

دور الإعلام الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية: دراسة
ميدانية على شركة جولف السعودي



إعداد

محمد خالد الديباس

أولاً: نقد العنوان

عند مراجعتي لعنوان رسالتي، وجدت أنه يحمل الفكرة العامة للدراسة بشكل مبدئي مقبول، لكنني أدرك أنه يحتاج إلى عدة تعديلات لتحقيق الدقة العلمية المطلوبة.

الملاحظة الأولى التي ألاحظها على عنواني هي التذبذب في تسمية الجهة التطبيقية، فقد كتبت في العنوان "شركة جولف السعودي" بينما استخدمت في مواضع أخرى داخل الرسالة "شركة جولف السعودية" وأحياناً "جولف السعودية" فقط. وهذا التذبذب يعكس عدم دقة في المراجعة اللغوية من جانبي، وكان ينبغي عليّ التأكد من الاسم الرسمي المعتمد لدى الشركة والالتزام به في كل موضع دون أي تغيير، لأن القارئ قد يتساءل عن التسمية الصحيحة منذ الصفحة الأولى.

الملاحظة الثانية هي أنني استخدمت عبارة "تعزيز الصورة الذهنية" دون أن أحدد لدى من تتعزز هذه الصورة. فالعنوان لا يوضح ما إذا كان المقصود جمهور المتابعين على المنصات الرقمية أم الجمهور السعودي بشكل عام أم الجمهور الدولي. وبما أن دراستي اقتصررت فعلياً على متابعي حسابات الشركة، فكان الأدق أن أضيف عبارة "لدى جمهور المتابعين" ضمن العنوان ليكون أكثر تحديداً ويعكس طبيعة العينة الحقيقية.

أولاً: نقد العنوان

الملاحظة الثالثة هي أنني استخدمت كلمة "دور" في العنوان بينما ما قمت به فعلياً هو قياس "الأثر" باستخدام تحليل الانحدار، فكلمة "دور" فضفاضة ولا تعكس بدقة طبيعة التحليل الإحصائي الذي أجرите. وكان الأصح علمياً أن أستخدم كلمة "أثر" بدلاً من "دور" لأنها تتوافق مع المنهج الإحصائي القائم على اختبار الفروض وقياس التأثير.

كذلك أعترف بأنني لم أشر في العنوان إلى الأبعاد الأربعة للإعلام الرقمي التي بنيت عليها دراستي بالكامل، رغم أنها تمثل جوهر التحليل. وكان بإمكانني إضافة إشارة مختصرة إليها في العنوان الفرعي على الأقل لتوضيح أن دراستي لا تتناول الإعلام الرقمي بشكل عام بل من خلال أبعاد محددة ومدرسة.

ثانياً: نقد المقدمة

عند إعادة قراءتي للمقدمة بعين ناقدة، أجد أنني قدمت تمهيداً مقبولاً من حيث عرض التحولات الحاصلة في بيئة الاتصال الرقمي وأهمية الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي والمدرجات لدى الجمهور. لكنني أعترف بوجود عدة نقاط ضعف في المقدمة تحتاج إلى المعالجة.

أول نقطة ضعف هي الإطالة غير المبررة، فقد امتدت المقدمة على أكثر من ثلاث صفحات واستعرضت أدوار الإعلام الرقمي في مجالات بعيدة عن صلب موضوعي مثل الدور السياسي والبيئي والتنموي. وأدرك الآن أن هذا التوسع أبعد القارئ عن التركيز على الموضوع الرئيسي وهو المجال الرياضي، وكان الأنسب أن أختصر المقدمة وأركز منذ الفقرات الأولى على التحول الرقمي في القطاع الرياضي السعودي تحديداً.

ثاني نقطة ضعف هي التداخل الواضح بين المقدمة وبقية أجزاء الرسالة. فقد استشهدت في المقدمة بدراسات بلال والحسين ودرويش وعبدالعظيم والحديان والنجار ورحيمة، وهي نفس الدراسات التي استشهدت بها لاحقاً في مشكلة الدراسة ثم في الدراسات السابقة ثم في الإطار النظري وأحياناً بالسياق نفسه والجمل نفسها تقريباً. وأعترف أن هذا التكرار يُفقد كل قسم خصوصيته ويعطي انطباعاً بمحدودية المراجع التي اعتمدت عليها.

