جامعة الملك فيصل

كلية الآداب

قسم الاتصال والإعلام

دليل الكتابة الأكاديمية

وإعداد الرسائل والبحوث العلمية

١٤٤٧هـ

المحتويات

I . مقدمة في الكتابة الأكاديمية والبحث العلمي..... ٤

أ. تعريف الكتابة الأكاديمية وأهميتها في السياق العربي ٥

ب. خصائص اللغة الأكاديمية الفعالة (الدقة، الوضوح، الإيجاز، الموضوعية) ٦

ج. مراحل عملية الكتابة الأكاديمية (التخطيط، الصياغة، المراجعة)..... ٧

.IIاختيار موضوع البحث وصياغة المقترح ٩

أ. معايير اختيار الموضوع: الأصالة، الأهمية، وإمكانية التطبيق ٩

ب. أمثلة لمواضيع بحثية في مجال الإعلام ١٠

العلاقات العامة، الاستدامة، ودمج الذكاء الاصطناعي ١٠

الاتصال التسويقي، رؤية ٢٠٣٠، والتقنيات الغامرة..... ١٠

ج. عناصر خطة البحث: من الفكرة الأولية إلى الأهداف المحددة ١١

.III الهيكل العام للرسالة أو البحث العلمي ١٢

أ. الأجزاء التمهيدية (الأوائل) ١٢

ب. متن الرسالة (الفصول الرئيسية)..... ١٣

تطوير الإطار النظري: تحديد المفاهيم والنظريات وتكاملها في الدراسات الإعلامية ... ١٦

أمثلة لنظريات إعلامية يمكن توظيفها في الإطار النظري ١٦

الاطار المفاهيمي: ١٨

منهجية البحث..... ٢٠

أدوات جمع البيانات: ٢٢

الاتجاهات الناشئة في طرق البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام ٢٣

أدوات الذكاء الاصطناعي التي يمكن الاستعانة بها لمراحل البحث المختلفة ٢٨

٧. النتائج والمناقشة والخاتمة: صياغة المساهمة العلمية في الإعلام ٢٩

أ. عرض النتائج: أفضل الممارسات في التصور المرئي للبيانات ٣٠

ب. مناقشة النتائج: تفسيرها، ربطها بالإطار النظري، ومعالجة القيود ٣٠
ج. الخاتمة: الإجابة على سؤال البحث الرئيسي، المساهمة المعرفية، والتوصيات المستقبلية..... ٣١
VI. أخلاقيات البحث العلمي: مبادئ وممارسات في العصر الرقمي والإعلامي ٣١
أ. المبادئ الأساسية: النزاهة، الصدق، الموضوعية، واحترام الملكية الفكرية ٣١
ب. الاعتبارات الأخلاقية في التعامل مع المشاركين: المو افقة المستنيرة، الخصوصية، والسرية..... ٣٢
ج. أخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي في البحث الإعلامي..... ٣٣
VII. التنسيق والاستشهاد بالمصادر: الدقة الأكاديمية والمعايير الحديثة ٣٤
VIII. قراءة إثر ائية وموارد إضافية..... ٣٨

١. مقدمة

يُعد هذا الدليل مرجعًا أساسيًا لطلاب الدراسات العليا في قسم الاتصال والإعلام بجامعة الملك فيصل، ويهدف إلى إرشادهم خلال رحلتهم الأكاديمية في إعداد الرسائل والبحوث العلمية. في عصر التحولات المعرفية والإعلامية المتسارعة، لم تعد الرسالة العلمية مجرد متطلب أكاديمي، بل هي حجر الزاوية في مسيرة الدراسات العليا، وتتويج لسنوات من التحصيل الأكاديمي والبحث المتعمق، تهدف إلى المساهمة الأصيلة في حقل المعرفة .

إن إعداد الرسالة العلمية يُشكل اختبارًا حقيقيًا لقدرة الطالب على إجراء البحث بشكل مستقل، حيث تُمنح له مساحة واسعة من الاستقلالية في تحديد موضوع دراسته، وتطوير أفكاره الخاصة، وتنفيذ بحثه، وصياغة وتنظيم النص بنفسه .هذا الجانب من الرسالة يُعد إعدادًا محوريًا للمسار المهني المستقبلي، سواء داخل الأوساط الأكاديمية أو خارجها، حيث يُنمي مهارات حيوية لا غنى عنها مثل إدارة الوقت، وتوليد الأفكار الأصيلة، والقدرة على العمل بشكل مستقل وفعال .

