

التكليف الثاني:

نقد ورقة بحثية من مصطلحات الدراسة والدراسات السابقة

فيصل الشمري
برنامج دكتوراه الإدارة





مصطلحات الدراسة:

إن المصطلحات هي ما يحدد تعريف موضوع معين في مجال محدد، ومصطلحات أي دراسة لا تخرج عن تعريف موضوع الدراسة في مجال معين، ولذلك يجب أن تتسم المصطلحات بالدقة بتوضيح المفاهيم وكتابتها بشكل سهل واضح ومختصر، وأن تنبع تلك المصطلحات من أبحاث ومصادر سابقة، وتكون في النهاية سهلة الاستشهاد في ميدان البحث.



الدراسات السابقة:

هي الأبحاث السابقة التي يرجع إليها الباحث؛ من أجل الحصول على البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع البحث، ومن ثم القيام بدراستها بشكل جيد، ثم تحليلها بالطرق العلمية والمنهجية المستخدمة في البحث العلمي، وبعد ذلك تحديد مدى التشابه والاختلاف فيما بينها وبين فرضيات البحث العلمي المقدم.



الدراسات السابقة:

ويستفيد الباحثين من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة البحث، وبناء الإطار النظري للبحث، وتصميم أدوات الدراسة، واستخدام الاختبارات والأساليب الإحصائية لتحليل البيانات، كذلك يستفيد الباحث من الدراسات السابقة في مقارنة النتائج التي توصل إليها بها، لتعزيز نتائجه أو رفضها أو التوصية للآخرين بإعادة تطبيقها في مجال آخر أو فترة زمنية لاحقة.



الدراسات السابقة:

لا توجد طريقة مثلى لاستعراض الدراسات السابقة وفق هيكل معين، وإنما تختلف حسب غرض البحث، فاستعراض الدراسات السابقة في الأبحاث باللغة الإنجليزية ليست كالأبحاث باللغة العربية، واستعراض الدراسات السابقة في الأوراق العلمية ليس كاستعراضها في الرسائل والأطاريح العلمية، ولكن الغرض من استعراض الرسائل يجب أن يكون موصولاً لتحقيق نتيجة، مثلاً كأن يتم استعراض مفاهيم من دراسات سابقة للوصول إلى مفهوم جديد، أو استعراض دراسات سابقة للوصول إلى مشكلة جديدة، أو الاتفاق في تطبيق إجراء معين.



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 مصطلحات البحث:

إن الباحث حين قام باختيار مصطلحات البحث أخذ مصطلحات مركبة ومتداخلة، فالمتغير المستقل كان بمصطلح: القيم الثقافية المحلية في المحتوى الإعلاني، فيتكون المصطلح من تداخل عدة مصطلحات: القيم، والتي ارتبط به أحد أنواعها وهي القيم الثقافية كذلك ارتبط بها نوع آخر وهو القيم المحلية وكل ذلك رغب الباحث بدراسته في موضوع المحتوى الإعلاني الذي يعد مصطلحاً آخر مركباً يتكون من مصطلح الإعلان ومصطلح المحتوى المكون للإعلان.

تأثير القيم الثقافية المحلية في المحتوى الإعلاني
على استجابة الجمهور للرسالة الإعلانية:
دراسة ميدانية على أعضاء الجمعية العربية السعودية
لبيوت الشباب في مدينة الرياض

د. ماجد بن عبد المحسن العبد الكريم
قسم الإعلان والاتصال التسويقي
كلية الإعلام والاتصال
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
الرياض – المملكة العربية السعودية



نقد مصطلحات البحث:

كما فعل الباحث ذلك حين قام باختيار مصطلحات البحث أخذ مصطلحات مركبة ومتداخلة للمتغير التابع فكان بمصطلح: استجابة الجمهور للرسالة الإعلانية، فيتكون المصطلح من تداخل عدة مصطلحات: استجابة الجمهور التي تعكس الاتجاه نحو موضوع ما والتي تتكون من عدة خطوات وهي: الاستجابة العاطفية، الاستجابة المعرفية، الاستجابة السلوكية، وربطه الباحث بالرسالة الإعلانية التي تعد مصطلحاً آخر.

