

مناهج البحث الإعلامي

Media Research Methods

إعداد: د. علياء قمر

DGM 336

المُحاضرة الرابعة

من صياغة المُشكلة إلى تصميم البحث

لطلاب الإعلام والتسويق



المُحاضرة
الرابعة



تناولنا في المُحاضرة السابقة:

1. الخطوة الأولى: صياغة المُشكلة:

- عنوان البحث.
- مقدمة البحث.
- أهداف البحث.
- أهمية البحث.
- مُراجعة الثُراث الأدبي.

المُحاضرة
الرابعة

مُحاور المُحاضرة

من صياغة المُشكلة إلى تصميم البحث:



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. المَراجع.

01

الخطوة الأولى: صياغة المشكلة



مقدمة

Introduction



المُحاضرة
الرابعة

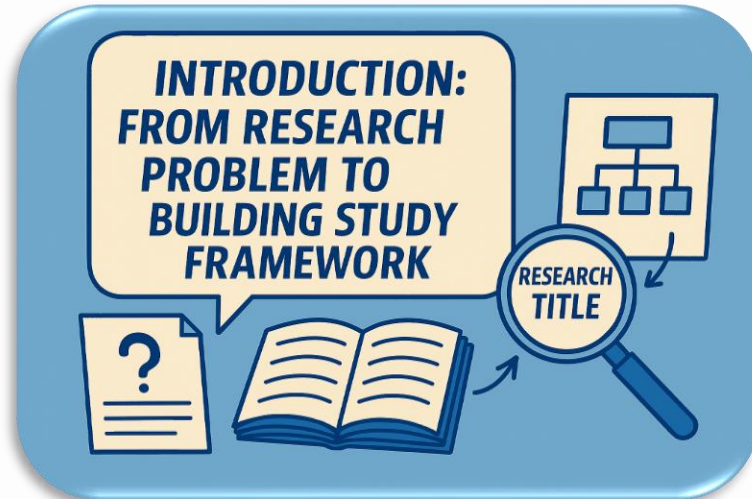
1. مُقدمة:

مُقدمة:

نستكمل في هذه المُحاضرة ما بدأناه في المُحاضرات السابقة حول الخطوة الأولى في مسار البحث العلمي، وهي صياغة مُشكلة البحث. فقد تناولنا حتى الآن أهم مكونات هذه المرحلة، بداية من اختيار عنوان البحث، وصياغة المُشكلة البحثية، ومرورًا بكتابة المُقدمة، وتحديد الأهداف، وأهمية الدراسة، ومُراجعة الثُراث الأدبي. واليوم نُنتم هذه المرحلة بالانتهاء من عنصر "مُراجعة الثُراث الأدبي" أو الدراسات السابقة، والتي تُعد من العناصر الأساسية في بناء خلفية علمية مُتماسكة تُعزز من صياغة المُشكلة وتُبرز موقع البحث في سياقه المعرفي.

وسنركّز في هذا الجزء من المُحاضرة على محورين أساسيين:

- أساليب عرض الدراسات السابقة (Literature Review Approaches).
- بناء مُراجعة الثُراث الأدبي (Construction of the Literature Review).



02

الخطوة الأولى: صياغة المشكلة



أساليب عرض الدراسات السابقة
Literature Review Approaches

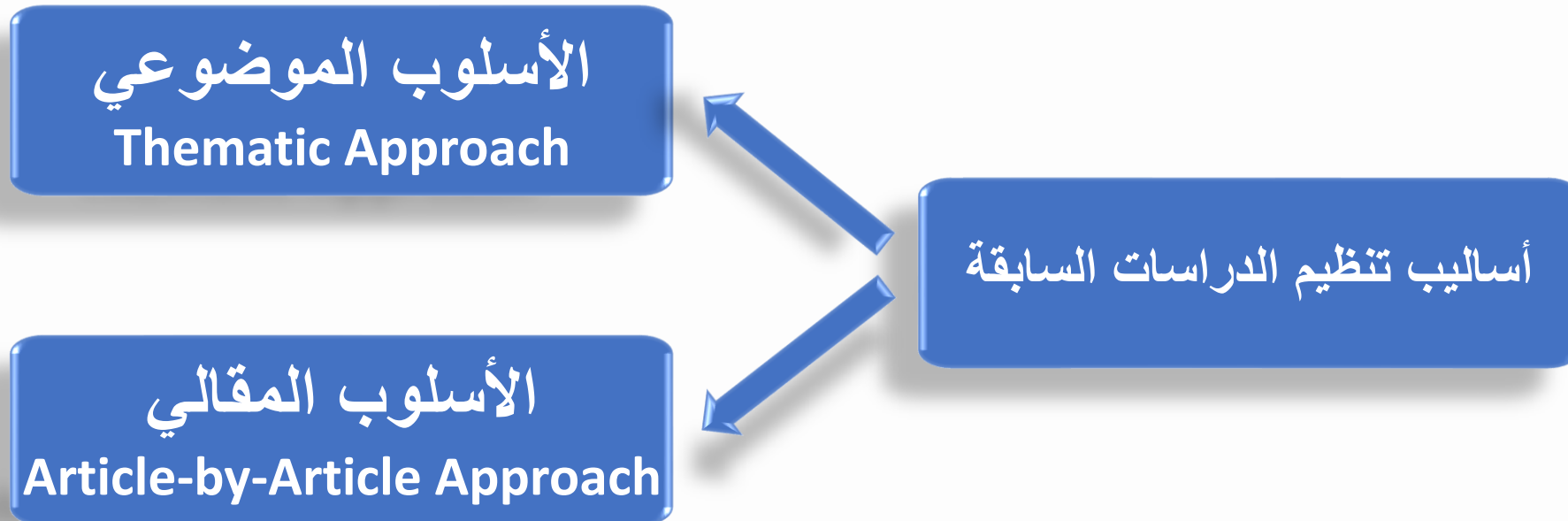


المُحاضرة
الرابعة

2. أساليب عرض الدراسات السابقة:

كيف يتم تنظيم عرض التراث الأدبي؟ 🔍

هناك أسلوبان لتنظيم عرض الدراسات السابقة:-

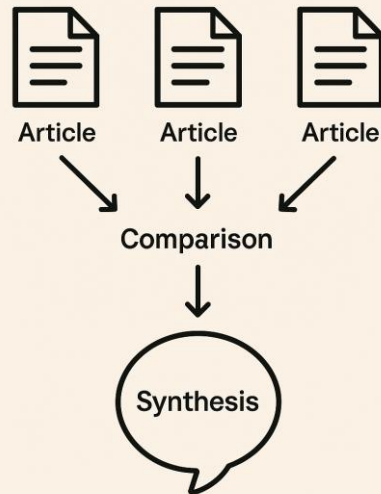


المُحاضرة
الرابعة

2. أساليب عرض الدراسات السابقة:

كيف يتم عرض التراث الأدبي بشكل منظم؟

ARTICLE-BY-ARTICLE APPROACH



أ. الأسلوب المقالّي (مقال بمقال) Article-by-Article Approach:

- يعتمد هذا الأسلوب على تقديم ملخصات موسعة لكل دراسة على حدة، متضمنة وصفاً وتحليلاً نقدياً لها.
- تعد هذه الطريقة مناسبة للمبتدئين، لكنها تعاني من ضعف في إظهار الترابط بين الدراسات المختلفة.
- يُفضل استخدامها في المسودات الأولى فقط.
- من الأفضل لاحقاً الانتقال إلى أسلوب أكثر تكاملاً يربط بين الدراسات ويُبرز التوجهات العامة.
- يمكن تحويل هذه المراجعة إلى مقارنة موضوعية لاحقاً عن طريق استخراج المحاور المشتركة بين الدراسات.

