

دور التسويق الرقمي في ثقافة الزبون: دراسة تحليلية لآراء عينة من مدراء ومسؤولي الشعب والوحدات لشركات زين لاتصالات في العراق

الربيعي، مريم باسم عزيز، و الجنابي، ثامر هادي. (٢٠٢٣). دور التسويق الرقمي في ثقافة الزبون: دراسة تحليلية لآراء عينة من مدراء ومسؤولي الشعب والوحدات لشركات زين لاتصالات في العراق. آداب الكوفة، مج ١٥، ع ٥٦، ٢٠٧ - ٢٢٩. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1395445>



إعداد

فهد مساعد

التقييم العلمي لأسلوب الاقتباس داخل متن البحث

يتّضح من الفقرات النظرية في الدراسة أن الباحث اعتمد منهجاً واضحاً في استخدام الاقتباسات، إذ قام بإسناد معظم الأفكار المنقولة إلى مصادرها الأصلية عبر إحالات مباشرة داخل النص، مستخدماً الصيغة المتداولة في الأبحاث العربية (اسم الباحث: السنة: الصفحة). ويظهر ذلك جلياً في مواضع متعددة من الدراسة، مثل الفقرات التي ناقشت مفهوم الثقافة ومحددات السلوك الاستهلاكي، حيث أورد الباحث إحالات متتابعة لمراجع مثل Dewar وJanssen وLamory وYosifon عند عرض كل فكرة على حدة، وهذا الأسلوب يعكس التزاماً أكاديمياً سليماً، لأنه يمنع الوقوع في السطو العلمي ويحفظ حق المؤلف الأصلي، كما يمنح القارئ القدرة على تتبع مصدر كل معلومة بدقة. كذلك فإن اعتماد الباحث على الاقتباس غير المباشر وإعادة صياغة الأفكار بصيغة عربية واضحة يدل على فهم للمحتوى وليس نقلاً حرفياً، وهو ما ينسجم مع الممارسات الأكاديمية الرصينة..

التقييم العلمي لأسلوب الاقتباس داخل متن البحث

من خلال مراجعة الإحالات داخل المتن ومقارنتها بقائمة المراجع في نهاية الدراسة، يتّضح وجود درجة عالية من التنظيم والضبط في التوثيق؛ فجميع الأسماء التي وردت في الإطار النظري موجودة في قائمة المراجع مع بياناتها الببليوغرافية الكاملة، سواء باللغة العربية أو الإنجليزية. وهذا التوافق يعكس حرص الباحث على الالتزام الدقيق بقواعد التوثيق، إذ لم تظهر أية إحالة لمصدر غير مدرج، كما لم يتبين وجود أفكار منقولة بلا إسناد.

ورغم أن الباحث لم يعتمد نمطاً عالمياً موحداً مثل APA أو MLA، إلا أنه حافظ على صيغة ثابتة ومفهومة على امتداد البحث، وهو ما يعد مقبولاً في كثير من الدوريات العربية. بناءً على ذلك، يمكن القول إن الباحث أحسن استخدام الاقتباسات والتوثيق، ونجح في ضمان سلامة الاقتباس المباشر وغير المباشر، وابتعد عن أي سلوك يُعد سطواً أكاديمياً أو إخلالاً بالملكية الفكرية.

توثيق جميع المصادر بشكل صحيح

يتبين من مراجعة الفقرات النظرية في الدراسة أنّ الباحث التزم التزاماً واضحاً بإسناد جميع الأفكار والنظريات إلى مصادرها العلمية، وذلك عبر الإحالات المباشرة داخل النص باستخدام الصيغة المتداولة في الأبحاث العربية، والمتمثلة في ذكر اسم الباحث وسنة النشر ورقم الصفحة. وقد جاءت هذه الإحالات متتابعة ومنسقة في المواضيع التي تناولت مفاهيم الثقافة، والعوامل الاجتماعية، والسلوك الاستهلاكي، ومحددات القرار الشرائي، مستندةً إلى مراجع عربية وأجنبية حديثة مثل (Dewar (2015، و(Nairn (2014، و. (Bajde (2013 هذا الأسلوب يعكس حرص الباحث على عدم ترك أية فكرة منقولة دون توثيق، كما يدل على أن المادة العلمية صيغت بطريقة تستند إلى مراجع معتمدة فعلاً، مما يعزز الثقة في سلامة الإطار النظري ويمنع الوقوع في السطو الأكاديمي أو النقل غير الموثق.

توثيق جميع المصادر بشكل صحيح

عند مقارنة الإحالات الواردة في متن الدراسة بقائمة المراجع المدرجة في الصفحات الأخيرة، يتّضح أنّ جميع المصادر التي استند إليها الباحث في تفسير المفاهيم النظرية والعوامل المؤثرة في ثقافة الزبون قد أدرجت ضمن القائمة، وبمعلومات ببليوغرافية كاملة من حيث اسم المؤلف، وسنة النشر، وعنوان المصدر، وجهة الإصدار.

