاعل المستخدمين مع إعلانات الفيديو القصير على تيك توك.
- قياس تأثير تكرار ظهور الإعلانات على تذكّر العلامة التجارية.
- تحليل العلاقة بين تفاعل المستخدم مع الإعلان وشعوره بالولاء للعلامة.

Research
Objectives

04

الخطوة الأولى: صياغة المشكلة



أهمية البحث

Research significance



المُحاضرة
الثالثة

5. أهمية البحث:

أهمية البحث:

- على الرغم من أن أهمية البحث تتجلى ضمناً من خلال صياغة المشكلة وفرضيات الدراسة وأهدافها، إلا أن بعض الباحثين أحياناً يُفضلون تخصيص فقرة مُستقلة لها لتوضيح أهمية الموضوع ودوافع اختيارهم له.
- هنا، ينبغي على الباحث أن يوضح أهمية دراسته من خلال عبارات دقيقة ومحددة تُبرز القيمة العلمية والعملية لموضوع البحث.
- ويتطلب هذا الجزء من الباحث أن يقدّم مبررات منطقية وعلمية تؤكد ضرورة إجراء الدراسة، سواء من ناحية مساهمتها النظرية أو نتائجها العملية، مع بيان كيف تساعد نتائج البحث في معالجة المُشكلة المطروحة، وما الذي يمكن أن تضيفه هذه الدراسة إلى المعرفة العلمية في مجال التخصص.
- كما يمكن أن تُستمد أهمية الموضوع من طبيعة البيانات المستخدمة أو من طريقة تحليلها، سواء كانت بيانات أولية أو ثانوية.
- قد يسعى الباحث في هذا الجزء لإقناع الجهات المعنية بالدراسة (مثل المُشرف الأكاديمي أو جهة التمويل أو المؤسسة الجامعية) بقيمة وأهمية الموضوع الذي حدده، والجدوى المتوقعة منه.



RESEARCH SIGNIFICANCE

RESEARCH SIGNIFICANCE

المُحاضرة الثالثة

5. أهمية البحث:

- كما قد تنبع أهمية الدراسة من اهتمامات بحثية للباحث، أو من اهتمامات أكاديمية للجامعة، أو من أولويات لدى المؤسسات الراعية، أو من متطلبات مجتمعية ووطنية أو حتى عالمية، تبعًا لطبيعة البحث وأهدافه.

• ولتحديد أهمية البحث بوضوح، يمكن أن يقوم الباحث بالإجابة عن الأسئلة التالية:

- ما القيمة التي يحملها هذا البحث مقارنة بغيره من الموضوعات؟
- ما الإضافة العلمية التي يقدمها؟ هل يسد فجوة معرفية؟ يصحح مفاهيم خاطئة؟ يؤكد أو يعيد اختبار نتائج دراسات سابقة؟ أم أنه يطرح موضوعًا جديدًا لم يُتناول من قبل على نطاق واسع؟
- هل يتعامل مع موضوع يندر تناوله بسبب نقص في البيانات؟ وبالتالي يساهم في تأسيس قاعدة معرفية جديدة؟
- ما إمكانية تطبيق نتائج البحث عمليًا؟
- ما الفائدة التطبيقية المتوقعة من البحث؟
- ما المجالات التي قد يخدمها البحث سواء على مستوى الباحث أو غيره من المهتمين بالمجال؟
- من هي الجهات المستفيدة المحتملة من نتائج البحث؟ (كالمؤسسات الإعلامية، أو شركات التسويق، أو صناع القرار، أو فئات مجتمعية معينة، أو غير ذلك).



RESEARCH SIGNIFICANCE

RESEARCH SIGNIFICANCE

المُحاضرة
الثالثة

5. أهمية البحث:

كيف نُفرق بين الأهداف والأهمية؟

♦ من الأخطاء الشائعة لدى بعض الباحثين الخلط بين أهداف البحث وأهميته.

ولتوضيح الفارق:

- **الأهداف** تُجيب عن سؤال: "ما الذي يريد الباحث الوصول إليه من خلال هذا البحث؟"، وهي ترتبط بمسار تنفيذ البحث ونتائجه المتوقعة.
- **الأهمية** تُجيب عن سؤال: "ما الفائدة التي سيحققها هذا البحث بعد اكتماله؟" سواء على المستوى النظري أو التطبيقي، كأن يساهم في تحسين حملات التسويق أو في دعم قرارات إدارات المحتوى الرقمي أو مساعدة الدولة على تحديد أوجه القصور في الحملات العامة أو غير ذلك.