المُحاضرة الرابعة

2. أساليب عرض الدراسات السابقة:

♦ الدراسة الأولى:

- **عنوان الدراسة:** استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو القضايا المجتمعية.
- **اسم الباحث/الجهة:** د. أحمد عبد السلام، المجلة العربية للإعلام الرقمي، 2021.
- **الهدف:** هدفت الدراسة إلى تحليل دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل آراء الشباب نحو القضايا السياسية والاجتماعية.
- **المنهج:** استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت على استبانة إلكترونية وزعت على عينة من 300 شاب جامعي.
- **النتائج:** أظهرت النتائج أن أكثر من 70% من الباحثين يعتمدون على تويتر كمصدر رئيس للأخبار، وأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة الاستخدام وتبني المواقف تجاه القضايا المطروحة.
- **تعليق الباحث:** تُعد هذه الدراسة مرجعاً مهماً في فهم دور الإعلام الرقمي في تشكيل الاتجاهات، إلا أن اقتصرها على عينة جامعية قد يُقيد إمكانية تعميم النتائج.

♦ الدراسة الثانية:

- **عنوان الدراسة:** فاعلية الإعلانات الرقمية في التأثير على سلوك المستهلك.
- **اسم الباحث/الجهة:** خلود عبد الله، المؤتمر الخليجي للتسويق الرقمي، 2020.
- **الهدف:** دراسة أثر الإعلانات عبر الإنترنت على قرار الشراء لدى المستهلكين في الفئة العمرية 18-30.
- **المنهج:** اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي باستخدام استبيان إلكتروني.
- **النتائج:** توصلت الدراسة إلى أن الصور الترويجية والمحتوى التفاعلي لهما التأثير الأكبر في إثارة رغبة الشراء.
- **تعليق الباحث:** بالرغم من دقة النتائج، إلا أن الدراسة لم تتناول العوامل النفسية المؤثرة في التفاعل مع الإعلان.

مثال تطبيقي افتراضي على كتابة مُراجعة التراث الأدبي بالأسلوب المقالي

المُحاضرة
الرابعة

2. أساليب عرض الدراسات السابقة:

سارة نجيب (2020)

ركزت الباحثة في دراستها المعنونة "فاعلية الإعلانات التفاعلية عبر إنستجرام في التأثير على نية الشراء" على دور الإعلانات التفاعلية في تعزيز نية المستهلك للشراء عبر منصات التواصل الاجتماعي. استخدمت الباحثة المنهج التجريبي عبر تصميم ثلاث نماذج إعلانية تفاعلية عُرضت على عينة من 150 شابًا وشابة من مستخدمي إنستجرام.

كشفت النتائج أن الإعلانات التي تحتوي على عناصر تفاعلية مثل الاستطلاعات أو التعليقات تؤثر بشكل إيجابي على نية الشراء، حيث ارتفعت النية بنسبة 35% بين المشاركين. ومع ذلك، اقتصرَت الدراسة على فئة عمرية ضيقة، ولم تأخذ في الاعتبار الفروق الثقافية والاجتماعية، مما يُحد من تعميم نتائجها.

مازن العساف (2022)

في دراسته بعنوان "تأثير البودكاست الإخباري على مواقف الجمهور تجاه القضايا السياسية"، تناول مازن العساف العلاقة بين الاستماع المنتظم للبودكاستات السياسية وتغير مواقف الجمهور تجاه القضايا العامة. استخدم الباحث المنهج المسحي التحليلي من خلال استبانة وُزعت على عينة مكونة من 250 مستمعًا للبودكاست ضمن الفئة العمرية 20-40 سنة.

أظهرت النتائج وجود ارتباط إيجابي بين الاستماع المتكرر للبودكاستات التحليلية وزيادة الوعي السياسي لدى الأفراد، كما تم التأكيد على دور نبذة الصوت وأساليب العرض في تشكيل توجهات الجمهور. ومع ذلك، لم تتطرق الدراسة لتأثير الخلفية التعليمية والثقافية، مما يُعد من نقاط الضعف التي يمكن تجاوزها في دراسات لاحقة.

مثال افتراضي آخر على كتابة مُراجعة التُّراث الأدبي بالأسلوب المقالي

المُحاضرة الرابعة

2. أساليب عرض الدراسات السابقة:

المجلة المصرية لبحوث الرأي العام- المجلد الرابع والعشرون- العدد الثاني (أبريل/ يونيو 2025)

دراسة (رجب وآخرون، 2023) (8) بعنوان (برنامج مقترح في التربية الإعلامية الرقمية لتنمية الوعي المعرفي بالخصوصية الرقمية لدى طلبة الجامعة)

استهدفت الدراسة التعرف على فعالية برنامج مقترح في التربية الإعلامية الرقمية لتنمية الوعي المعرفي بالخصوصية الرقمية لدى طلبة الجامعة، وتم تطبيق المنهج شبه التجريبي باستخدام اختبار البنية المعرفية يتضمن (10) أبعاد للتربية الإعلامية الرقمية والخصوصية الرقمية بالإضافة إلى برنامج في التربية الإعلامية الرقمية لتنمية الوعي المعرفي بالخصوصية الرقمية على عينة قوامها (30) طالباً وطالبة من طلبة جامعة المنيا، توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ≥ 0.05 بين أفراد عينة البحث بين القياسين القبلي والبعدي في مقياس الوعي بالخصوصية الرقمية (الجانب المعرفي) تجاه المتوسط الأكبر القياس البعدي، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ≥ 0.05 بين أفراد عينة البحث تجاه المتوسط الأكبر الإناث.

دراسة (Eno, B. G., 2023) (9) بعنوان (Digital Media Literacy) and the Utilization of Social Media Among Postgraduate Students in Kwara)

استهدفت الدراسة تقييم مستوى الوعي بالتربية الإعلامية الرقمية عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الدراسات العليا في جامعات ولاية كوارا، وتم تطبيق منهج المسح باستخدام استمارة استبيان على عينة قوامها (372) طالباً وطالبة من طلاب جامعات ولاية كوارا، توصلت الدراسة إلى أن مستوى وعي طلاب جامعات ولاية كوارا بالتربية الإعلامية الرقمية مرتفع جداً عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بمتوسط يتراوح ما بين (4.2 : 5.0). يطبقوا التربية الإعلامية الرقمية عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة عالية جداً، كما أن هناك علاقة ارتباط موجبة بين مهارات التربية الإعلامية الرقمية واختيار المحتويات على منصات مواقع التواصل الاجتماعي أي أنه كلما كانت مهارات التربية الإعلامية عالية لدى عينة الدراسة كلما نجحوا في اختيار المحتويات الإيجابية على منصات مواقع التواصل الاجتماعي إن حيث كان معامل الارتباط (0.726).