في ظل التطور المتسارع للمعرفة والتقدم التكنولوجي غير المسبوق، خاصة في مجال الإعلام والاتصال، أصبح البحث العلمي يتطلب مواكبة مستمرة للاتجاهات المنهجية الناشئة والأدوات التقنية المتقدمة .يُحدث الذكاء الاصطناعي (AI) ثورة جذرية في مجالات تحليل البيانات والبحث والتطوير، مما يُعيد تعريف حدود اكتساب المعرفة ويوسع آفاقها بشكل غير مسبوق .لم يعد كافيًا للباحث أن يلم بالأساليب التقليدية فحسب، بل يجب عليه أن يكون قادرًا على دمج التقنيات الحديثة واستخدامها بفعالية في دراساته الإعلامية .

يهدف هذا الدليل إلى تزويد طلابنا بالمعرفة والمهارات اللازمة لإعداد بحوث ورسائل علمية ذات جودة عالية، تلتزم بالمعايير الأكاديمية العالمية، وتُسهم في إثراء المعرفة في مجال الاتصال والإعلام. نأمل أن يكون هذا الدليل عونًا لكم في مسيرتكم البحثية، وأن يُسهم في صقل مهاراتكم لتصبحوا باحثين مستقلين ومواكبين للتحولات التكنولوجية، ومؤهلين للمساهمة المعرفية في عصر يتسم بالابتكار المتسارع.

فيما يلي دليل إرشادي شامل ومفصل لإعداد الرسائل والأبحاث العلمية باللغة العربية، يغطي جميع الجوانب الأساسية لعملية البحث والكتابة، بدءًا من التخطيط الأولي وصولًا إلى التنسيق النهائي وأخلاقيات البحث العلمي.

أ. تعريف الكتابة الأكاديمية وأهميتها في السياق العربي

الكتابة الأكاديمية هي شكل متخصص من أشكال التعبير الكتابي، يهدف إلى نقل المعرفة، تحليل الأفكار المعقدة، وتقديم الحجج والبراهين المدعومة بأدلة علمية موثقة. تتميز هذه الكتابة بالدقة المتناهية، والموضوعية الصارمة، والالتزام بمنهجيات بحثية محددة، بالإضافة إلى اتباع قواعد صارمة في العرض والتنسيق. إنها ليست مجرد نقل للمعلومات، بل هي عملية بناء معرفي تتطلب تفكيرًا نقديًا وتحليلًا عميقًا.

في جوهرها، يُعرف البحث العلمي بأنه عملية منهجية ومنظمة يقوم بها الباحث لدراسة حقائق معينة، أو ظواهر قائمة، أو مشكلات محددة. يتبع الباحث في هذه العملية منهجًا علميًا سليمًا بهدف الوصول إلى حلول مناسبة أو استنتاجات منطقية وموثوقة .الرسالة العلمية، سواء كانت رسالة ماجستير أو دكتوراه، هي التجسيد المكتوب لهذا البحث العلمي، وتقدم كمتطلب أساسي لاستيفاء شروط الحصول على درجة علمية .تُعد الرسالة العلمية، أو ما يُعرف بالأطروحة، حجر الزاوية في مسيرة الدراسات العليا، فهي تمثل تتويجًا لسنوات من التحصيل الأكاديمي والبحث المتعمق. إنها ليست مجرد متطلب للحصول على درجة جامعية، بل هي عمل أكاديمي بحثي مطول يهدف إلى المساهمة الأصيلة في حقل المعرفة .تتطلب رسالة الماجستير من الطالب إظهار قدرته على استخدام مصادر المعلومات بفاعلية ومعالجة موضوع البحث بكفاءة، بينما تتطلب رسالة الدكتوراه تعميقًا شاملًا وعميقًا للموضوع، مع تقديم إضافة معرفية جديدة ومبتكرة للمجال العلمي الذي تنتمي إليه .