OBJECTIVES



SIGNIFICANCE

OBJECTIVES

SIGNIFICANCE

المُحاضرة
الثالثة

5. أهمية البحث:

مثال تطبيقي لكيفية صياغة أهمية البحث: ✓



RESEARCH SIGNIFICANCE

RESEARCH SIGNIFICANCE

- إذا كنا نقوم بإجراء دراسة بعنوان: "أنماط تفاعل الشباب المصري مع الرسائل التوعوية حول قضايا المناخ عبر منصة تيك توك: دراسة تحليلية لمحتوى حملة "اتحرك للمناخ"

هنا، يمكن صياغة الأهمية كالتالي:

تكمُن أهمية الدراسة في فهم كيف يتلقى الشباب الرسائل البيئية عبر وسائل الإعلام الرقمي، ومدى تأثير الشكل البصري والسرد القصصي القصير في تحفيز السلوك الإيجابي. كما تبرز القيمة العملية لهذا البحث في تمكين المؤسسات البيئية ووسائل الإعلام من تطوير استراتيجيات تواصل رقمية أكثر جذبًا وتأثيرًا لفئة الشباب.

المُحاضرة
الثالثة

5. أهمية البحث:

مثال آخر: ✓



RESEARCH SIGNIFICANCE

RESEARCH SIGNIFICANCE

- إذا كنا نقوم بإجراء دراسة بعنوان: "فعالية الإعلانات التفاعلية على إنستجرام في تشكيل النية الشرائية لمنتجات العناية بالبشرة لدى الشابات الجامعيات"

هنا، يمكن صياغة الأهمية كالتالي:

تتلخص أهمية الدراسة في رصد التأثير النفسي والبصري للمحتوى الإعلاني التفاعلي (مثل القصص، واستطلاعات الرأي، والفلاتر) على اتخاذ القرار الشرائي. وتكمن أهمية النتائج في توفير أدلة علمية تستفيد منها الشركات والعلامات التجارية في تصميم حملات تسويقية رقمية موجهة بدقة للفئة المستهدفة، مع تحسين معدلات التحويل والمبيعات.

المُحاضرة
الثالثة

5. أهمية البحث:

تدريب تطبيقي قصير:

"شهدت المنصات الإخبارية الرقمية مؤخرًا تراجعًا ملحوظًا في معدلات التفاعل من قبل الجمهور، خاصة فئة الشباب، رغم اعتمادها على تقنيات الفيديو القصير والبث المباشر. هذه الظاهرة تثير تساؤلات حول فعالية الأساليب الرقمية المستخدمة في جذب الجمهور، ودور التصميم التفاعلي في تعزيز الحضور الرقمي للمؤسسات الإخبارية".

التدريب: بالاعتماد على النص السابق، قم بصياغة ما يلي:-

- مشكلة بحثية مُلائمة لبحث مُستقبلي.
- عنوان مناسب لهذا البحث.
- أهداف البحث.
- أهمية هذا البحث في مجال الإعلام الرقمي.
- مُقدمة قصيرة للبحث.



05

الخطوة الأولى: صياغة المُشكلة



مُراجعة الثُّراث الأدبي
Literature Review



5. مُراجعة الثُراث الأدبي:

مُراجعة الثُراث الأدبي :

- ولأن الباحث لا يعمل في فراغ، بل يبني على ما سبقه من جهود علمية، تبرز أهمية مُراجعة الثُراث الأدبي.
- في هذه المرحلة، يستعرض الباحث الدراسات التي تناولت موضوعه أو جوانب منه، بهدف تحديد ما أنجز بالفعل، وما تبقى لم يتناوله أحد بالتحليل والدراسة.
- تُمثل مُراجعة الدراسات السابقة إحدى الركائز الأساسية في أي بحث علمي، حيث تُسهم في تعزيز الخلفية النظرية، وتساعد الباحث في تحديد الفجوات البحثية، وبناء تصور دقيق لمشكلة بحثه ضمن التراكم المعرفي الموجود.
- ويعتمد البحث الجيد على ما سبقه من جهود علمية، فيتفاعل معها، ويضيف إليها، ويتفادى تكرارها أو الوقوع في أخطائها.