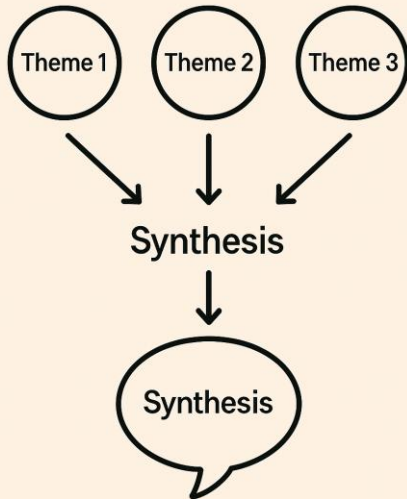
دراسة (العقايوي، 2022) (10) بعنوان: (العلاقة بين الوعي بالتربية الإعلامية الرقمية والسمات الشخصية لدى الطالبات الملمات بكلية التربية للطفولة المبكرة)

استهدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين الوعي بالتربية الإعلامية الرقمية والسمات الشخصية لدى الطالبات الملمات بكلية التربية للطفولة المبكرة في ضوء متغير السمة الشخصية للطالبة، وتم تطبيق المنهج الوصفي باستخدام أداتين من أدوات البحث الأولي اشتملت على استبانة الوعي بالتربية الإعلامية الرقمية ومقياس العوامل الكبرى للشخصية على عينة من الطالبات قوامها (242) طالبة ممن يدرسون في كلية التربية للطفولة المبكرة جامعة المنوفية، توصلت الدراسة إلى وجود ارتباط موجب دال إحصائياً عند مستوى دلالة (0.1). بين أبعاد التربية الإعلامية الرقمية (المعرفية والمهارية والوجدانية) وتشير هذه النتيجة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين هذه الأبعاد أي أنه كلما ارتفع مستوى المعارف والمعلومات المرتبطة بالتربية الإعلامية الرقمية كان محفزاً لتنمية المهارات وتكوين اتجاهات إيجابية نحوها والعكس.

المُحاضرة
الرابعة

2. أساليب عرض الدراسات السابقة:

كيف يتم عرض التراث الأدبي بشكل منظم؟

THEMATIC
APPROACH

ب. الأسلوب الموضوعي (المحوري) :Thematic Approach

- وهو الأسلوب الأكثر نضجًا، ويُستخدم في الأبحاث المُحَكَّمة.
- يقوم على استخراج الموضوعات والمحاور المتكررة عبر الدراسات وربطها ببنية متماسكة.
- يتم تنظيم الدراسات السابقة ضمن محاور موضوعية بدلاً من عرض كل دراسة على حدة.
- يُساعد هذا الأسلوب في بناء سرد متماسك، ويُظهر قدرة الباحث على تحليل العلاقات بين الدراسات واستخلاص الاتجاهات العامة.
- يُعد تمهيدًا ممتازًا للوصول إلى فجوة البحث التي سيبنى عليها الباحث دراسته الخاصة.

المُحاضرة
الرابعة

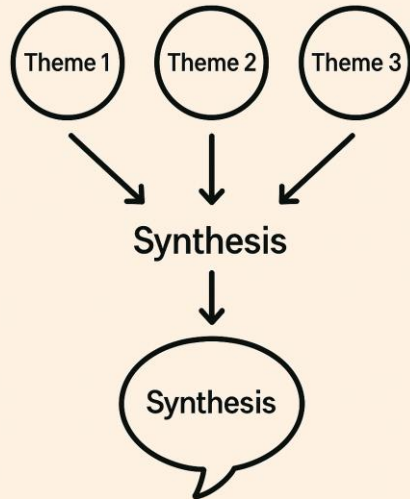
2. أساليب عرض الدراسات السابقة:

كيف يتم عرض التراث الأدبي بشكل منظم؟

ب. الأسلوب الموضوعي (المحوري) Thematic Approach:

يتطلب هذا الأسلوب:

- جمع عدد كبير من الدراسات.
- قراءة متأنية لها.
- استخراج المفاهيم والقضايا المحورية.
- تنظيم المراجعة وفقاً لمحاور محددة مثل (الترتيب الزمني، المشكلة إلى الحل، العام إلى الخاص، الأسباب والنتائج، أو المقارنة والمفارقة، أو غير ذلك).

THEMATIC
APPROACH

المُحاضرة
الرابعة

2. أساليب عرض الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات التي تناولت العلاقة بين المحتوى الرقمي وسلوك الجمهور الإعلامي، ويمكن تنظيم هذه الدراسات في ثلاثة محاور رئيسية: (1) نوعية المحتوى الرقمي وتأثيره على الثقة بالمصدر، (2) أنماط التفاعل مع المحتوى الرقمي وارتباطها بالمشاركة النشطة، و (3) الاختلافات الديموغرافية في استقبال المحتوى الرقمي.

أولاً: جودة المحتوى الرقمي والثقة بالمصدر

أشارت دراسة **علي القحطاني (2020)** إلى أن ارتفاع جودة المحتوى الرقمي، من حيث الإخراج والتوثيق والمصداقية، يؤدي إلى تعزيز ثقة الجمهور بالمصدر الإعلامي، لا سيما في المنصات الإخبارية عبر الإنترنت. وقد دعمت دراسة **ريم الزهراني (2021)** هذه النتيجة، مؤكدة أن وجود مصادر موثوقة وروابط مباشرة في المنشورات الرقمية يعزز من ثقة المتلقي، ويقلل من انتشار الأخبار المضللة. ومع ذلك، نبهت الزهراني إلى أن الثقة لا تتوقف على الجودة فقط، بل تتأثر أيضاً بالخلفية الأيديولوجية للجمهور.

ثانياً: أنماط التفاعل الرقمي والمشاركة النشطة

تناولت دراسة **يوسف حمدي (2019)** أثر التفاعل (الإعجاب، المشاركة، التعليق) على شعور الجمهور بالمشاركة والاندماج مع المحتوى، مشيرة إلى أن التفاعل النشط يولد نوعاً من "التمكين الرقمي" للجمهور. وأكدت دراسة **منى خليل (2022)** هذا الطرح من خلال تحليل تفاعلات الجمهور على حملات التوعية الصحية الرقمية، حيث لاحظت ارتفاع مستوى الوعي الصحي كلما زاد معدل التفاعل مع المحتوى المصمم بشكل تفاعلي. إلا أن منى أشارت إلى ضرورة توظيف المحتوى التفاعلي بأساليب مدروسة، تجنباً للسطحية أو التشتت البصري.