تكتسب الكتابة الأكاديمية أهمية بالغة في السياق العربي، حيث تسهم بشكل مباشر في تعزيز الإنتاج المعرفي باللغة العربية الفصحى. هذا الإنتاج يسهل الوصول إلى المعرفة وتطبيقها على المستويين المحلي والإقليمي، مما يدعم التراكم المعرفي ويساهم في تطوير المناهج التعليمية والبحثية في الجامعات والمؤسسات الأكاديمية العربية. إن الالتزام باللغة العربية الفصحى السليمة لا يقتصر على كونه متطلبًا شكليًا، بل هو عنصر حيوي لضمان جودة البحث العلمي ومصداقيته. فاللغة هي الوعاء الذي يحمل الفكر العلمي، وأي أخطاء لغوية أو غموض في التعبير لا يعيق الفهم فحسب، بل يمكن أن يشوه المعنى العلمي الدقيق، ويقلل من مصداقية النتائج، ويعيق التراكم

المعرفي الصحيح. في بيئة تتسم بتعدد اللهجات العامية، يصبح الالتزام بالفصحى أكثر أهمية لضمان الوضوح والتوحيد القياسي للمصطلحات والمفاهيم العلمية عبر مختلف الجامعات والباحثين، وبالتالي تعزيز جودة التواصل العلمي وتراكم المعرفة بشكل موثوق. هذا التقييد اللغوي ليس قيدًا على الإبداع، بل هو ضرورة منهجية لضمان أن النتائج والاستنتاجات قابلة للتحقق والفهم عالميًا ضمن المجتمع العلمي، مما يعكس التزامًا بالموضوعية والشفافية، وهما ركيزتان أساسيتان للمصداقية العلمية في أي بحث أكاديمي.

تُشكل الرسالة العلمية اختبارًا حقيقيًا لقدرة الطالب على إجراء البحث بشكل مستقل، حيث تُمنح له مساحة واسعة من الاستقلالية في تحديد موضوع دراسته، وتطوير أفكاره الخاصة، وتنفيذ بحثه، وصياغة وتنظيم النص بنفسه. هذا الجانب من الرسالة يُعد إعدادًا محوريًا للمسار المهني المستقبلي، سواء داخل الأوساط الأكاديمية أو خارجها، حيث يُنمي مهارات حيوية لا غنى عنها مثل إدارة الوقت، وتوليد الأفكار الأصيلة، والقدرة على العمل بشكل مستقل وفعال .

ضرورة مواكبة التطورات المنهجية والتقنية في الكتابة الأكاديمية الإعلامية

في ظل التطور المتسارع للمعرفة والتقدم التكنولوجي غير المسبوق، خاصة في مجال الإعلام والاتصال، أصبح البحث العلمي يتطلب مواكبة مستمرة للاتجاهات المنهجية الناشئة والأدوات التقنية المتقدمة. هذه المواكبة ضرورية لضمان جودة البحث العلمي وصلاحيته وقيمته المعرفية. يُحدث الذكاء الاصطناعي (AI) ثورة جذرية في مجالات تحليل البيانات والبحث والتطوير، مما يُعيد تعريف حدود اكتساب المعرفة ويوسع آفاقها بشكل غير مسبوق. لم يعد كافيًا للباحث أن يلم بالأساليب التقليدية فحسب، بل يجب عليه أن يكون قادرًا على دمج التقنيات الحديثة واستخدامها بفعالية في دراساته الإعلامية. إن القيمة الحقيقية للرسالة العلمية اليوم تتجاوز كونها مجرد متطلب أكاديمي؛ فهي تكمن في قدرتها على صقل مهارات الباحث ليصبح مستقلاً ومواكبًا للتحولات التكنولوجية. هذا يستلزم أن تتجاوز العملية التعليمية مجرد الإنجاز الشكلي، لتركز على تزويد الطلاب بالكفاءات اللازمة لاستخدام الأدوات والمنهجيات الحديثة بفعالية، مما يجعلهم مؤهلين للمساهمة المعرفية في عصر يتسم بالابتكار التكنولوجي المتسارع. فالقدرة على البحث المستقل في هذا السياق تعني القدرة على الاستفادة من الأدوات الحديثة وتقييم مخرجاتها نقدياً، وهو ما يؤهل باحث الإعلام لمواجهة التحديات المستقبلية في أي مجال إعلامي .