المُحاضرة
الثالثة

5. مُراجعة الثُراث الأدبي:



- ويعتمد حجم وعمق مُراجعة الثُراث الأدبي على مدى وضوح صياغة مُشكلة البحث، وكذلك على درجة إلمام الباحث بالموضوع. فكلما كانت مُشكلة أو سؤال البحث واضحًا ومحددًا، كان بالإمكان تقديم مُراجعة أدبيات أكثر تركيزًا وفعالية.
- يرجع ذلك إلى أن مُراجعة الثُراث الأدبي لا تقتصر على عرض الدراسات السابقة سردًا، بل يجب أن تشمل تحليلًا نقديًا لها، يُبرز الفرضيات المستخدمة، المناهج التي اعتمدت عليها، ونقاط القوة والقصور.
- كما ينبغي للباحث من خلالها أن يُبرز كيف تُساهم دراسته في ملء فجوة معرفية، أو تطوير إطار نظري أو منهجي جديد.

المُحاضرة
الثالثة

5. مُراجعة الثُراث الأدبي:

لماذا نقوم بمُراجعة الثُراث الأدبي؟



تسهم مُراجعة الثُراث الأدبي في تحقيق العديد من الأهداف، منها:

- ربط الدراسة الحالية بالتوجهات النظرية والمنهجية السابقة.
- تقديم مبرر علمي لاختيار المنهج والأدوات المستخدمة في الدراسة.
- توجيه القارئ لفهم السياق العام للبحث.
- إبراز موقع الدراسة الحالية من بين ما سبقها.
- تجنب التكرار وإعادة إنتاج دراسات سابقة.
- تحديد الفجوات البحثية التي لم تُغطَّ بشكل كافٍ.
- مُساعدة الباحث في كافة الخطوات المرتبطة ببحثه بدءًا من صياغة المُشكلة البحثية وعنوان البحث، وانتهاءً بالخروج بالنتائج النهائية وتحليلها، من خلال الاطلاع على نماذج عملية لكيفية القيام بكل هذه الخطوات في الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع بحثه.

- في بحوث الإعلام والتسويق الرقمي، تكتسب مُراجعة الثُراث الأدبي أهمية إضافية نظرًا للتغير السريع في هذه المجالات. لذا، يُوصى بالاعتماد على أحدث الدراسات والبحوث المنشورة في المجالات العلمية المحكمة، إلى جانب الأعمال الكلاسيكية التي أرسّت المفاهيم الأساسية.

المُحاضرة
الثالثة

5. مُراجعة الثُّراث الأدبي:

ما الذي نبحث عنه عند مُراجعة الثُّراث الأدبي؟

ينبغي على الباحث، أثناء مراجعته للدراسات السابقة، أن يُراعي الإجابة عن مجموعة من الأسئلة التحليلية التي تُعينه على فهم السياق العلمي لبحثه، وتحديد موقع دراسته ضمن التراكم المعرفي القائم.

ومن أبرز هذه الأسئلة:

- ما أنماط الدراسات التي أُجريت في مجال البحث؟
أي ما نوع الأبحاث (وصفية، تحليلية، تجريبية، تطبيقية،...) التي تم تنفيذها في الموضوع نفسه أو في موضوعات قريبة منه؟
- ما أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات؟
لفهم ما هو مؤكد علميًا حتى الآن، وما الذي لا يزال بحاجة إلى مزيد من التحقق.