ثالثاً: الفروقات الديموغرافية في تلقي المحتوى الرقمي

أبرزت دراسة **وانل درويش (2021)** وجود فروقات واضحة في تلقي المحتوى الرقمي بين الفئات العمرية، حيث يميل الشباب إلى متابعة الفيديوهات القصيرة عبر تيك توك وإنستغرام، بينما تفضل الفئات الأكبر سناً المحتوى النصي والمقالات الطويلة. وفي دراسة مماثلة، أوضحت **هبة فؤاد (2023)** أن المستوى التعليمي يؤثر أيضاً على تفضيلات الجمهور، إذ تبدي الفئات المتعلمة اهتماماً أكبر بالمحتوى التحليلي، في حين تنجذب الفئات الأقل تعليماً إلى المحتوى الترفيهي أو العاطفي.

مثال تطبيقي افتراضي على كتابة مراجعة التراث الأدبي بالأسلوب الموضوعي

المُحاضرة الرابعة

2. أساليب عرض الدراسات السابقة:

تقديم خريجي أقسام الإذاعة والتلفزيون للبرامج التعليمية في ضوء متطلبات سوق العمل الأردني

رابعة الدراسات السابقة: قسّمت الدراسة التراث العلمي السابق وفق محورين ونستعرضها كالآتي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت التأهيل والتدريب الأكاديمي:

– من حيث الموضوعات: ففي دراسة (أشرف علي، 2023)¹ تم التركيز على أولويات تطوير التعليم الإعلامي في الجامعات المصرية من خلال أسلوب التحليل الهرمي للقرارات (AHP)، في حين استعرضت دراسة (غادة شكري، 2022)² اتجاهات طلاب أقسام الصحافة نحو التحول الرقمي في البيئة الإعلامية المصرية، وأثر التأهيل الأكاديمي داخل كليات الإعلام على تلك الاتجاهات. من جانب آخر، تناولت دراسة (داودي وداد، عيواج عزاء، 2021)³ العلاقة بين التكوين الأكاديمي والتدريب المهني لخريجي الإعلام. أما دراسة (عبد الوهاب بوخوفة، 2021)⁴ فناقشت مناهج التكوين الإعلامي في الجامعات العربية في ظل تحديات عصر الاندماج الإعلامي. وفي دراسة (فاطمة الخطيب، 2021)⁵ تم تحليل إعداد وتأهيل خريجي قسم الإذاعة والتلفزيون في الجامعات الخاصة، مع التركيز على جامعة 6 أكتوبر كدراسة حالة. كما قدمت دراسة (أميرة احمد، 2020)⁶ تصورًا مقترحًا لرفع مستوى التعليم الإعلامي في الجامعات المصرية، مع التركيز على مهارات القرن الحادي والعشرين. أخيرًا، استعرضت دراسة (فيصل الشميري، 2020)⁷ واقع التدريب الأكاديمي في مجال الإعلام من خلال دراسة حالة على قسم الإعلام بجامعة أم القرى.

– من حيث المناهج

- اعتمدت معظم الدراسات على منهج المسح بشقّه الميداني وتعد تلك البحوث من البحوث الوصفية.
- اعتمدت دراسة (غادة شكري، 2022)، (فيصل الشميري، 2020) على منهج المسح بشقيه الميداني والتحليلي.
- اعتمدت دراسة (فاطمة الخطيب، 2021) على منهج دراسة الحالة.
- اعتمدت دراسة (أميرة احمد، 2020) على منهجي المسحي والاستقرائي.

– من حيث الأدوات:

- اعتمدت معظم الدراسات الوصفية على أداة الاستبيان في الدراسات الميدانية
- جمعت دراسة (غادة شكري، 2022) بين اداتي الاستبيان واستمارة تحليل المضمون.
- اعتمدت دراسة (فيصل الشميري، 2020) على اداتي الملاحظة والمقابلة.
- اعتمدت دراسة (أميرة احمد، 2020) على المقابلة واستبيان وفحص وثائق وأداة التحليل سوات.

– من حيث العينات:

- اعتمدت العديد من الدراسات على العينات الغير احتمالية كدراسة كل من (غادة شكري، 2022)، (داودي وداد، عيواج عزاء، 2021)، وذلك من خلال العينة العمدية، بينما اعتمدت دراسة (فاطمة الخطيب، 2021) على العينة المتاحة.
- قامت دراسة (أشرف علي، 2023) باستخدام العينة الاحتمالية تحديدا العينة العشوائية.

مثال تطبيقي لكتابة مُراجعة التراث الأدبي بالأسلوب الموضوعي

المصدر: https://ejst.journals.ekb.eg/article_428447.html

03

الخطوة الأولى: صياغة المُشكلة



بناء مُراجعة الثُراث الأدبي
Construction of Literature Review



3. بناء مُراجعة الثُراث الأدبي:

كيف يتم بناء الثُراث الأدبي؟ 🔍

يتكوّن الثُراث الأدبي عادةً من ثلاثة أجزاء رئيسة، كما هو موضح في الرسم التالي:-



المُحاضرة
الرابعة

3. بناء مُراجعة الثُّراث الأدبي:

كيف يتم بناء الثُّراث الأدبي؟

ELEMENTS OF A
SUCCESSFUL
LITERATURE REVIEW

INTRODUCTION

Identify the research problem, provide context, and state the importance of the review

BODY OF REVIEW

Present an organized discussion based on specific themes

CONCLUSION

Summarize the key findings of the review and explain how it paves the way for the current study

أولاً: المُقدمة (Introduction):

- تبدأ مُراجعة الثُّراث الأدبي بالحديث عن السياق العلمي أو المهني الذي تنبع منه مُشكلة البحث.
- كما توضح هذه المقدمة أهمية مُراجعة الدراسات السابقة، وسبب الحاجة إلى مُراجعتها في هذا المجال بالتحديد، مع تحديد الإطار العام الذي ستُعرض من خلاله هذه المُراجعة.

✓ مثال: في ضوء التحولات الرقمية المتسارعة، تزايدت الحاجة إلى فهم كيف يؤثر المحتوى الرقمي على سلوك الجمهور الإعلامي، مما يستدعي مُراجعة منهجية للدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع في إطار خمسة محاور أساسية هي:

المُحاضرة
الرابعة

3. بناء مُراجعة الثُراث الأدبي:

المجلة المصرية لبحوث الرأي العام- المجلد الرابع والعشرون- العدد الثاني (ابريل/ يونيو 2025)

ومن هنا تبلور موضوع الدراسة في رصد عملية تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست بصيغته المسموعة والمرئية عبر قياس مدى تبنيهم للوسيط الإعلامي التقني المستحدث في مصر وتفاعلهم معه، وتلبية البودكاست المسموع والمرئي للاحتياجات الاتصالية النفسية والاجتماعية لفئات المتبنين من الشباب الجامعي المصري المنتمي لجيل ما بعد الألفية "Z"، مع تحديد أسباب عدم تبني بعض الشباب الجامعي لهذا المستحدث التقني في مجال الإعلام، ومدى استعدادهم لتبنيه في وقت لاحق.