ب. خصائص اللغة الأكاديمية الفعالة (الدقة، الوضوح، الإيجاز، الموضوعية)

تتطلب الكتابة الأكاديمية اتباع مجموعة من الخصائص اللغوية التي تضمن فعاليتها وتأثيرها العلمي:

- **الدقة والوضوح** :يجب أن تكون اللغة المستخدمة علمية وواضحة تمامًا، بحيث لا تحتمل أي تأويلات أو تفسيرات متعددة. من الضروري أن تكون خالية تمامًا من الأخطاء اللغوية والنحوية والمطبعية .يُنصح الباحث بشدة باستخدام الجمل القصيرة والمباشرة، وتجنب استخدام الأساليب البلاغية مثل الاستعارة والكناية والمجاز قدر الإمكان .كما يجب تجنب استخدام تعابير أو مصطلحات غير مفهومة أو غامضة قد تضلل القارئ .إن تجنب الأساليب البلاغية، التي قد تثري النصوص الأدبية، هو أمر أساسي في الكتابة الأكاديمية. الهدف المحوري هنا هو نقل المعلومات والحجج بدقة وموضوعية لا لبس فيها. فالأساليب البلاغية، على الرغم من جمالها، قد تؤدي إلى الغموض أو تعدد التفسيرات، مما يتعارض بشكل مباشر مع مبدأ الدقة العلمية والوضوح المطلوبين في البحث. هذا التقييد اللغوي ليس قيدًا على الإبداع، بل هو ضرورة منهجية لضمان أن النتائج والاستنتاجات قابلة للتحقق والفهم عالميًا ضمن المجتمع العلمي، مما يعكس التزامًا بالموضوعية والشفافية، وهما ركيزتان أساسيتان للمصداقية العلمية. اللغة الواضحة والدقيقة هي التي تمكن الباحثين الآخرين من تكرار الدراسة أو البناء عليها بثقة، مما يساهم في تقدم المعرفة .
- **الإيجاز** :يعني التركيز على المعنى المباشر وتقديم المعلومات بأقل عدد ممكن من الكلمات دون الإخلال بالمعنى أو الدقة العلمية. يعكس الإيجاز قدرة الباحث على التكثيف والتركيز على النقاط الجوهرية، مما يجعل النص أكثر فعالية وسهولة في الاستيعاب.
- **الموضوعية وعدم التحيز** :يجب أن تلتزم الرسالة بالموضوعية التامة في عرض الحقائق والنتائج، وتجنب أي تحيز شخصي أو عاطفي .يجب أن يكون السرد محايدًا ومبنيًا على الأدلة والبراهين العلمية وحدها، دون إقحام للآراء الشخصية غير المدعومة .
- **التسلسل والترابط (التماسك النصي)** :يجب أن تتسم الفقرات بالتناسق والانسجام التام مع الفكرة الرئيسية التي تعالجها .الهدف من توالي الجمل داخل الفقرة هو تطوير الفكرة وتنميتها بشكل منطقي ومتسلسل .يتطلب ذلك ترابطًا عضويًا على مستوى الصياغة اللغوية، من خلال استخدام أدوات الربط المناسبة والألفاظ الدالة، وعلى المستوى المعنوي، مما يوفر نوعًا من السلامة والانسيابية داخل الفقرة ويجعل النص متماسكًا ومنطقيًا .

ج. مراحل عملية الكتابة الأكاديمية (التخطيط، الصياغة، المراجعة)

تُعد عملية الكتابة الأكاديمية عملية ديناميكية تتكون من ثلاث مراحل رئيسية مترابطة، وليست مجرد خطوات خطية منفصلة:

- **التخطيط** :هذه المرحلة هي حجر الزاوية لأي بحث ناجح. تبدأ بالتفكير المعمق في الموضوع المراد الكتابة عنه بأساليب متنوعة قبل الشروع في الكتابة الفعلية .تتضمن هذه المرحلة تحديد الموضوع والمشكلة قيد البحث، وتحليل الموضوع إلى عناصره الأساسية، ثم بلورة الفكرة المحورية التي ستدور حولها الكتابة. كما تشمل توليد المعاني والأفكار ذات الصلة بالموضوع وتدوينها في رؤوس أقلام، ووضع مخطط عقلي وهيكلي لعناصر موضوع الكتابة والأفكار المنتمية إليه .من الأهمية بمكان تحديد المراحل والإجراءات العملية اللازمة لإنجاز المهمة الكتابية، وتحديد الأهداف بوضوح قبل البدء بالكتابة، وجمع المعلومات والبيانات ذات الصلة من مصادرها الموثوقة .
- **الصياغة (الإنتاج)** :هي مرحلة تحويل الأفكار المخطط لها إلى نص مكتوب متكامل. تتطلب هذه المرحلة انتقاء الألفاظ والمصطلحات الأنسب لماهية موضوع الكتابة، وبناء جملة الفكرة الرئيسة ووضعها في مكانها الصحيح داخل الفقرة .يجب تدعيم الأفكار المعبر عنها بالأدلة والتفاصيل المناسبة وتقويتها، مع توظيف الخبرات السابقة للباحث في كتابة الموضوع .تتضمن هذه المرحلة تأليف مقدمة جاذبة ومحفزة للقارئ، ومحاورة القارئ ضمنيًا أثناء الكتابة بهدف إقناعه بالأفكار المطروحة .كما يجب استعمال الصيغ اللغوية المناسبة لربط الأدلة والشواهد بجسم الموضوع، والربط بين الجمل والفقرات باستخدام أدوات الربط المناسبة والألفاظ الدالة، وتكييف أسلوب الكتابة طبقًا للغرض الذي يُكتب من أجله ولحاجات الجمهور أو القراء المستهدفين .
- **المراجعة** :تُعد هذه المرحلة عملية حاسمة لضمان جودة المنتج النهائي للبحث. تتضمن إعداد صورة أولية (مسودة) للموضوع تكون قابلة للتعديل والتحسين .يجب أن تكون المراجعة شاملة، تغطي الجوانب اللغوية والمحتوى والتنسيق، مع التأكد من خلو النص من الأخطاء اللغوية والمطبعية، ودقة المعلومات المقدمة، وتماسك الحجج والبراهين. على الرغم من أن هذه المراحل قد تبدو متسلسلة، إلا أن عملية الكتابة الأكاديمية في الواقع غالبًا ما تكون دورية وتكرارية. التخطيط الجيد يسهل الصياغة، لكن أثناء الصياغة، قد يكتشف الباحث ثغرات أو نقاط ضعف في خطته الأولية، مما يستدعي العودة إلى مرحلة التخطيط لتعديلها. وبالمثل، فإن المراجعة قد تكشف عن الحاجة إلى إعادة صياغة أجزاء معينة أو حتى إعادة التفكير في بعض الأفكار، مما يدفع الباحث للعودة إلى مرحلتي التخطيط والصياغة. هذا التفاعل المستمر بين المراحل يضمن أن البحث يتطور بشكل عضوي، وأن كل تعديل يساهم في تحسين جودته النهائية، مما يعكس طبيعة البحث العلمي كعملية بناء معرفي مستمرة ومتجددة .

III. اختيار موضوع البحث وصياغة المقترح

يُعد اختيار موضوع الأطروحة أو المشروع البحثي الخطوة الأولى والأكثر أهمية لضمان سير عملية البحث بسلاسة وفعالية. إن هذا القرار يؤثر بشكل مباشر على مسار الدراسة بأكمله، بدءًا من جمع البيانات وحتى صياغة النتائج .

أ. معايير اختيار الموضوع: الأصالة، الأهمية، وإمكانية التطبيق في الدراسات الإعلامية

عند تحديد الموضوع، من الضروري مراعاة مجموعة من المعايير الحاسمة.

أولاً، يجب التحقق من متطلبات الجامعة التي تضعها إدارة برامج الدراسات العليا والقسم، والتي قد تفرض قيودًا على طول العنوان، والمواعيد النهائية للتسجيل، أو الخطة والأولويات البحثية للبرنامج والمواضيع التي يمكن الاختيار من بينها.