ثانياً: نقد المقدمة

ثالث نقطة ضعف هي أنني لم أفتح المقدمة بما يشد الانتباه مباشرة، فلم أبدأ بإحصائية لافتة عن حجم التحول الرياضي في المملكة أو عن أعداد المتابعين للمنصات الرياضية الرقمية أو عن حجم الاستثمارات في قطاع الرياضة ضمن رؤية ألفين وثلاثين. بل بدأت بعبارة عامة جداً عن التحولات في بنية الاتصال، وهو مدخل تقليدي يفتقر إلى التميز.

رابع نقطة ضعف وأعتبرها مهمة هي أنني ذكرت شركة جولف السعودية في الفقرة الأخيرة فقط من المقدمة وبشكل مختصر جداً دون أن أقدم أي معلومات تعريفية كافية عنها مثل تاريخ تأسيسها أو أهدافها أو حجم نشاطها أو عدد الفعاليات التي تنظمها. وبما أن هذه الشركة هي محور التطبيق في دراستي بالكامل كان من الضروري أن أخصص لها فقرة تعريفية وافية ضمن المقدمة حتى يفهم القارئ لماذا اخترت هذه الشركة تحديداً.

ثالثاً: نقد مشكلة الدراسة

مشكلة الدراسة هي العمود الفقري لأي بحث علمي، وعند مراجعتي لها أجد أنني بنيتها بشكل يحتاج إلى تعزيز جوهري.

أول ملاحظة هي أنني أسست المشكلة بالكامل على مبرر واحد وهو غياب الدراسات السابقة التي تتناول العلاقة بين الإعلام الرقمي والصورة الذهنية في السياق الرياضي السعودي وتحديداً في رياضة الغولف. وأعترف أن هذا المبرر وحده رغم قبوله أكاديمياً لا يكفي لتأسيس مشكلة بحثية قوية، لأن مجرد غياب الدراسات لا يعني بالضرورة وجود مشكلة حقيقية تستدعي الحل. وكان ينبغي عليّ أن أدمج مشكلتي بمؤشرات واقعية وملموسة، كأن أعرض بيانات عن تدني مستوى التفاعل على منصات الشركة مقارنة بمؤسسات رياضية أخرى، أو أستشهد بنتائج استطلاعات رأي تُظهر ضعفاً في وعي الجمهور برياضة الغولف، أو أشير إلى تقارير رسمية تُبرز تحديات تواجه بناء الصورة الذهنية للرياضة السعودية. وبغياب هذه المؤشرات بقيت مشكلتي نظرية أكثر منها واقعية.

ثالثاً: نقد مشكلة الدراسة

ثاني ملاحظة هي أنني ضمّنت مشكلة الدراسة عرضاً مطولاً للدراسات السابقة ونتائجها بطريقة أقرب إلى أسلوب مراجعة الأدبيات. فقد سردت بالتفصيل ما توصلت إليه دراسات بلال والحسين ودرويش وعبدالعظيم والحديان والنجار ورحيمة وبلاغيث وبشارة ضمن قسم المشكلة نفسه، وهذا السرد كان مكانه الطبيعي في قسم الدراسات السابقة وليس في المشكلة. والمفترض أن تكون المشكلة مركزة ومختصرة تُبرز الفجوة بوضوح وتطرح السؤال البحثي مباشرة.

ثالث ملاحظة هي أنني افترضت ضمناً أن الشركة تبذل جهوداً في الإعلام الرقمي حين كتبت "على الرغم من جهود شركة جولف السعودية في توظيف الإعلام الرقمي" دون أن أقدم أي دليل على طبيعة هذه الجهود أو حجمها. وهذا الافتراض يحتاج إلى إثبات لأنه ليس بديهياً، وكان يجب أن أدعمه بأمثلة ملموسة على الحملات الرقمية التي أطلقتها الشركة أو المحتوى الذي تنتجه.

رابع ملاحظة هي أن السؤال الرئيس الذي صغته في نهاية المشكلة جاء واسعاً ومحملاً بأربعة أبعاد دفعة واحدة في سؤال واحد، وكان الأنسب أن أصوغه بشكل أبسط وأعم ثم أفصله في الأسئلة الفرعية.