لم يظهر في النص أي اقتباس يعود إلى مرجع غير موجود في القائمة، كما لم يظهر في القائمة أي مرجع غير مستخدم داخل المتن، وهو ما يؤكد سلامة البناء المرجعي للدراسة، ورغم أنّ الباحث لم يعتمد نظام MLA أو APA بصيغتهما التقليدية، إلا أنّه التزم بنظام ثابت داخل المتن وقائمة المراجع، وهو ما يعد مقبولاً في الأبحاث العربية إذا حافظ على الاتساق والدقة. وبذلك يمكن القول إن الدراسة اعتمدت توثيقاً صحيحاً وعلمياً متوازناً لجميع الأفكار والنظريات التي استعانت بها.

تقييم طبيعة المصادر ومدى موثوقيتها

تُظهر الإحالات التي وردت داخل متن الدراسة أنّ الباحث اعتمد بصورة رئيسية على مصادر أكاديمية محكمة تشمل كتباً جامعية، ومقالات منشورة في مجلات علمية، وأبحاثاً حديثة صادرة عن باحثين معروفين في حقل التسويق والسلوك الاستهلاكي. وهذا يتضح من تعدد الإحالات إلى دراسات أجنبية ذات حضور أكاديمي، مثل أعمال Dewar وJanssen وLamory وNairn وBajde، وهي أسماء تظهر عادة في البحوث المتخصصة بالسلوك الاستهلاكي والثقافة التنظيمية. كما استند الباحث إلى مراجع عربية صادرة عن دور نشر جامعية أو مجلات علمية محكمة، وهو ما يعزز مصداقية المادة النظرية ويوضح أن بناء الإطار المفاهيمي لم يعتمد على مصادر غير معتمدة أو منشورات شعبية، بل على مراجع علمية فعلية تتوافق مع متطلبات البحث الجامعي الرصين..

تقييم طبيعة المصادر ومدى موثوقيتها

على الرغم من جودة المصادر المستخدمة، إلا أن الدراسة تعاني من بعض المحددات التي تقلل من قوة المراجعة العلمية. فقد ركّز الباحث بصورة شبة كاملة على مراجع نظرية—كتب ومقالات—من دون توسيع قاعدة البيانات لتشمل تقارير بحثية ميدانية، أو دراسات حالة، أو مصادر دولية حديثة تعالج التطورات المتسارعة في موضوع التسويق الرقمي.

كما أن الاعتماد الأكبر كان على مراجع وصفية لا تقدم نماذج تحليلية متقدمة، مما قد يحد من عمق التفسير ويجعل الإطار النظري أقرب إلى التجميع منه إلى التحليل المقارن، فإن بعض المجالات ذات الصلة المباشرة كالذكاء الاصطناعي، وسلوك المستهلك الرقمي في بيئات متعددة الثقافات، لم تُوظّف مصادر عنها رغم أهميتها. ورغم أن هذا القصور لا يبطل قيمة البحث، إلا أنه يشير إلى ضرورة توسيع قاعدة المراجع وتعزيزها بمصادر أكثر تنوعاً وحدثة.

مظاهر الالتزام بحقوق الملكية الفكرية

يتضح من مراجعة متن الدراسة أن الباحث التزم بصورة ملحوظة بحقوق الملكية الفكرية، إذ أسند جميع الأفكار العلمية التي استشهد بها إلى أصحابها مباشرة عبر إحالات واضحة داخل النص، مستخدماً الصيغة المتداولة في الأبحاث العربية (اسم المؤلف: سنة النشر: الصفحة)، وقد ظهر هذا الالتزام في مختلف أقسام الإطار النظري، حيث تم نسب التعريفات والمفاهيم والنظريات والمداخل التفسيرية إلى مصادرها الأصلية، سواء كانت عربية أو أجنبية، وجميعها موثقة أيضاً في قائمة المراجع في نهاية الدراسة. ويمثل هذا التوافق بين النص والقائمة دليلاً قوياً على أن الباحث لم يستخدم نتائج الآخرين دون إسناد، بل اتبع آليات صحيحة تحميه من السطو الأكاديمي وتنسجم مع مبادئ النزاهة العلمية..

مظاهر الالتزام بحقوق الملكية الفكرية

على الرغم من التزام الباحث بالتوثيق، إلا أنّ الدراسة تُظهر بعض الجوانب التي يمكن تحسينها لضمان حماية أقوى للملكية الفكرية. فقد لوحظ وجود عدم اتساق في طريقة التوثيق بين المصادر العربية والأجنبية، إذ استخدمت الدراسة نمطاً قريباً من النظام العربي التقليدي أكثر من اعتماد نظام دولي قياسي مثل APA أو MLA. كما أن كثافة الاعتماد على الاقتباس غير المباشر دون استخدام اقتباس مباشر عند نقل عبارات دقيقة قد يحدّ من وضوح الحدود الفاصلة بين رأي الباحث وآراء الآخرين في بعض المواضع، رغم وجود الإسناد. هذه الملاحظات لا ترقى إلى مستوى الإخلال بالملكية الفكرية، لكنها تشير إلى حاجة منهجية لتحسين أسلوب التوثيق لرفع الدقة وتقليل احتمالية اللبس في نسبة الأفكار.