ثانيًا، ينبغي أن يتوافق الموضوع مع مجالات المعرفة والاهتمامات الشخصية للباحث، حيث أن الشغف بالموضوع يُعد دافعًا أساسيًا للحفاظ على الحماس طوال مدة البحث.

ثالثًا، يجب أن يتسم الموضوع بأهمية أكاديمية أو اجتماعية أو عملية واضحة. فالأهمية الأكاديمية تعني أن البحث قادر على سد فجوة معرفية قائمة أو المساهمة في نقاش علمي أوسع في المجال. أما الأهمية الاجتماعية، فتشير إلى قدرة البحث على تعزيز فهمنا للمجتمع والمساهمة في التغيير الاجتماعي الإيجابي. بينما تعني الأهمية العملية إمكانية تطبيق نتائج البحث في حل مشاكل ملموسة أو تحسين عمليات واقعية.

رابعًا، يجب تقييم مدى توافر البيانات والمصادر اللازمة لإجراء البحث، لضمان إمكانية الوصول إلى المعلومات المطلوبة. وأخيرًا، ينبغي مراعاة طول الرسالة والجدول الزمني المتاح لإنجازها، لضمان أن يكون الموضوع قابلاً للتنفيذ ضمن الإطار الزمني المحدد .

يُنصح بشدة باختيار مجال يمتلك الباحث فيه بالفعل بعض الإلمام، لتجنب البدء من نقطة الصفر تمامًا. هذا يوفر نقطة انطلاق قوية لاكتشاف المزيد حول الموضوع. من الأهمية بمكان البحث عن زاوية محددة لم يتم تناولها بشكل كافٍ من قبل الباحثين الآخرين (مثل قضية غير مطروحة أو فئة لم يتم دراستها)، أو سؤال لا يزال يثير النقاش، أو مشكلة عملية حديثة جدًا. على سبيل المثال، يُعد توظيف الذكاء الاصطناعي في مجالات جديدة من الزوايا البحثية الواعدة حاليًا .

إن عملية اختيار موضوع الرسالة لا تقتصر على مجرد تحديد فجوة في المعرفة، بل تتطلب موازنة استراتيجية بين السعي نحو الأصالة والجدوى العملية. هذا يعني أن اختيار الموضوع هو عملية متكررة وديناميكية من الاستكشاف، والتنقيح، والتقييم الواقعي، وليست مجرد قرار ثابت. فوجود أفكار احتياطية يُعزز هذا النهج التكيفي، ويُقر بأن الأفكار الأولية قد لا تكون قابلة للتنفيذ وتتطلب تعديلاً دون المساس بالهدف البحثي العام .

ب. أمثلة لمواضيع بحثية في مجال الإعلام

فيما يلي أمثلة لمواضيع بحثية في العلاقات العامة والإعلان، تتماشى مع أولويات برنامج ماجستير الاتصال الاستراتيجي بجامعة الملك فيصل:

العلاقات العامة، الاستدامة، ودمج الذكاء الاصطناعي

١. دور التحليلات التنبؤية المدعومة بالذكاء الاصطناعي في الاتصال الاستباقي للأزمات المتعلقة بالأمن الغذائي في المملكة العربية السعودية.
٢. استخدام الذكاء الاصطناعي لحماية الأمن الغذائي في السعودية.
٣. حملات العلاقات العامة الغامرة: أثر الواقع الافتراضي والمعزز على استهلاك المياه المستدام لدى الشباب السعودي.
٤. إدارة السمعة بالبلوك تشين: دور الشفافية في المسؤولية الاجتماعية لشركات الطاقة السعودية.

الاتصال التسويقي، رؤية ٢٠٣٠، والتقنيات الغامرة

١. تأثير التخصيص المدعوم بالذكاء الاصطناعي في التسويق الإلكتروني على مشاركة المستهلك ونية الشراء للمنتجات السعودية الخضراء.
٢. الترويج السياحي بالواقع المعزز: أثر الإعلانات التفاعلية على تجربة السياح وصورة الوجهات الثقافية في السعودية.
٣. نمذجة تأثير الاتصال: محاكاة أثر الحملات المتعلقة بتغير المناخ على الاستثمار المستدام في السعودية.