تأثير القيم الثقافية المحلية في المحتوى الإعلاني
على استجابة الجمهور للرسالة الإعلانية:
دراسة ميدانية على أعضاء الجمعية العربية السعودية
لبيوت الشباب في مدينة الرياض

د. ماجد بن عبد المحسن العبد الكريم
قسم الإعلان والاتصال التسويقي
كلية الإعلام والاتصال
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
الرياض – المملكة العربية السعودية



نقد مصطلحات البحث:

ومما سبق نجد إن الباحث من خلال ربطه لعدة مصطلحات في مصطلح واحد أضاف ميزة للبحث بأنه بحثاً يتناول قضايا جديدة أكثر أهمية في مجال الإعلان، في ظل الزخم الثقافي الحالي وتداخل الثقافات نظراً لانتشار وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها المتزايد على قيم الأفراد والمجتمعات.

فمصطلحات البحث متناسقة ومتجانسة في تركيبها؛ الأمر الذي يجعل الدراسة ذات أهمية في حقل المجالات الإعلانية.

تأثير القيم الثقافية المحلية في المحتوى الإعلاني
على استجابة الجمهور للرسالة الإعلانية:
دراسة ميدانية على أعضاء الجمعية العربية السعودية
لبيوت الشباب في مدينة الرياض

د. ماجد بن عبد المحسن العبد الكريم

قسم الإعلان والاتصال التسويقي

كلية الإعلام والاتصال

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

الرياض – المملكة العربية السعودية



نقد الدراسات السابقة :

ونجد في هذه الورقة البحثية إن الباحث سلك مسلكاً مختلفاً في استعراض الدراسات السابقة عن أغلب الباحثين الذين يكتبون أوراقهم العلمية باللغة العربية.

فقام بتكوين الإطار النظري باستعراض المفاهيم من الدراسات السابقة ومن ثم الاستنتاج منها، والتعليق عليها بما يخدم التأطير النظري لمتغيرات الدراسة، وهنا نجد إن الباحث قد أسس المصطلحات والمفاهيم على تلك الدراسات السابقة التي أُجريت في مجال الإعلان والقيم الثقافية والاستجابة للرسائل الإعلانية.



نقد الدراسات السابقة :

وقد قام الباحث في هذه الورقة العلمية بتأطير المفاهيم النظرية المركبة لمتغيرات الدراسة من خلال تجميع مفاهيم المصطلحات المركبة للمتغيرات ومن ثم دمجها في المصطلح الموحد الذي استخدمته الدراسة.

ثم قام الباحث بعد ذلك بالاستعانة بالأبحاث والدراسات السابقة المختلفة والتي تختص بمفاهيم المصطلحات المركبة في تحديد مقاييس وأبعاد المصطلحات الموحدة التي استخدمتها الدراسة.

ونجد أن الباحث خلص من استعراضه للدراسات السابقة بهذه الطريقة في تقديم إطاراً نظرياً يشمل مصطلحات البحث المركبة بطريقة استنتاجية منطقية ومتسلسلة.



نقد الدراسات السابقة :

كذلك مما يجدر الإشارة إليه إن الباحث استخدم الدراسات السابقة واستعرضها في جزء مشكلة الدراسة، فقد أصل مشكلة الدراسة بناءً على الدراسات السابقة بدءاً من المتغير التابع وإعطاء لمحة عنه، ثم التسلسل في استعراض المتغيرات المركبة بناءً على الدراسات السابقة وصولاً إلى الفجوة البحثية التي تكمن في تساؤلات الدراسة، وبالتالي بناء معالم البحث وطرقه وإجراءاته بما يتوافق مع الإجابة على تلك التساؤلات البحثية.



شكرا جزيا