رابعاً: نقد الأهداف

أهداف دراستي جاءت شاملة لجوانب الموضوع الرئيسية حيث تضمنت هدفاً رئيساً وخمسة أهداف فرعية. لكنني ألاحظ عدة نقاط تحتاج إلى المعالجة.

أبرزها أن الأهداف الأربعة الأولى تتطابق بشكل شبه حرفي مع الأسئلة الفرعية والفروض الفرعية. فالهدف الأول يقول "التعرف على أثر جودة المحتوى الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية" والسؤال الأول يقول "ما أثر جودة المحتوى الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية" والفرض الأول يقول "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة المحتوى الرقمي على تعزيز الصورة الذهنية". وأعترف أنني أعدت صياغة الفكرة ذاتها ثلاث مرات بأساليب مختلفة دون أن أضيف محتوى جديداً في كل مرة، وكان بإمكانني تمييز كل عنصر عن الآخر بحيث يؤدي وظيفة مختلفة.

كذلك أدرك أن الهدف الخامس المتعلق بتقديم التوصيات ليس هدفاً بحثياً بالمعنى الدقيق بل هو نتيجة طبيعية لأي دراسة ولا يحتاج إلى إدراجه كهدف مستقل لأنه ليس شيئاً يُقاس أو يُختبر. والمفترض أن تقتصر الأهداف على ما يمكن تحقيقه إجرائياً من خلال جمع البيانات وتحليلها.

أيضاً ألاحظ أن الهدف الرابع يذكر "الهوية البصرية والسمعية" بينما الاستبانة التي صممتها لم تتضمن فقرات تقيس الهوية السمعية بشكل مستقل. وهذا يُظهر عدم اتساق بين ما وعدت به في الأهداف وما نفذته فعلياً في أداة القياس.

خامساً: نقد الأهمية

قسم الأهمية في دراستي جاء مقسماً بشكل جيد إلى أهمية علمية وأهمية عملية، وهو تنظيم مناسب يسهل على القارئ فهم مبررات الدراسة. لكنني أعترف بأن بعض نقاط الأهمية جاءت عامة أكثر مما ينبغي.

فعبارة "تسهم الدراسة في إغناء الأدبيات العلمية في مجال الإعلام الرقمي ودوره في بناء الصورة الذهنية" هي عبارة صالحة لأي دراسة في هذا المجال ولا تبرز ما يميز دراستي تحديداً. وكان الأنسب أن أوضح الإضافة النوعية المحددة التي تقدمها دراستي وما الجديد الذي ستضيفه للمعرفة العلمية.

كذلك أجد أن بعض نقاط الأهمية العملية فيها طموح يتجاوز ما يمكن أن تحققه دراسة بعينة مكونة من مئة فرد فقط. فعبارة "تسهم الدراسة في دعم الجهود الرسمية الرامية إلى تعزيز الهوية الرياضية الوطنية بما يتوافق مع أهداف رؤية السعودية ٢٠٣٠ في تطوير قطاع الرياضة" تبدو ادعاء كبيراً نسبياً لدراسة محدودة النطاق، وكان عليّ أن أكون أكثر واقعية في تحديد ما يمكن أن تسهم به دراستي فعلياً.

سادساً: نقد الفروض

الفروض التي صغتها جاءت بشكل مباشر وواضح من حيث تحديد المتغيرات والعلاقة المتوقعة بينها. لكنني ألاحظ عدة نقاط ضعف.

أولها أنني صغت جميع الفروض بشكل إيجابي فقط دون أن أصوغ الفرض الصفري المقابل. والأدق منهجياً أن يُصاغ الفرض الصفري ثم يُختبر إحصائياً ليتم قبوله أو رفضه.

ثانيها أن فروضي الأربعة الفرعية تتعامل مع المتغير التابع كمتغير واحد وهو "الصورة الذهنية" رغم أنني أوضحت في الإطار النظري أن الصورة الذهنية تتكون من ثلاثة أبعاد هي البعد المعرفي والبعد الوجداني والبعد السلوكي. وكان من المنطقي أن أضع فروضاً تختبر أثر كل بعد من أبعاد الإعلام الرقمي على كل بعد من أبعاد الصورة الذهنية، أو على الأقل أن أبرر لماذا عاملتها كوحدة واحدة.