العلاقات العامة الرقمية والقضايا المجتمعية:

١. الهوية الوطنية في الفضاء الرقمي: تحليل تطور الخطاب باستخدام معالجة اللغة الطبيعية.
٢. المنصات الحكومية وعلم المواطن: تعزيز التماسك الاجتماعي ومكافحة التطرف لدى الشباب السعودي.
٣. الاتصال الحكومي بالذكاء الاصطناعي: دور الشفافية الخوارزمية في بناء سمعة وثقة الجمهور..

ابتكار الإعلان وتجزئة الجمهور في عصر الذكاء الاصطناعي

١. قياس الاستجابة العصبية: تحليل تأثير الإعلانات السياحية السعودية المخصصة على المستهلكين.
٢. الإعلان بالذكاء الاصطناعي والأخلاقيات: أطر توجيهية لاستهداف الفئات الاجتماعية الضعيفة في السعودية.
٣. بناء العلامة التجارية في الميتافيرس: مقارنة مشاركة المستهلكين بين البيئات الافتراضية والمادية.

ج. عناصر خطة البحث: من الفكرة الأولية إلى الأهداف المحددة

تُعد خطة الأطروحة وثيقة أساسية تُقدم وصفًا شاملاً للبحث المقترح: ما يدور حوله، كيف سيتم إجراؤه، ولماذا يُعتبر جديرًا بالدراسة. يجب أن تتضمن الخطة عادةً مقدمة موجزة للموضوع والأهداف البحثية، مراجعة نقدية للدراسات السابقة، الخطوط العريضة للمنهجية المقترحة، مناقشة للآثار المحتملة للبحث، وقائمة بالمصادر ذات الصلة .

يجب أن تكون الأهداف وأسئلة البحث محددة بوضوح، وقابلة للقياس، وقابلة للتطبيق ضمن النطاق المحدد للأطروحة. يُنصح بتجنب الإفراط في طرح الأسئلة أو طرح الكثير من الأسئلة المتنوعة التي قد تُشتت تركيز البحث. الهدف الأساسي من خطة الأطروحة هو إقناع القارئ (سواء كان المشرف أو لجنة المناقشة) بأن البحث المقترح ذو قيمة علمية عالية وقابل للتنفيذ بشكل واقعي .

يُنصح بتضييق نطاق الفكرة تدريجيًا من مجال اهتمام واسع إلى مجال محدد. على سبيل المثال، يمكن الانتقال من "الإعلان عبر الإنترنت" إلى "استراتيجيات المشاركة عبر وسائل التواصل

الاجتماعي". يُعد التفكير في نوع البحث مبكرًا أمرًا بالغ الأهمية. فالتفكير في نوع البحث الذي سيتم إجراؤه (مثل البحث التجريبي، أو الميداني، أو تحليل المواد الإعلامية) في مرحلة اختيار الموضوع يؤثر بشكل مباشر على جوانب الموضوع التي يمكن معالجتها وعلى الجدول الزمني للرسالة. على سبيل المثال، يتطلب جمع البيانات الأصلية وقتًا طويلاً، مما قد يؤثر على اختيار الموضوع إذا كان الإطار الزمني ضيقًا. هذا التفكير المسبق يساعد في تحديد مدى جدوى البحث ويضمن توافق الموضوع مع الموارد المتاحة (مثل الوقت، التمويل، وإمكانية الوصول إلى البيانات). ويؤدي هذا التخطيط المسبق إلى تصميم بحث أكثر واقعية وفعالية، ويقلل من الحاجة إلى تغيير تركيز البحث في مراحل متأخرة، مما يوفر الوقت والجهد للباحث .

III. الهيكل العام للرسالة أو البحث العلمي

يتكون الهيكل العام للرسالة أو البحث العلمي من ثلاثة أقسام رئيسية: الأجزاء التمهيدية (الأوائل)، متن الرسالة (الفصول الرئيسية)، واللواحق (المراجع والملاحق).