مؤشرات أصالة المحتوى وغياب الدلائل المباشرة على الانتحال

من خلال مراجعة متن الدراسة، لا تظهر أي مؤشرات تدل على وجود سرقات أدبية أو نقل حرفي دون إسناد. فجميع الفقرات النظرية تقريباً تتضمن إحالات واضحة تُنسب فيها الأفكار إلى أصحابها الحقيقيين باستخدام صيغ توثيق متعددة للمصادر العربية والأجنبية.

كما أن كثافة الاعتماد على الاقتباس غير المباشر مع صياغة عربية متسقة تُقلل من احتمالية النسخ الحرفي، وتدلل على أن الباحث قام بإعادة بناء المادة النظرية بلغته الخاصة، كذلك فإن التطابق بين الإحالات داخل النص وقائمة المراجع في نهاية الدراسة يعزز من احتمال أصالة المحتوى، إذ لم يظهر أي مصدر غير موجود في القائمة، ولم تُكتشف أي فكرة تبدو مقتبسة بلا إسناد أو منقولة من موقع إلكتروني غير أكاديمي، وهي علامات تُعد دليلاً أولياً على احترام الباحث لأخلاقيات الكتابة العلمية.

مؤشرات أصالة المحتوى وغياب الدلائل المباشرة على الانتحال

على الرغم من أن القراءة الداخلية للنص لا تكشف عن سرقات أدبية واضحة، إلا أن الحكم النهائي على أصالة المحتوى يتطلب إخضاع الدراسة لبرنامج كشف الانتحال مثل Turnitin أو iThenticate أو PlagScan، وهي أدوات قادرة على مقارنة النص بملايين المنشورات الأكاديمية. فاعتماد الباحث بصورة واسعة على مصادر مترجمة أو على صياغات معاد بناؤها من الأدبيات الأجنبية قد يخفي تطابقاً نصياً غير مقصود في حال كانت الترجمة قريبة جداً من الأصل.

كما أن بعض الفقرات ذات الأسلوب المتدرج والتركيب قد تستدعي التأكد من أنها ليست منقولة من مراجع دون إعادة صياغة كافية. وبالتالي، ورغم عدم وجود مؤشرات داخلية على السطو العلمي في النص المعروض، فإن التحقق التقني عبر برامج الكشف يبقى ضرورة معيارية لضمان الأصالة الكاملة، خصوصاً في الدراسات الجامعية التي تتطلب مستويات عالية من النزاهة العلمية.

حضور مساهمة بحثية أصلية في الجانب التطبيقي

تتضمن الدراسة قدراً واضحاً من الأصالة البحثية في جانبها الميداني، إذ لا تقتصر على عرض الإطار النظري أو إعادة صياغة الأدبيات، بل تقدم نموذجاً تطبيقياً يقيّم العلاقة بين التسويق الرقمي وثقافة الزبون في شركات زين للاتصالات في العراق. وقد صمّم الباحث استبانة خاصة به، وحدد مجتمعاً وعينة بحثية، واستخدم أدوات تحليل إحصائي مثل SPSS و AMOS لإجراء نمذجة المعادلات الهيكلية، وهي خطوات تشير إلى إنتاج معطيات جديدة لم يسبق عرضها في الدراسات السابقة بنفس السياق. كما أن النتائج التي توصل إليها الباحث ومنها إثبات وجود علاقات تأثير وارتباط معنوية بين متغيرات التسويق الرقمي وأبعاد ثقافة الزبون—تُعد نتائج أصلية لأنها مبنية على بيانات جمعها الباحث بنفسه، وتقدّم إسهاماً محلياً مهماً في مجال إدارة التسويق الرقمي داخل قطاع الاتصالات العراقي.

حضور مساهمة بحثية أصلية في الجانب التطبيقي

على الرغم من الأصالة الواضحة في الجانب الميداني، إلا أن الإطار النظري للدراسة لا يقدم إضافة علمية جديدة أو طرحاً مبتكراً في المفاهيم المرتبطة بالتسويق الرقمي أو ثقافة المستهلك، بل يعتمد إلى حد كبير على تلخيص الأدبيات السابقة وإعادة تنظيمها. فالتعريفات والمفاهيم والأبعاد التي تناولها الباحث مثل التواصل، المشاركة، التعلم، العوامل الاجتماعية، العوامل الشخصية، والعادات والتقاليد—هي عناصر متداولة في الأدبيات، ولم يقدّم الباحث بتطوير نموذج نظري جديد أو اقتراح مفاهيم مبتكرة تتجاوز ما هو شائع. كما أن الدراسة لا تطرح نظرية تفسيرية جديدة أو إطاراً مفاهيمياً أصيلاً، بل تكتفي بتوظيف أطر قائمة. وهذا يجعل مساهمتها النظرية محدودة، رغم وجود مساهمة تطبيقية معتبرة.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