KEY FINDINGS



GAPS



THEORIES



METHODOLOGIES

**WHAT TO LOOK FOR IN
A LITERATURE REVIEW**

A LITERATURE REVIEW
WHAT TO LOOK FOR IN

المُحاضرة
الثالثة

5. مُراجعة الثُراث الأدبي:

ما الذي نبحث عنه عند مُراجعة الثُراث الأدبي؟

- ما التوصيات التي قدّمها الباحثون السابقون لإجراء دراسات لاحقة؟
فهي غالبًا ما توجّه نحو موضوعات جديدة أو توصي بتكرار الدراسات في سياقات مختلفة.
- ما الجوانب التي لم تُختبر أو لم تُبحث بعمق في الدراسات السابقة؟
وهنا يمكن للباحث أن يحدد الفجوة البحثية التي ستتناولها دراسته.
- ما الإضافة المقترحة التي يمكن أن تقدمها دراستك للمعرفة في هذا المجال؟
سواء من حيث تجديد في الطرح، أو توسيع نطاق الدراسة، أو تقديم نتائج تطبيقية جديدة.
- ما المناهج البحثية أو الأدوات التي استخدمتها الدراسات السابقة؟
وهل توجد فرصة لاستخدام منهج آخر أو تحسين الأدوات وأساليب التحليل؟



KEY FINDINGS



GAPS



THEORIES



METHODOLOGIES

WHAT TO LOOK FOR IN
A LITERATURE REVIEW

المُحاضرة
الثالثة

5. مُراجعة الثُراث الأدبي:

كيف نحصل على الدراسات السابقة؟

يعتمد الباحث في جمع الدراسات السابقة على عدة أدوات ووسائل تتيح له الوصول إلى المادة العلمية المرتبطة بموضوع بحثه، مثل المكتبات الجامعية والوطنية، ومراكز البحوث المُعتمدة، ومُحرّكات البحث الأكاديمية (سواء التقليدية أو التي تعمل بالذكاء الاصطناعي)، وقواعد البيانات العلمية، وغيرها.

ويمكن للباحث الحصول على الدراسات السابقة من خلال الوسائل التالية:

1. زيارة مكتبات الجامعات والمؤسسات الأكاديمية: وتُعد من الوسائل التقليدية والمهمة للحصول على الدراسات السابقة، حيث يمكن للباحث الاطلاع على قواعد بيانات الرسائل العلمية (ماجستير ودكتوراه) المتوفرة لديها.

كما توفر هذه المكتبات إمكانية الوصول إلى الدوريات العلمية المُحكّمة الصادرة عن الكليات والأقسام المختلفة، والتي تحتوي على أبحاث أكاديمية مُتخصصة وحديثة. بالإضافة إلى ذلك، تضم هذه المكتبات أرشيفًا غنيًا بإصدارات المؤتمرات العلمية التي تحتوي على أوراق بحثية ذات قيمة علمية عالية، تُساهم في بناء الإطار النظري وتدعم مُراجعة الأدبيات المرتبطة بموضوع البحث. ويُمكن للباحثين من خلال هذه الزيارات الاطلاع على أعمال باحثين سابقين، مما يساعدهم على تجنب التكرار، واستكشاف الزوايا الجديدة التي يمكن تطويرها في دراساتهم.

HOW TO LOCATE
PRIOR RESEARCH

PRIOR RESEARCH

المُحاضرة
الثالثة

5. مُراجعة الثُراث الأدبي:

كيف نحصل على الدراسات السابقة؟

ACADEMIC
SEARCH ENGINESINDEXES
& ABSTRACTSUNIVERSITY
LIBRARIESHOW TO LOCATE
PRIOR RESEARCH

2. استخدام مُحركات البحث الأكاديمية: يُعد من الوسائل الأساسية للحصول على الدراسات السابقة، وتشمل هذه المُحركات كلاً من الأنظمة التقليدية مثل **Google Scholar**، إضافة إلى مُحركات بحث أكاديمية مدعومة بالذكاء الاصطناعي (مثل: **Scispace**، **Elicit**، **Scholarcy**، **Consensus**، وغيرهم).

وتُسهّل هذه الأدوات على الباحثين الوصول إلى الدراسات العلمية بشكل ذكي، واستخلاص الفجوات البحثية، وتحديد أكثر الدراسات ارتباطاً بموضوعهم، مما يوفر الوقت والجهد للباحث. ومع ذلك، ينبغي على الباحث أن يتحقق بدقة من صحة ودقة كل معلومة أو ملخص يتم استخلاصه من هذه الأدوات، وألا يعتمد عليها بشكل كامل دون مُراجعة علمية دقيقة، حفاظاً على المصداقية والجودة الأكاديمية للبحث.

