



التكليف السادس

نقد ورقة بحثية من حيث فروض البحث

فيصل الشمري
برنامج دكتوراه الإدارة



مقدمة:

يشير الكُتاب في مجال البحث العلمي إن فروض البحث العلمي ماهي إلا تخمين لحل
المشكلة بتوقع العلاقة أو التأثير أو الدور التفاعلي بين متغيرين أو أكثر من متغيرات الظاهرة
قيد الدراسة.



مقدمة:

ويعبر عن فروض البحث بالآتي:

- الجمل الشرطية: وهي عبارات تحتل إيجابية أو سلبية.

مثال: يزداد الرضا الوظيفي عند زيادة الأجور.

- الفروض الاتجاهية: وهي التي تعبر عن اتجاه العلاقة بين متغيرين أو أكثر.

مثال: كلما زادت العروض كلما زادت الحصة السوقية.

- فرض العدم والفرض البديل: وهي الفروض التي تحتل وقوع أو عدم وقوع العلاقة بين المتغيرات

مثال: توجد علاقة بين الحوافز والرضا الوظيفي أو لا توجد علاقة بين الحوافز والرضا الوظيفي.



ورقة النقد:

وكالعادة سنأخذ في تكليفنا نقد أهمية البحث لهذه الورقة البحثية والموسومة بعنوان:

تأثير القيم الثقافية المحلية في المحتوى الإعلاني على استجابة الجمهور للرسالة الاعلانية

(دراسة ميدانية على أعضاء الجمعية العربية السعودية لبيوت الشباب في مدينة الرياض)

ماجد بن عبد المحسن العبد الكريم

(المجلة العربية للإدارة، 2024م، المجلد 44، العدد 1)



نقد فرضيات البحث:

فرضيات الدراسة

- 1- الفرضية الرئيسة الأولى (H1): يوجد أثر للقيم الثقافية المحلية في استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%، وقد انشق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:
 - الفرضية الفرعية الأولى (H1.1): يوجد أثر دال إحصائياً (للهجة المحلية) في محتوى الرسالة الإعلانية على استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.
 - الفرضية الفرعية الثانية (H1.2): يوجد أثر دال إحصائياً (للعادات والتقاليد والآداب العامة) في الرسالة على استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.
 - الفرضية الفرعية الثانية (H1.3): يوجد أثر دال إحصائياً (للقيم الدينية) في محتوى الرسالة الإعلانية على استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.

40

إن الباحث قام بصياغة فروض البحث في شكل الفرض البديل، مفترضاً إن هناك أثراً ذي دلالة إحصائية للقيم الثقافية المحلية في استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية موزعاً ذلك في ثلاث فرضيات رئيسية، ينبثق من الفرضية الرئيسية الأولى عدداً من الفرضيات الفرعية، في حين كانت الفرضية الثانية مخصصة لمعرفة الفروق بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة تجاه المتغير المستقل، في حين إن الفرضية الثانية مخصصة لمعرفة الفروق بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة تجاه المتغير التابع.

- 2- الفرضية الرئيسة الثانية (H2) يوجد فروق دالة إحصائياً في اتجاهات الجمهور نحو القيم الثقافية المحلية في الرسالة الإعلانية لأسباب تتعلق بالمتغيرات الديموغرافية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.
- 3- الفرضية الرئيسة الثالثة (H3) يوجد فروق دالة إحصائياً في الاستجابة للرسالة الإعلانية لأسباب تتعلق بالمتغيرات الديموغرافية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.



نقد فرضيات البحث:

وبالنظر إلى أوجه التميز في فرضيات البحث نجد:

- وضوح الفرضيات في تضمين متغيرات الدراسة التي أشار إليها عنوان الدراسة.
- بيان الهدف من الدراسة وهو التعرف على الأثر بين المتغيرين.
- وضوح أسلوب اختبار الفرضية وهو الأسلوب الإحصائي عند مستوى معنوية (5%).
- استعراض الفرضيات بشكل تسلسلي بما يتوافق مع أهداف الدراسة.

فرضيات الدراسة

- 1- الفرضية الرئيسة الأولى (H1): يوجد أثر للقيم الثقافية المحلية في استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%، وقد انشق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:
 - الفرضية الفرعية الأولى (H1.1): يوجد أثر دال إحصائياً (للهجة المحلية) في محتوى الرسالة الإعلانية على استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.
 - الفرضية الفرعية الثانية (H1.2): يوجد أثر دال إحصائياً (للعادات والتقاليد والآداب العامة) في الرسالة على استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.
 - الفرضية الفرعية الثانية (H1.3): يوجد أثر دال إحصائياً (للقيم الدينية) في محتوى الرسالة الإعلانية على استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.

- 2- الفرضية الرئيسة الثانية (H2) يوجد فروق دالة إحصائية في اتجاهات الجمهور نحو القيم الثقافية المحلية في الرسالة الإعلانية لأسباب تتعلق بالمتغيرات الديموغرافية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.
- 3- الفرضية الرئيسة الثالثة (H3) يوجد فروق دالة إحصائية في الاستجابة للرسالة الإعلانية لأسباب تتعلق بالمتغيرات الديموغرافية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.