أولاً - الدراسات السابقة:

تتعدد مجالات استخدام البودكاست المسموع والبودكاست المرئي (الفودكاست) في التعليم والسياسة والاقتصاد وحديثاً في الإعلام. ويُعتبر البودكاست وتطبيقاته وسيطاً إعلامياً تقنياً مستحدثاً لنقل المحتوى الرقمي في الدول العربية، ومن ضمنها مصر. ولذلك، هناك قلة في الدراسات العربية التي تناولت البودكاست. وتحدثت محاور الدراسات السابقة في الجمهور ومدى استخدامه للبودكاست المسموع والمرئي، وتأثيرات استخدام البودكاست على الجمهور، وتقييم الخبراء والقائمين بالاتصال للبودكاست ومستقبله في العالم، والدول العربية، ومنها مصر.

1- تعرض دراسات هذا المحور طبيعة تعرض الجمهور بمختلف فئاته للبودكاست ومدى استخدامه ودوافع التعرض والإشباع المتحققة منه، وأساليب تفاعل الجمهور معه. حيث تناولت بعض الدراسات طبيعة تعرض الجمهور بمختلف فئاته للبودكاست وكثافة استخدامه، وأكدت نتائج دراسة (Paisana & Crespo, 2022) التي اعتمدت على تحليل تقارير رويترز لنمو استخدام البودكاست أن الشباب هم الفئة الأكثر استخداماً للبودكاست. وعلى النقيض، بحثت دراسة (Tobin & Guadagno, 2022) في الدوافع النفسية والاجتماعية لاستماع الجمهور للبودكاست، وطبقت على عينة قوامها 306 أفراد من دول عديدة تضمنت أمريكا وكندا وبعض الدول الأوروبية. وأكدت نتائج الدراسة أن كبار السن لديهم تاريخ استماع أطول للبودكاست.

سعت دراسة (نصيرات، 2024) إلى التعرف على التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتفاعل عينة متاحة من الشباب الأردني بلغت 400 شاب مع البودكاست، باستخدام نظريتي البيئة الاعلامية والتفاعلية الرمزية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن 50% من عينة الدراسة يهتمون بالاستماع للبودكاست و32.3% يستمعون له يوميًا. وتقصت دراسة (ماضي، 2023) العوامل المؤثرة على استخدام الشباب المصري للبودكاست بالاعتماد على النظرية الموحدة لفقول واستخدام التكنولوجيا، واستخدام الاستبيان الإلكتروني على عينة قوامها 300 شاب. وأكدت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة، 60.7%، أحياناً ما يستخدمون البودكاست. ويوضح أن النسبة الأكبر من العينة، بواقع 46.4%، بدأت في استخدام البودكاست منذ عام إلى أقل من 3 أعوام. وعن معدل استخدام الشباب المصري عينة الدراسة للبودكاست، جاءت استجابة النسبة الأكبر من العينة، 54.7%، أنهم يستخدمون البودكاست على فترات متباعدة لا يمكنهم تحديدها. تقارب نسبة المبحوثين الذين يستمعون/شاهدون حلقات البودكاست من ساعة إلى ساعتين في المرة الواحدة وأقل من ساعة كل مرة، وبلغت النسبة على التوالي 46.3% و46%.

مثال تطبيقي لكتابة مقدمة مُراجعة الثُراث الأدبي بالأسلوب الموضوعي

المصدر: https://joa.journals.ekb.eg/article_421367.html

المُحاضرة
الرابعة

3. بناء مُراجعة الثُّراث الأدبي:

كيف يتم بناء الثُّراث الأدبي؟

ELEMENTS OF A
SUCCESSFUL
LITERATURE REVIEW

INTRODUCTION

Identify the research problem, provide context, and state the importance of the review

BODY OF REVIEW

Present an organized discussion based on specific themes

CONCLUSION

Summarize the key findings of the review and explain how it paves the way for the current study

ثانيًا: جسم المُراجعة (Body of Review):

- يتضمن هذا الجزء العرض المنظم للدراسات السابقة، ويُفضل أن يتم وفقًا لمحاور موضوعية محددة، مثلًا:
 - المحور الأول: تأثير جودة المُحتوى على الثقة بالمصدر.
 - المحور الثاني: التفاعل الرقمي والمشاركة.
 - المحور الثالث: الفروقات الديموجرافية Demographics.
- وفي هذا الجزء، لا يُفضل أن تُعرض الدراسات بشكل فردي، بل أن يتم تصنيفها وربطها في سياق تحليلي واحد يُظهر أوجه الاتفاق أو الاختلاف، ويوضح اتجاهات البحث في هذا المجال. إلا أنه في حال الأسلوب المقالّي، يتم عرض كل دراسة على حدة على النحو الموضح سابقًا.

المُحاضرة
الرابعة

3. بناء مُراجعة الثُراث الأدبي:

كيف يتم بناء الثُراث الأدبي؟

ثالثًا: الخاتمة (Conclusion):

- تُختتم مُراجعة الأدبيات بـ تلخيصٍ لأبرز ما توصلت إليه من نتائج أو أنماط مشتركة، مع توضيح كيفية ارتباطها بسؤال الدراسة الحالي.
- كما تتضمن توضيحًا لما لم تتم معالجته في الدراسات السابقة، أي **الفجوة البحثية** التي ستحاول الدراسة الحالية مُعالجتها. ولهذا السبب يُفضل بعض الباحثين أن يأتي ترتيب المُشكلة البحثية بعد خاتمة الدراسات السابقة للتأكيد على انطلاق دراساتهم من الفجوة البحثية التي قاموا برصدها من خلال هذا العرض.

✓ **مثال:** أظهرت الدراسات السابقة وجود علاقة واضحة بين جودة المُحتوى الرقمي ومستوى تفاعل الجمهور، إلا أنها ركزت غالبًا على منصات بعينها أو على شرائح عمرية محددة. كما لم تولِ اهتمامًا كافيًا لتأثير الأنماط البصرية في المُحتوى الإعلامي على منصات مثل إنستجرام وتيك توك. وبذلك، تُبرز هذه المُراجعة الحاجة إلى دراسة أعمق لتأثير العناصر البصرية على تفاعل الجمهور مع المُحتوى الإخباري، وهي الفجوة التي تسعى الدراسة الحالية لمعالجتها.