ثالثها وهو الأهم أن السؤال الفرعي الخامس في تساؤلاتي والذي يسأل عن "أبرز التحديات التي تواجه شركة جولف السعودية في استخدام الإعلام الرقمي لتعزيز الصورة الذهنية" لم أخصص له أي فرض ولم أعالجه في التحليل الميداني ولم تظهر أي نتائج متعلقة به في فصل النتائج. وأعترف أنني طرحت سؤالاً بحثياً وتركتة بلا إجابة، وهو خلل منهجي واضح كان عليّ تجنبه إما بإضافة أداة نوعية للإجابة عنه أو بحذفه من التساؤلات إذا لم أكن أنوي معالجته.

سادساً: نقد الفروض

من حيث الصياغة: استُخدمت الصيغة الصفريّة فقط دون ذكر الفرضية البديلة بشكل صريح، وهو أسلوب مقبول لكن الأفضل ذكر كلتا الصيغتين لتوضيح اتجاه العلاقة المتوقع.

مقترح التحسين: إضافة فرضيات خاصة بالوساطة والتعديل أو حذف الأهداف والتساؤلات المتعلقة بهما، وتفكيك المتغير التابع إلى أبعاد فرعية لإثراء الفرضيات.

سابعاً: نقد الإطار النظري

الإطار النظري يمثل أكثر الأجزاء التي أعترف بحاجتها إلى مراجعة جذرية في رسالتي، وذلك لعدة أسباب مترابطة.

السبب الأول والأكثر وضوحاً هو التكرار الحرفي لأقسام كاملة. فقد كتبت قسماً بعنوان "المنطلقات النظرية للدراسة" يتضمن ستة محاور فرعية تبدأ بمفهوم الإعلام الرقمي وتنتهي بتطبيقاته في شركة جولف السعودية. ثم عدت وكتبت هذه المحاور الستة نفسها بنصها الحرفي تقريباً ضمن فصل الإطار النظري التفصيلي. وأعترف أن هذا التكرار يمثل خللاً بنيوياً جسيماً يُضعف جودة العمل ويدل على أنني لم أراجع الرسالة مراجعة نهائية دقيقة قبل تسليمها. والمفترض أن يكون لكل قسم وظيفة واضحة ومستقلة لا تتكرر في موضع آخر.

السبب الثاني هو الطابع الوصفي المهيمن. فقد عرضت تعريفات متعددة لمفهوم الإعلام الرقمي من مصادر مختلفة ثم قدمت تعريفي الخاص، لكنني لم أقم بتحليل نقدي حقيقي لهذه التعريفات. فلم أوضح ما ينقص كل تعريف ولم أبين لماذا أرى أن تعريفي أشمل أو أدق، بل اكتفيت بسردها ثم صغت تعريفاً يجمع بينها. وأدرك أن هذا الأسلوب قد يكون مناسباً في المراجع التعليمية لكنه لا يصل إلى مستوى التحليل النقدي المتوقع في رسالة ماجستير.

سابعاً: نقد الإطار النظري

السبب الثالث هو أن قسم خصائص الإعلام الرقمي جاء عاماً ولم يربط هذه الخصائص بسياق دراستي الرياضي. فعندما تحدثت عن خاصية التفاعلية أو التشاركية أو الآنية لم أقدم أمثلة من واقع المنصات الرقمية الرياضية السعودية أو من ممارسات شركة جولف السعودية تحديداً، مما جعل الإطار النظري يبدو منفصلاً عن التطبيق.

السبب الرابع يتعلق بموقع النظريات في الإطار النظري. فقد عرضت نظرية الغرس الثقافي ونظرية الاستخدامات والإشباع في نهاية الإطار النظري وكأنهما ملحق إضافي وليستا الأساس الذي يُبنى عليه التحليل. والمفترض في أي إطار نظري محكم أن تكون النظريات هي نقطة الانطلاق التي تُؤطر عرض المفاهيم والأبعاد. لكن ما فعلته هو أنني عرضت المفاهيم أولاً بمعزل عن أي نظرية ثم أضفت النظريتين في الختام.