نقد فرضيات البحث:

وعند النظر إلى أوجه القصور في فرضيات البحث نجد:

- إن الفرضية الأولى لم توضح القيم الثقافية المحلية للمحتوى الإعلاني، وإنما جعلت القيم الثقافية المحلية عبارة مفتوحة.
- يفضل إعادة صياغة الفرضية الثانية إلى: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (5%) بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو قيم الثقافة المحلية في المحتوى الإعلاني تعزى للمتغيرات الديموغرافية، لأننا بهذه الصياغة نوافق الهدف الثاني من أهداف الدراسة، وقد قام الباحث هنا بافتراض الاتجاه نحو الأثر والصحيح الاتجاه نحو المتغير المستقل وليس نحو الأثر المتحقق من المتغيرين.

فرضيات الدراسة

- 1- الفرضية الرئيسة الأولى (H1): يوجد أثر للقيم الثقافية المحلية في استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%، وقد انشق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:
 - الفرضية الفرعية الأولى (H1.1): يوجد أثر دال إحصائياً (لللهجة المحلية) في محتوى الرسالة الإعلانية على استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.
 - الفرضية الفرعية الثانية (H1.2): يوجد أثر دال إحصائياً (للعادات والتقاليد والآداب العامة) في الرسالة على استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.
 - الفرضية الفرعية الثانية (H1.3): يوجد أثر دال إحصائياً (للقيم الدينية) في محتوى الرسالة الإعلانية على استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.

- 2- الفرضية الرئيسة الثانية (H2) يوجد فروق دالة إحصائياً في اتجاهات الجمهور نحو القيم الثقافية المحلية في الرسالة الإعلانية لأسباب تتعلق بالمتغيرات الديموغرافية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.
- 3- الفرضية الرئيسة الثالثة (H3) يوجد فروق دالة إحصائياً في الاستجابة للرسالة الإعلانية لأسباب تتعلق بالمتغيرات الديموغرافية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.



نقد فرضيات البحث:

ومن خلال ما تقدم فإننا نقترح:

- أن تكون هناك فرضية تقيس أثر المتغير المستقل على أبعاد المتغير التابع كل على حدة، وذلك لأن المتغير التابع هو محور اهتمام الدراسة، لذلك يكون من الأفضل التركيز على أبعاده كل على حدة، ومعرفة نسبة الأثر على كل بُعد من أبعاد المتغير التابع؛ حتى تكون هناك توصيات دقيقة تساعد مجتمع البحث على التطبيق العملي لها بما يرفع كفاءته.

فرضيات الدراسة

- 1- الفرضية الرئيسة الأولى (H1): يوجد أثر للقيم الثقافية المحلية في استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%، وقد انشق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:
 - الفرضية الفرعية الأولى (H1.1): يوجد أثر دال إحصائياً (للهجة المحلية) في محتوى الرسالة الإعلانية على استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.
 - الفرضية الفرعية الثانية (H1.2): يوجد أثر دال إحصائياً (للعادات والتقاليد والآداب العامة) في الرسالة على استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.
 - الفرضية الفرعية الثانية (H1.3): يوجد أثر دال إحصائياً (للقيم الدينية) في محتوى الرسالة الإعلانية على استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.

- 2- الفرضية الرئيسة الثانية (H2) يوجد فروق دالة إحصائية في اتجاهات الجمهور نحو القيم الثقافية المحلية في الرسالة الإعلانية لأسباب تتعلق بالمتغيرات الديموغرافية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.
- 3- الفرضية الرئيسة الثالثة (H3) يوجد فروق دالة إحصائية في الاستجابة للرسالة الإعلانية لأسباب تتعلق بالمتغيرات الديموغرافية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.



نقد فرضيات البحث:

ومن خلال ما تقدم فإننا نقترح:

- أن يتم إضافة متغير العمر والمؤهل التعليمي للمتغيرات الديموغرافية، وذلك لما لها من أهمية في قياس اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة، فمثلاً الفئة العمرية الأكبر عمراً تختلف في اتجاهاتها عن الفئة العمرية الأصغر عمراً، كذلك الفئة ذات المؤهل التعليمي الأعلى تختلف اتجاهاتها عن الفئة ذات المؤهل التعليمي الأدنى.

فرضيات الدراسة

- 1- الفرضية الرئيسة الأولى (H1): يوجد أثر للقيم الثقافية المحلية في استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%، وقد انشق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:
 - الفرضية الفرعية الأولى (H1.1): يوجد أثر دال إحصائياً (لللهجة المحلية) في محتوى الرسالة الإعلانية على استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.
 - الفرضية الفرعية الثانية (H1.2): يوجد أثر دال إحصائياً (للعادات والتقاليد والآداب العامة) في الرسالة على استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.
 - الفرضية الفرعية الثانية (H1.3): يوجد أثر دال إحصائياً (للقيم الدينية) في محتوى الرسالة الإعلانية على استجابات الجمهور للرسالة الإعلانية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.

- 2- الفرضية الرئيسة الثانية (H2) يوجد فروق دالة إحصائية في اتجاهات الجمهور نحو القيم الثقافية المحلية في الرسالة الإعلانية لأسباب تتعلق بالمتغيرات الديموغرافية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.
- 3- الفرضية الرئيسة الثالثة (H3) يوجد فروق دالة إحصائية في الاستجابة للرسالة الإعلانية لأسباب تتعلق بالمتغيرات الديموغرافية عند مستوى المعنوية الإحصائية 5%.



شكرا جزيا