ELEMENTS OF A
SUCCESSFUL
LITERATURE REVIEW

INTRODUCTION

Identify the research problem, provide context, and state the importance of the review

BODY OF REVIEW

Present an organized discussion based on specific themes

CONCLUSION

Summarize the key findings of the review and explain how it paves the way for the current study

المُحاضرة
الرابعة

3. بناء مُراجعة الثُراث الأدبي:

المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. المجلد الرابع والعشرون- العدد الثاني (أبريل/ يونيو 2025)

روبو" بموقع القاهرة 24"، والآخر تم كتابته عن طريق صحفي بشري بموقع اليوم السابع توصلت الدراسة الى نجاح توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي" الدردشة الآلية عبر المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي 4.03، يليه " التعامل مع البيانات الضخمة" بمتوسط حسابي 4.01، وجاء ترتيب عناصر مصداقية الرسالة المنتجة عبر أدوات الذكاء الاصطناعي، والتي وردت بموقع "القاهرة 24" فئة "الثقة" في الترتيب الأول بمتوسط حسابي 3.83. ويليه في فئة "الموضوعية" بمتوسط حسابي 3.65.

التعليق على الدراسات السابقة:

فيما يتعلق بدراسات المحور الأول التي تناولت التربية الإعلامية الرقمية، يتضح من استعراض الدراسات السابقة أن معظم الدراسات العربية والأجنبية ركزت على العلاقة بين التربية الإعلامية الرقمية وتقليص انتشار المعلومات الكاذبة والمضللة، بالإضافة إلى تعزيز مهارات الوعي المعرفي والخصوصية الرقمية، فضلاً عن مهارات التمكن الرقمي، بينما اهتمت دراسات أخرى بدراسة العلاقة بين التربية الإعلامية الرقمية والعلاقات العامة، وشملت العينات المستخدمة في هذه الدراسات طلاب المرحلة الثانوية، والشباب الجامعي، والمراهقين، كما تنوعت المناهج المستخدمة بين المنهج الوصفي والمنهج شبه التجريبي، وهو المنهج ذاته الذي تم اعتماده في البحث الحالي.

أما بالنسبة لدراسات المحور الثاني التي تناولت تطبيقات الذكاء الاصطناعي، فقد ركزت الدراسات العربية والأجنبية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي وعلاقتها بإنتاج ونشر المحتوى الإعلامي على مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى بعض القضايا الإعلامية مثل التتمتع الإلكتروني والتصدي للأخبار الزائفة، واعتمدت معظم الدراسات على أدوات مثل الاستبيان، وتحليل المقالات، وتحليل محتوى التغريدات على منصات التواصل الاجتماعي، وتنوعت عينات الدراسات بين طلاب الجامعات، ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وممارسي الإعلام في المؤسسات الإعلامية المختلفة.

ومن خلال الاستعراض السابق، لم تجد الباحثان أي دراسة تجمع بين العلاقة بين التربية الإعلامية الرقمية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

أهمية البحث:

يكتسب هذا البحث أهميته من عدة جوانب منها:

1. الأهمية النظرية:

يسهم البحث في تعميق الفهم الأكاديمي لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية، التي أصبحت ضرورية في ظل التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، كما يسعى البحث إلى تقديم إطار نظري يوضح كيف يمكن لبرامج التربية الإعلامية الرقمية أن تساهم في توجيه المستخدمين نحو الاستخدام الآمن للذكاء الاصطناعي، بما في ذلك فهم مخاطرة وفوائده، ويقدم البحث فهماً للعلاقة بين التربية الإعلامية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي،

مثال تطبيقي لكتابة خاتمة مُراجعة الثُراث الأدبي

المُحاضرة الرابعة

3. بناء مُراجعة الثُراث الأدبي:

✍ نصائح لكتابة فعّالة لمُراجعة الثُراث الأدبي:-

TIPS FOR EFFECTIVE LITERATURE REVIEW WRITING



CLARITY AND
CONCISENESS



CRITICAL
THINKING



STRUCTURED
ORGANIZATION



SYNTHESIS

- استخدام التلخيص وإعادة الصياغة بدلاً من الاقتباسات المطوّلة.
- التركيز على التحليل والنقد وليس السرد فقط.
- مراعاة الدقة اللغوية والوضوح في التعبير.
- عدم الإطالة الزائدة أو الخروج عن نطاق موضوع الدراسة.
- كما يُنصح بتجميع الدراسات في جدول يتضمن عناصر مثل: اسم الباحث، سنة النشر، الهدف، المنهج، النتائج، وأبرز الملاحظات. يُسهّل هذا الجدول مقارنة الدراسات، واكتشاف أوجه الشبه والاختلاف، وتحديد الفجوات البحثية. كما يساعد الباحث على صياغة مُراجعة مترابطة بدلاً من السرد العشوائي.

نموذج لجدول مُراجعة/ تحليل التراث الأدبي (Literature Review Matrix):

[illegible]

المُحاضرة
الرابعة

3. بناء مُراجعة الثُراث الأدبي:

مثال لكيفية التطبيق العملي لجدول مُراجعة/ تحليل الثُراث الأدبي (Literature Review Matrix):

المؤلف	سنة النشر	هدف الدراسة	المنهج	العينة	النتائج الرئيسية	الملاحظات
محمد وعبد الله	2021	قياس تأثير المحتوى الإخباري في X	كمي	300 مستخدم	انخفاض التفاعل بين الشباب	لم تُحدد الأسباب بدقة
أحمد حسن	2022	تحليل دور المؤثرين في حملات التسويق الرقمي	كيفي	10 مقابلات	ارتفاع الثقة بالمحتوى عند وجود توصية شخصية	العينة محدودة جدًا
سارة خالد	2023	تحليل توجهات الجمهور نحو البودكاست السياسي	مختلط	200 استبيان + 5 مقابلات	نمو ملحوظ للبودكاست بين الفئة العمرية 18-25	لم تُدرس الفروقات الجندرية

المُحاضرة
الرابعة

3. بناء مُراجعة الثُراث الأدبي:

تدريب عملي اختياري على جدول مُراجعة الأدبيات (Literature Review Exercise):

تم إرفاق نموذج بصيغة ملف Word باسم تدريب جدول مُراجعة الأدبيات يحتوي على جدول مُراجعة الأدبيات.

المطلوب:

- تحميل الملف المرفق.
- اختيار موضوع بحث مبدئي (مثال: استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة، سلوك الجمهور الرقمي، التسويق عبر المؤثرين، أو أي موضوع تفضله).
- جمع خمس دراسات أكاديمية حديثة (باللغة العربية أو الإنجليزية) تتعلق بالموضوع (يُفضل أن تكون من قواعد بيانات موثوقة).
- تعبئة جميع الخانات المطلوبة بدقة، والاعتماد على مصادر علمية موثوقة.
- يُمكنكم الاستعانة بهذا الجدول لاحقًا في كتابة مراجعتكم الأدبية النهائية.

SHORT
TRAINING

المُحاضرة
الرابعة

3. بناء مُراجعة الثُراث الأدبي:

تدريب عملي اختياري على جدول مُراجعة الأدبيات (Literature Review Exercise):

تم إرفاق نموذج بصيغة ملف Word باسم تدريب جدول مُراجعة الأدبيات يحتوي على جدول مُراجعة الأدبيات.