السبب الخامس هو أنني لم أوضح بشكل كافٍ كيف أثرت النظريتان في تصميم دراستي. فإذا كانت نظرية الغرس تفترض أن التكرار يُرسخ الصورة الذهنية فكيف انعكس ذلك على اختيار فقرات الاستبانة. وإذا كانت نظرية الاستخدامات والإشباع تفترض أن الجمهور يختار المحتوى لإشباع حاجاته فلماذا لم أضمن في إطار النظري حاجات محددة يسعى الجمهور الرياضي السعودي لإشباعها من خلال متابعة محتوى شركة الجولف.

ثامناً: نقد الدراسات السابقة

عرضي للدراسات السابقة جاء منظماً من حيث تصنيفها إلى ثلاث مجموعات وهو أمر إيجابي يساعد القارئ على فهم خريطة البحث السابق. لكنني أعتزف بوجود عدة نقاط ضعف.

أولها أن المجموعة الثالثة التي تربط بين الإعلام الرقمي والصورة الذهنية معاً تضمنت دراسة واحدة فقط وهي دراسة العمري. واعتمادي على دراسة واحدة لتأسيس الفجوة البحثية في هذا الربط يُضعف من قوة الحجة. وكان عليّ أن أبحث بشكل أعمق عن دراسات أخرى تناولت هذا الربط حتى لو كانت في سياقات مختلفة عن السياق السعودي.

ثانيها أن أغلب دراستي السابقة عربية مع وجود دراستين أجنبيتين فقط في هذا القسم، بينما قائمة مراجعي النهائية تتضمن أكثر من عشر دراسات أجنبية. وأعتزف أنني لم أستفد من هذه الدراسات الأجنبية بشكل كافٍ في بناء خلفية دراستي، رغم أن الأدبيات الدولية في مجال الإعلام الرقمي الرياضي غزيرة ومتنوعة.

ثالثها أن أسلوبني في عرض كل دراسة جاء نمطياً ومتشابهاً حيث أبدأ بالهدف ثم المنهج ثم العينة ثم النتائج ثم التوصيات. وهذا أسلوب وصفي لا يتضمن تحليلاً نقدياً لنقاط القوة والضعف في كل دراسة. وكان عليّ أن أناقش كل دراسة من حيث متانة منهجيتها وحجم عينتها وقابلية تعميم نتائجها وأوجه القصور فيها، وليس مجرد سرد ما توصلت إليه.

رابعها أنني عرضت دراسة رحيمة مرتين في قسم دراسات الصورة الذهنية، مرة عن التسويق المباشر ومرة عن التسعير الإلكتروني.

ورغم أنهما دراستان مختلفتان لنفس الباحث إلا أن عرضهما متتاليتين دون توضيح كافٍ للفرق بينهما قد يربك القارئ

تاسعاً: نقد المنهجية

أ- نقد المنهج المُعتمد

واخترت المنهج الوصفي التحليلي وهو مناسب لطبيعة دراستي، لكنني أعترف بأنني لم أبرر لماذا لم أستخدم أدوات مكملة مثل تحليل المحتوى لمنصات الشركة أو المقابلات مع المسؤولين عن الإعلام الرقمي فيها. فاعتمادي على الاستبانة وحدها منح دراستي بعداً واحداً فقط وهو رأي المتابعين، لكنه أغفل أبعاداً مهمة مثل طبيعة المحتوى الفعلي الذي تنتجه الشركة واستراتيجياتها الإعلامية. واستخدام أكثر من أداة كان سيمنح دراستي عمقاً وموثوقية أكبر

ب- نقد مجتمع وعينة الدراسة

هنا أعترف بوجود واحدة من أبرز الإشكاليات المنهجية في رسالتي وهي التناقض بين ما خططت له وما نفذته فعلاً. ففي قسم المنهجية التمهيدي ذكرت أن مجتمع الدراسة يُقدر بمئة وخمسين ألف متابع وأن العينة المستهدفة ثلاثمئة وخمسون مفردة سيتم اختيارها بطريقة عشوائية بسيطة. لكن في فصل المنهجية التفصيلي ذكرت أن عدد المتابعين مئتان وثمانية وستون ألفاً على منصة واحدة فقط، وأن العينة الفعلية بلغت مئة مفردة فقط تم اختيارها بطريقة قصدية.

