

عنوان البحث (لمادة الدراسات النقدية):

تحليل الخطاب الإعلامي في تشكيل الرأي العام حول القضايا الاجتماعية

أولاً: مجتمع الدراسة (Population)

يتكوّن مجتمع الدراسة من:
جميع المقالات الإخبارية المنشورة في الصحف الإلكترونية العربية حول القضايا الاجتماعية خلال عام ٢٠٢٤.

سبب اختيار هذا المجتمع:

لأن الدراسات النقدية تركز على تحليل النصوص والخطابات، ويُعد الخطاب الإعلامي من أكثر النصوص تأثيراً على تشكيل الوعي الاجتماعي.

ثانياً: عينة الدراسة (Sample)

اعتمد الباحث على العينة القصدية (Purposive Sample).

سبب اختيار العينة القصدية:

- لأنها الأنسب في الدراسات النقدية التي تسعى لتحليل نصوص ذات طابع معيّن.
- الباحث لا يحتاج لكل النصوص، بل يختار نصوصاً تمثل الخطاب الإعلامي بوضوح.
- تُستخدم العينة القصدية كثيراً في تحليل المحتوى والخطاب.

ثالثاً: كيفية تحديد حجم العينة

اعتمد الباحث على معيارين شائعين في الدراسات النقدية:

1. معيار التشبع النصي (Theoretical Saturation)

وهو عندما يصل الباحث إلى مرحلة لا تضيف فيها النصوص الإضافية أي أنماط أو دلالات جديدة.

2. معيار التنوع الموضوعي

بحيث يغطي الخطاب الإعلامي عبر:

- صحف مختلفة

- مدارس إعلامية متنوعة
- زوايا تحليل مختلفة

مثال تطبيقي:

- حدد الباحث مجتمع الدراسة بـ 600 مقال خلال عام ٢٠٢٤.
- وبناءً على التشبع النصي والتنوع، اختار الباحث 40 مقالاً فقط للتحليل النقدي.
- هذا العدد كافٍ لاستخلاص أنماط لغوية ودلالية وتمثيل اتجاهات الخطاب.

رابعاً: خطوات اختيار العينة

١. تحديد السنوات أو الفترة الزمنية (عام ٢٠٢٤).
٢. اختيار الصحف الإلكترونية الأكثر انتشاراً.
٣. جمع المقالات المتعلقة بالقضايا الاجتماعية (مثل البطالة، العنف الأسري، حقوق المرأة...).
٤. تطبيق معايير الفرز:
 - وضوح الخطاب
 - وجود موقف أو رؤية نقدية
 - ارتباط المقال بالقضية
٥. اختيار ٤٠ مقالاً تمثل الخطاب العام.
٦. التحقق من التشبع: إذا لم تظهر دلالات جديدة في ٣ مقالات متتالية → يتحقق التشبع.

خامساً: مثال جاهز

“يتكوّن مجتمع الدراسة من جميع المقالات الإخبارية المنشورة في الصحف الإلكترونية العربية خلال عام ٢٠٢٤ حول القضايا الاجتماعية. وقد اعتمد الباحث على العينة القصدية نظراً لطبيعة الدراسات النقدية التي تستوجب تحليل نصوص مختارة بعناية، وتم تحديد حجم العينة استناداً إلى معيار التشبع النصي والتنوع الموضوعي، حيث بلغ عدد المقالات المختارة ٤٠ مقالاً تمثل الخطاب الإعلامي السائد، وتسمح باستنتاج الدلالات النقدية دون تكرار أو فقدان للمعنى”.