المطلوب:

- ملء خانات الجدول الخاص بمُراجعة الأدبيات بحيث يتضمن لكل دراسة ما يلي:
 - عنوان الدراسة والمؤلف وسنة النشر.
 - المُشكلة/ السؤال البحثي.
 - المنهج المُستخدم (وصفي - تجريبي - كيفي - ...).
 - أدوات جمع البيانات (مُقابلة - استبيان - تحليل مُحتوى - ...)، وعينة الدراسة.
 - أهم النتائج.
 - الملاحظات ذات الصلة بموضوع بحثك أو التصنيف المحوري.

SHORT
TRAINING

04



خطوات إجراء البحث العلمي



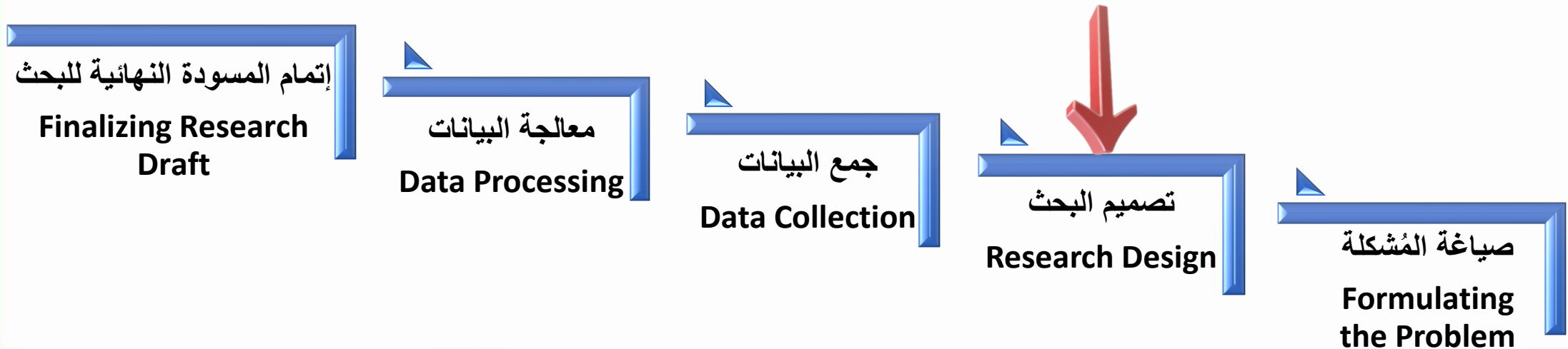
المُحاضرة
الرابعة

4. خطوات إجراء البحث العلمي:

من صياغة المُشكلة إلى تصميم البحث: الانتقال إلى الخطوة الثانية من البحث العلمي:

بعد أن استكملنا الخطوة الأولى من خطوات البحث العلمي، والتي تمثلت في صياغة مُشكلة البحث بجميع عناصرها الأساسية، ننتقل الآن إلى الخطوة الثانية ضمن الخطوات الخمس الرئيسة في مسار البحث، وهي خطوة تصميم البحث.

ولفهم موقع هذه الخطوة في السياق الكامل للبحث، يمكننا استعراض المراحل الخمس الأساسية للبحث العلمي كما يلي:



05

خطوات إجراء البحث العلمي



الخطوة الثانية: تصميم البحث
(Research Design)



المُحاضرة
الرابعة

5. الخطوة الثانية: تصميم البحث:

تصميم البحث:

- يُعد تصميم البحث بمثابة الخريطة العامة التي تُوجّه خطوات الباحث نحو تحقيق أهداف دراسته، حيث يُحدد الوسائل المنهجية والأدوات التي سيتم استخدامها في جمع البيانات وتحليلها.
- ويُعرّف أيضًا بأنه الخطة المنهجية التي تُنظم كيفية بناء الدراسة من خلال تحديد الإطار النظري، واختيار المنهج المناسب، وتحديد المتغيرات الأساسية، بالإضافة إلى تصميم أداة البحث (مثل الاستبيان، أو بطاقة تحليل المحتوى، أو دليل المقابلة).
- يساعد تصميم البحث على ضمان الاتساق الداخلي بين مشكلة الدراسة، وأسئلتها، وفروضها (إن وُجدت).
- كما يُمكن الباحث من اتخاذ قرارات منهجية دقيقة تتعلق بالعينة، ونوع البيانات المطلوبة، وأساليب التحليل المناسبة.
- ويُعد إعداد تصميم بحثي محكم خطوة أساسية لضمان مصداقية النتائج وجودة المخرجات البحثية، خاصة في مجالات الإعلام والتسويق الرقمي التي تتطلب مواءمة بين الإطار النظري والتطبيق العملي.



المُحاضرة
الرابعة

5. الخطوة الثانية: تصميم البحث:

سيتم تناول هذه الخطوة من خلال العناصر التالية:-

- 1) تحديد المتغيرات (Defining Variables).
- 2) تساؤلات البحث (Research Questions).
- 3) وضع الفرضية (Setting the Hypothesis).
- 4) تطوير النموذج أو الإطار المفاهيمي
(Developing the Conceptual Model or Framework).
- 5) اختيار أدوات البحث (Research Instruments/ Tools).
- 6) تحديد مستويات قياس المقاييس (Levels of Scale Measurement).
- 7) إجراءات الصدق والثبات (Validity and Reliability).



06

الخطوة الثانية: تصميم البحث



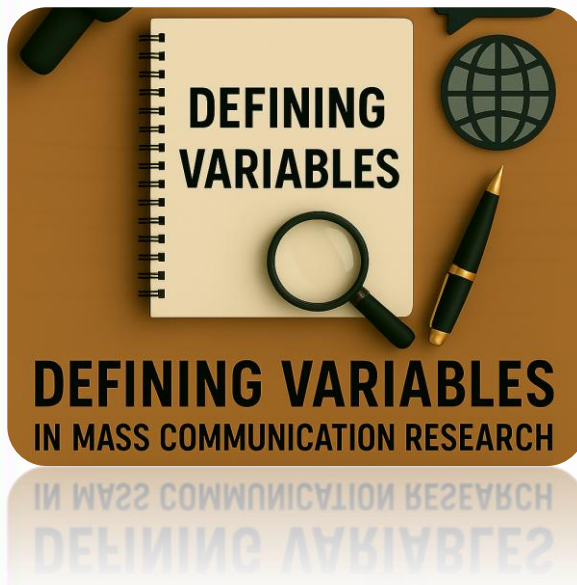
تحديد المتغيرات
Defining Variables



6. تحديد المُتغيرات:

تحديد المُتغيرات:

- تُعد المُتغيرات من المكونات الأساسية لأي دراسة علمية، إذ تُشكّل الإطار الذي تُبنى عليه الفرضيات وتُختبر من خلاله العلاقات بين الظواهر.
- ويُعرّف المُتغير بأنه خاصية أو سمة يمكن ملاحظتها وقياسها، وتختلف في درجاتها أو قيمها بين أفراد العينة أو وحدات التحليل.
- كما يُعرفها البعض بوصفها خاصية يتميز بها عناصر أو أفراد الدراسة، بحيث يختلف هؤلاء الأفراد فيما بينهم في مدى تميز كل منهم بهذه الخاصية، وعلى نحو يُمكن الباحث من قياس ذلك بشكل كمي.
- تُستخدم المُتغيرات في البحوث الإعلامية والتسويقية لتحليل تأثير العوامل المختلفة على السلوك الاتصالي أو الاستهلاكي، كأن يقيس الباحث أثر مدة استخدام وسائل التواصل على الثقة في الأخبار، أو علاقة نوع المنصة الرقمية بمعدلات التفاعل.
- ومن المُتغيرات الشائعة في بحوث الإعلام والتسويق المُتغيرات المُتعلقة بنسب التعرض لوسائل الإعلام من نسب مُشاهدة أو استماع أو استخدام لبعض المنصات.