وهذا يعني أنني وقعت في ثلاثة تناقضات في آن واحد: تناقض في حجم المجتمع وتناقض في حجم العينة وتناقض في نوع العينة. وأعترف أن هذا التضارب يُثير تساؤلات مشروعة حول تخطيطي المنهجي ويُضعف ثقة القارئ في نتائجي. وكان عليّ أن أبرر بصراحة أسباب انخفاض حجم العينة من ثلاثمئة وخمسين إلى مئة وأن أوضح ما إذا كان ذلك بسبب ضعف معدل الاستجابة أو قصر الفترة الزمنية، وأن أناقش أثر هذا

تاسعاً: نقد المنهجية

نقد أداة جمع البيانات

الاستبانة التي صممتها تتكون من خمس وثلاثين فقرة كمية وهو حجم مقبول، لكنني ألاحظ عدة نقاط ضعف فيها. أولها أنني قسمت المتغير التابع إلى خمس عشرة فقرة لكنني لم أوزعها في التحليل على الأبعاد الثلاثة للصورة الذهنية التي حددتها نظرياً وهي البعد المعرفي والوجداني والسلوكي. بل تعاملت مع الصورة الذهنية كمتغير واحد أحادي البعد في جميع التحليلات الإحصائية. وهذا يتناقض مع ما أكدته في إطار النظري من أنها بناء ثلاثي الأبعاد، وحرمت دراستي من تقديم نتائج أكثر تفصيلاً ودقة.

ثانيها أن بعض فقرات الاستبانة تحمل صياغات قد توجه المستجيب نحو إجابة إيجابية. فعبارات مثل "تسهم جودة المحتوى في زيادة اهتمامي بالرياضة السعودية" و"أشعر بالفخر بالإنجازات الرياضية السعودية" تحمل نبرة إيجابية قد تُوحي بالإجابة المرغوبة. وكان عليّ أن أدرج بعض العبارات السلبية أو المحايدة لتحقيق التوازن في الأداة وتقليل احتمال تحيز الاستحسان الاجتماعي.

ثالثها أنني لم أدرج أي سؤال مفتوح في الاستبانة، مما حرم دراستي من بيانات نوعية كان يمكن أن تُثري فهمي لآراء المتابعين وتُكمل البيانات الكمية.

عاشراً: نقد النتائج ومناقشتها

عرضت نتائجي بشكل منظم ومقبول يتضمن الوصف ثم التفسير ثم الربط بالدراسات السابقة. لكنني أعترف بأن مناقشتي تعاني من عدة إشكاليات جوهرية.

الإشكالية الأولى هي أن مناقشتي ركزت بشكل أساسي على تأكيد اتساق نتائجي مع الدراسات السابقة دون أن أقدم تفسيرات عميقة أو تحليلاً نقدياً لأسباب النتائج من منظور السياق السعودي الرياضي. فعندما ذكرت أن المصادقية والشفافية كانتا الأكثر تأثيراً لم أقدم تفسيراً كافياً لماذا يعطي الجمهور السعودي أولوية للمصادقية على التفاعل. وهل يعود ذلك إلى عوامل ثقافية أو إلى تجارب سابقة مع محتوى غير موثوق أو إلى طبيعة الجمهور المتابع لرياضة الغولف تحديداً. هذه التساؤلات كان يجب أن أطرحها وأحاول الإجابة عنها.

الإشكالية الثانية وهي الأهم هي غياب الربط الصريح بالنظريات المستخدمة في إطار النظري. فقد عرضت نظرية الغرس الثقافي ونظرية الاستخدامات والإشباع بشكل مفصل في الإطار النظري، لكنني في فصل النتائج والتوصيات لم أعد إليهما بشكل مباشر لتفسير نتائجي. صحيح أنني ذكرت إشارات إلى النظريتين عند مناقشة الأسس النظرية ضمن الإطار النظري نفسه، لكن الفصل المخصص للنتائج خلا من أي ربط صريح بهما. وهذا يعني أن إطار النظري بقي معزولاً عن نتائجي الميدانية وهو خلل يُضعف القيمة التفسيرية للدراسة.

عاشراً: نقد النتائج ومناقشتها

الإشكالية الثالثة هي أنني لم أناقش أي محدودية في نتائجي. فجميع نتائجي عُرضت بنبرة إيجابية وتأكيدية دون أي إشارة إلى احتمال وجود تحيز في العينة أو تأثير لصياغة الفقرات أو قيود تتعلق بحجم العينة. والبحث العلمي الجيد يتطلب من الباحث أن يكون ناقداً لنتائجه وأن يُشير بصراحة إلى ما قد يحد من دقتها أو تعميمها.