المُحاضرة
الثالثة

5. مُراجعة الثُراث الأدبي:

كيف نحصل على الدراسات السابقة؟

HOW TO LOCATE
PRIOR RESEARCH

3. تصفح قواعد البيانات والمكتبات الرقمية: تُعد قواعد البيانات العلمية والمكتبات الرقمية من أهم الأدوات التي تُيسّر للباحث الوصول إلى الأبحاث الأكاديمية والرسائل العلمية المنشورة إلكترونياً. وتتميز هذه القواعد بشمولها وتحديثها المستمر، مما يجعلها مصدراً موثوقاً وغنياً بالمراجع. ومن أبرز هذه القواعد: ProQuest، EBSCOhost، JSTOR، وSpringer.

وينبغي على الباحث عند استخدام هذه القواعد التأكد من حداثة المعلومات، واختيار الكلمات المفتاحية المناسبة لضمان دقة النتائج وارتباطها المباشر بموضوع دراسته.

المُحاضرة
الثالثة

5. مُراجعة الثُراث الأدبي:

كيف نحصل على الدراسات السابقة؟

4. الرجوع إلى الدوريات العلمية المُحكّمة: تُعد الدوريات العلمية المُحكّمة من أبرز مصادر الدراسات السابقة وأكثرها موثوقية، حيث تنشر أبحاثاً تمت مراجعتها علمياً من قبل مختصين في المجال. وتتميّز هذه المجلات بجودة محتواها ودقته، مما يجعلها مرجعاً مهماً للباحث في الاطلاع على أحدث ما توصلت إليه الدراسات في تخصصه.

- وتتنوع هذه الدوريات ما بين دوريات عامة تُعنى بعدة مجالات، وأخرى مُتخصصة في مجال بعينه، مثل الإعلام الرقمي، أو الاتصال الجماهيري، أو التسويق الرقمي. كما أن بعضها -كما ذكرنا- يصدر عن جامعات أو هيئات علمية محلية، في حين تصدر أخرى عن مؤسسات دولية مرموقة.
- وينبغي على الباحث التحقق من موثوقية الدورية، ومن كونها مُحكّمة ومُعترف بها أكاديمياً، كما يُفضل التركيز على المقالات المنشورة خلال السنوات الأخيرة لضمان حداثة المرجع وارتباطه بالتطورات الراهنة في مجال الدراسة.

HOW TO LOCATE
PRIOR RESEARCH

PRIOR RESEARCH

المُحاضرة
الثالثة

5. مُراجعة الثُراث الأدبي:

كيف نحصل على الدراسات السابقة؟

5. نتائج المؤتمرات العلمية المتخصصة: تُعتبر المؤتمرات العلمية المتخصصة مصدرًا مهمًا للحصول على أوراق بحثية حديثة وذات صلة مباشرة بموضوع الدراسة. إذ تُنشر من خلالها أوراق علمية مُحكّمة يُعرض فيها أحدث ما توصّل إليه الباحثون من نتائج ومقاربات علمية، وغالبًا ما تكون هذه الأوراق انعكاسًا لاتجاهات البحث العلمي المعاصر في مجال التخصص.

- وتُصدر بعض المؤتمرات مجلدات تضم الأوراق البحثية المُشاركة، والتي يُمكن للباحث الرجوع إليها والاستفادة منها في دعم خلفية دراسته النظرية أو مُراجعة الدراسات السابقة.
- ويُنصح بالاطلاع على المؤتمرات التي تُنظمها الجامعات أو الجمعيات العلمية المرموقة، وأن يتحقق الباحث من مستوى التحكيم فيها ومدى ارتباط موضوعاتها بمحور بحثه، لما لذلك من أثر في تعزيز جودة الإطار النظري للدراسة.