المُحاضرة
الرابعة

6. تحديد المُتغيرات:

هل كل المُتغيرات قابلة للقياس؟ 🔍

المُتغيرات المُجردة وصعوبات القياس:-

- في العديد من الدراسات الإعلامية والاجتماعية، يواجه الباحثون تحديات كبيرة عند التعامل مع المُتغيرات المُجردة أو غير المباشرة؛ وهي تلك المفاهيم النظرية التي لا يمكن ملاحظتها بشكل مباشر، مثل "الاغتراب الإعلامي"، "الرضا عن المحتوى"، أو "تأثير الرسائل الإقناعية".
- هذه المُتغيرات يصعب قياسها. وللتغلب على هذه التحديات، يلجأ الباحثون عادة إلى تصميم مقاييس مركبة تتألف من مجموعة من البنود أو الأسئلة التي تُستخدم معًا لبناء مؤشر إحصائي يعكس بُعدًا مفاهيميًا واحدًا كما سنرى.
- وهنا يجب تحويل المُتغيرات المُجردة إلى مُتغيرات قابلة للقياس.
- تبدأ مرحلة التحويل بوضع تعريفات إجرائية، وهي التي تُترجم المفاهيم النظرية إلى مؤشرات قابلة للملاحظة والقياس الكمي.

ABSTRACT
VARIABLESMEASUREMENT
DIFFICULTIES

DIFFICULTIES

المُحاضرة
الرابعة

6. تحديد المُتغيرات:

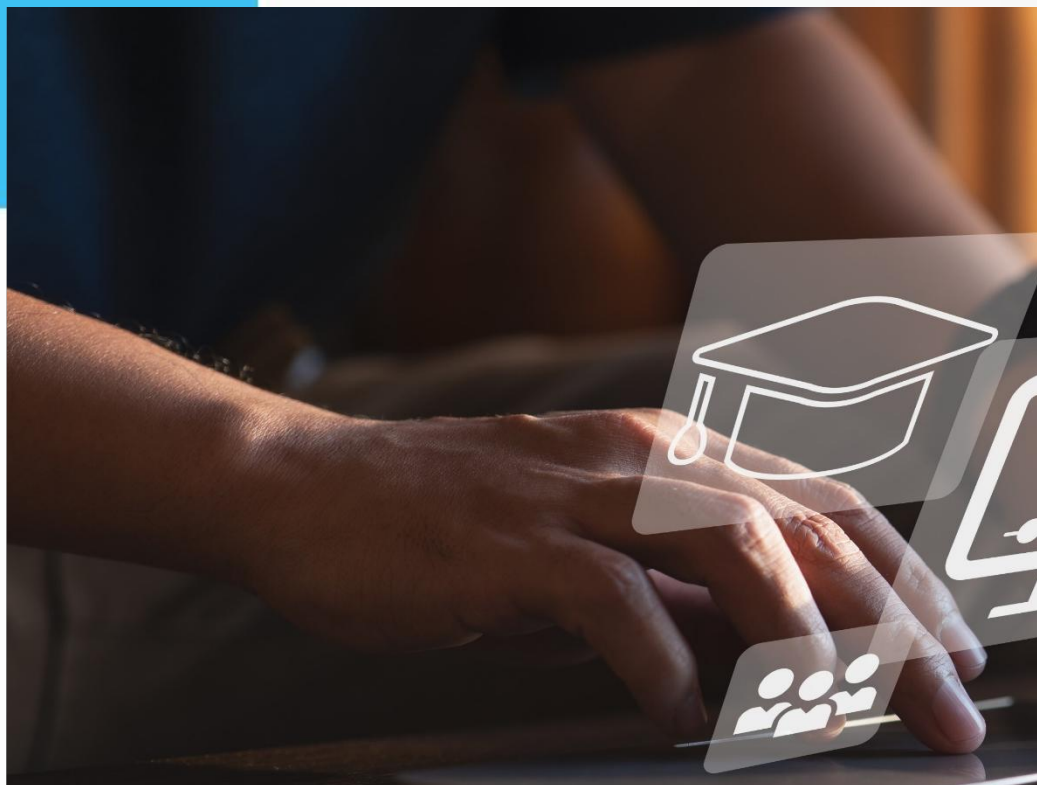
نصيحة منهجية للباحثين:

لضمان جودة البحث ودقة نتائجه، يجب على الباحث أن يحرص منذ المراحل الأولى على تحديد مُتغيراته بشكل يجعلها قابلة للعد، قابلة للقياس، واضحة التعريف، ومحددة القيم. فكلما كان المُتغير أكثر تحديداً وإجرائية، كان من السهل جمع البيانات وتحليلها بطريقة علمية دقيقة، وتفادي الغموض أو التداخل بين المفاهيم.

فتحديد المُتغيرات وتعريفها إجرائياً يُعد خطوة أساسية تضمن دقة التصميم البحثي وجودة النتائج. ولا سيّما في تخصصات الإعلام والتسويق، حيث تتقاطع التأثيرات الاجتماعية والتقنية والسلوكية، مما يتطلب وضوح المُتغيرات على نحو يساعد على تقديم دراسات قابلة للتطبيق والفهم، ويُسهم في بناء معرفة تراكمية ذات قيمة علمية وعملية عالية.

نصائح للباحثين





الخلاصة Conclusion

الْخُلَاَصَة

من صياغة المُشكلة إلى تصميم البحث:

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. المَراجع.

05



المراجع
References

5. 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.

5. المراجع:

(2) مراجع عربية:

- الحاج، ك. (2020). مناهج البحث الإعلامي. الجامعة الافتراضية السورية.
- البناء، د. (2025). محددات تبني الشباب الجامعي المصري للبودكاست (المسموع والمرئي) وعلاقته بتلبية احتياجاتهم الاتصالية. ع. 23. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون. كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 137- 210.
من: https://joa.journals.ekb.eg/article_421367.html
- الحنيطي، أ. وفهمي، ع. (2025). تقييم خريجي أقسام الإذاعة والتلفزيون للبرامج التعليمية في ضوء متطلبات سوق العمل الأردني. ع. 23. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون. كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 267- 290.
من: https://ejsrt.journals.ekb.eg/article_428447.html

5. المَراجع:

(2) مَراجع عربية:

- 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