الإشكالية الرابعة هي أنني لم أستفد من البيانات الديموغرافية التي جمعتها في تفسير النتائج. فلم أناقش ما إذا كان المستوى التعليمي المرتفع للعينة أو تركزها في فئة عمرية معينة أو تفضيلها لمنصة معينة قد أثر على طبيعة الاستجابات. وهذه المعلومات كانت متاحة لي لكنني لم أوظفها في تعميق فهمي للنتائج.

حادى عشر: نقد التوصيات

قدمت في رسالتي اثنتي عشرة توصية، وأعترف بأن بعضها جيد ومرتبطة بالنتائج لكن عدداً منها يعاني من نقاط ضعف. أول نقطة ضعف هي أن بعض التوصيات لم تتبثق مباشرة من نتائجي بل جاءت عامة يمكن تقديمها لأي مؤسسة. فتوصية "الاستثمار في تدريب الكوادر الإعلامية" لم تستند إلى نتيجة أظهرت ضعفاً في الكوادر، وتوصية "بناء شراكات رقمية مع مؤثرين" لم يتناولها أي بعد من أبعاد دراستي ولم تُشر إليها أي فقرة في الاستبانة. وكان عليّ أن أربط كل توصية بنتيجة محددة حتى تكون التوصيات مبنية على أدلة وليس على اجتهادات عامة.

ثاني نقطة ضعف هي أنني لم أرتب التوصيات حسب الأولوية. فيما أن نتائجي أظهرت أن المصداقية والشفافية هي الأكثر تأثيراً كان من المنطقي أن تأتي التوصيات المتعلقة بتعزيز المصداقية في المقدمة مع تأكيد أولويتها بشكل صريح. ثالث نقطة ضعف وأعتبرها إغفالاً مهماً هي غياب قسم المقترحات البحثية المستقبلية رغم أنني أشرت في مقدمة الفصل الخامس إلى أنني سأقدم مقترحات بحثية. وعدم تقديم هذا القسم يحرم الباحثين القادمين من الاستفادة من خبرة دراستي في تحديد المجالات التي تحتاج إلى مزيد من البحث. وكان عليّ أن أقترح مثلاً إجراء دراسات مقارنة بين مؤسسات رياضية سعودية مختلفة، أو دراسات تستخدم أدوات نوعية كالمقابلات وتحليل المحتوى إلى جانب الاستبانة، أو دراسات تقيس الصورة الذهنية لدى الجمهور الدولي وليس المحلي فقط، أو دراسات طولية تتابع تطور الصورة الذهنية عبر فترات زمنية متعاقبة.

حادى عشر: نقد المراجع

قائمة مراجعي تتضمن تنوعاً مقبولاً بين مراجع عربية وأجنبية وتشمل دراسات حديثة وهو أمر إيجابي. لكنني أعتزف بوجود عدة إشكاليات.

أولها أن بعض المراجع الأجنبية الموجودة في قائمتي لم أستخدمها في متن الرسالة. فهناك دراسات عن محو الأمية الإعلامية الرقمية وعن أثر الوسائط الرقمية على ذكاء الأطفال وعن بصريات الرياضة في وسائل التواصل ودراسات أخرى أدرجتها في القائمة لكنني لم أستشهد بها في أي موضع. وأعتزف بأن إدراج مراجع لم تُستخدم فعلياً يُعد خللاً يوحي بإثراء مصطنع للقائمة وكان عليّ أن أحذفها أو أوظفها في المتن.

ثانيها أنني كررت دراسة العمري مرتين في القائمة بنفس البيانات الببليوغرافية، وهو خطأ شكلي يعكس ضعف مراجعتي النهائية.

ثالثها غياب المراجع التأسيسية والكلاسيكية. فلم أذكر الأعمال الأصلية التي أسست لنظرية الغرس الثقافي لجورج جربنر رغم أنني استخدمت هذه النظرية كإطار تفسيري لدراستي. ولم أرجع إلى المصادر الأصلية لنظرية الاستخدامات والإشباع. وهذا يُظهر أنني اعتمدت على مصادر ثانوية في عرض النظريات بدلاً من الرجوع إلى أصولها.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