ACADEMIC
SEARCH ENGINES



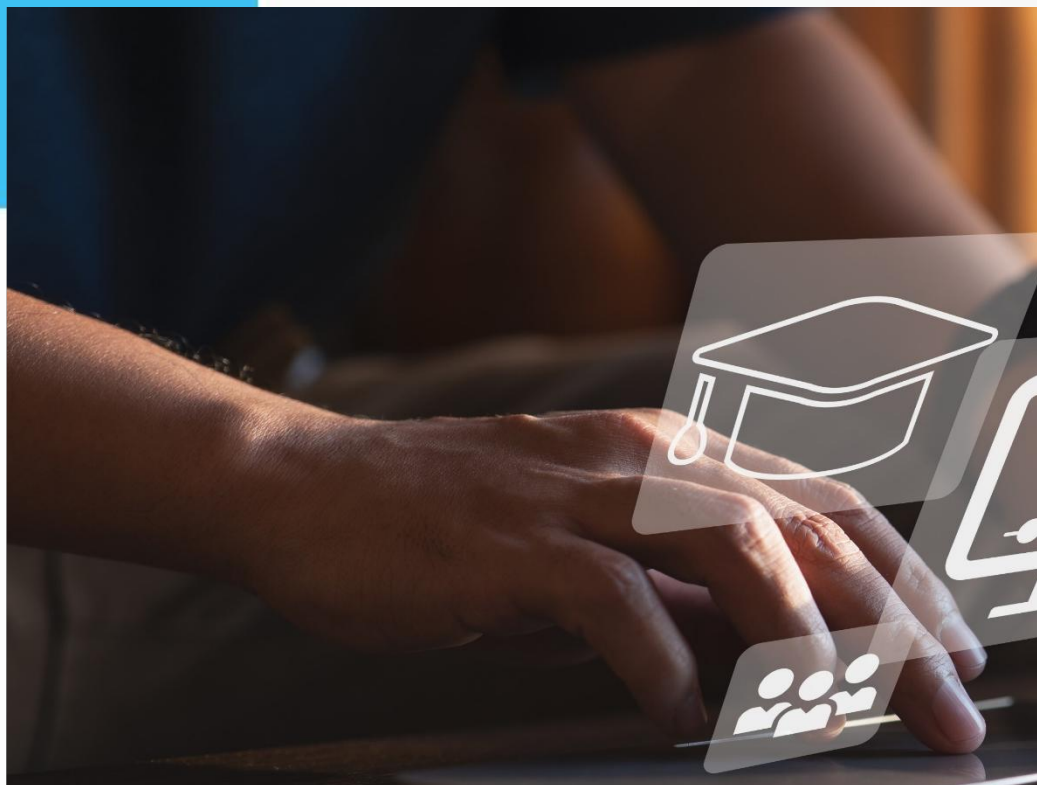
INDEXES
& ABSTRACTS



UNIVERSITY
LIBRARIES

HOW TO LOCATE PRIOR RESEARCH

PRIOR RESEARCH

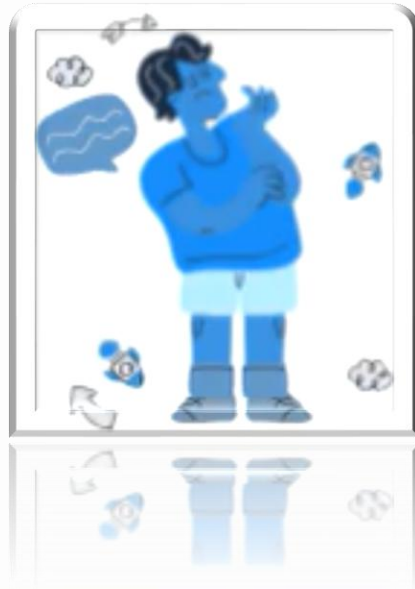


الخلاصة
Conclusion

الْخُلَاَصَة

أهمية دراسة المُشكلة البحثية وأهدافها:

1. مُقدمة.
2. الخطوة الأولى: صياغة المُشكلة:
 - عنوان البحث.
 - مُقدمة البحث.
 - أهداف البحث.
 - أهمية البحث.
 - مُراجعة الثُراث الأدبي.
3. المراجع.



06



المراجع
References

6. المَراجع:

(1) مَراجع 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.
- Habib, M., Maryam, H., & Pathik, B. B. (2014). *Research Methodology-Contemporary Practices: Guidelines for Academic Researchers*. Cambridge Scholars Publishing.

6. المراجع:

(2) مراجع عربية:

- الحاج، ك. (2020). مناهج البحث الإعلامي. الجامعة الافتراضية السورية.
- 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.
- عبد المقصود، م. (2025). اتجاهات الطلاب والإعلاميين المصريين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام. ع. 32. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1-40.
من: https://ejsrt.journals.ekb.eg/article_428454.html



Thank You