أ. الأجزاء التمهيدية (الأوائل)

تُعد الأجزاء التمهيدية بمثابة الواجهة الرئيسية للرسالة العلمية، وهي الصفحات الداخلية التي تلي الغلاف وتسبق بداية الفصل الأول .دقتها واكتمالها تعكس مدى احترافية الباحث والتزامه بالمعايير الأكاديمية، وأي إغفال أو خطأ فيها يمكن أن يؤثر على الانطباع الأول للعمل .

- **صفحة العنوان** :يجب أن تتضمن صفحة العنوان تفاصيل دقيقة ومحددة. ، يجب أن تتضمن اسم المملكة العربية السعودية، وزارة التعليم، اسم الجامعة، الكلية، القسم، وعنوان الرسالة (باللفظ الذي أقر في مجلس عمادة الدراسات العليا)، ونوع الدرجة العلمية (دكتوراه أو ماجستير)، واسم الطالب رباعيًا، ورقمه الجامعي، واسم المشرف ودرجته العلمية، وترقيم الأجزاء (إذا كانت الرسالة متعددة الأجزاء)، والعام الدراسي .هذه المعلومات تُكتب أيضًا على طول كعب الرسالة .
- **صفحة البسملة والإهداء والشكر والتقدير** :تُعد هذه الصفحات من التقاليد الأكاديمية الراسخة، حيث يبدأ الباحث بالبسملة وحمد الله والثناء عليه، ثم يتبعها بالإهداء لمن يرغب، وصفحة الشكر والتقدير للمشرفين، وأعضاء لجنة المناقشة، والجهات الداعمة، وكل من ساهم في إنجاز البحث .
- **الملخص :(Abstract)** يُطلب ملخص للرسالة باللغتين العربية والإنجليزية، ويجب ألا يتجاوز ٥٠٠ كلمة في صفحة واحدة .يتضمن الملخص عادةً فكرة الموضوع الرئيسية، هدف الدراسة، منهجية البحث، وأهم النتائج والتوصيات .يكشف هذا الملخص عن حقيقة الموضوع ويُوضع

في مقدمة الرسالة التي تُرفع لمجلس الجامعة، مع وضع صورة منه في بقية النسخ .الملخص هو بوابة الوصول السريعة للمحتوى، ودقته واكتماله يمنحان القارئ لمحة شاملة عن البحث .

- **قائمة المحتويات (الفهارس)** :يجب تزويد الرسالة بفهارس للموضوعات والمراجع على الأقل . تُعد هذه القوائم ضرورية لتسهيل التنقل داخل الرسالة والوصول السريع إلى الأقسام المختلفة .
- **قائمة الجداول والأشكال والملاحق** :تُفصل هذه القوائم لتسهيل الرجوع إليها. تُدرج فيها أرقام وعناوين الجداول، والأشكال، والملاحق، مع أرقام الصفحات التي تظهر فيها.

ب. متن الرسالة (الفصول الرئيسية)

يمثل متن الرسالة جوهر العمل البحثي، ويتكون عادةً من عدة فصول رئيسية تتبع تسلسلًا منطقيًا يضمن تماسك البحث وتكامله. هذه الفصول ليست جزرًا منعزلة، بل هي حلقات متصلة في سلسلة منطقية، حيث يمهد كل فصل للذي يليه، وتتكامل جميعها للإجابة على مشكلة البحث.

- **المقدمة** :توضح المقدمة مجال البحث ودلالة موضوعه في العنوان، كما تُبرز أهمية الموضوع بإيجاز .تحدد مشكلة البحث مبينًا أصالتها واختلافها عن الدراسات السابقة في المجال، ويُعبر عنها بسؤال أو جملة خبرية مع التركيز على العوامل المضبوطة التي سيهتم بها البحث .تتضمن صياغة المشكلة التعريف بالمتغيرات المستقلة والتابعة .كما تُحدد الأسئلة البحثية الرئيسية والفرعية بلغة علمية دقيقة، مبينة علاقتها بمشكلة البحث .تُركز أهمية الدراسة على الفائدة العملية المتوقعة في مجال التخصص بعد تحقيق أهداف البحث . ويجب تعريف المصطلحات المهمة التي تشتمل عليها أسئلة الدراسة وبيان طريقة قياسها .
- **الإطار النظري والدراسات السابقة** :يتناول هذا الفصل استعراضًا شاملًا للنظريات ذات الصلة بموضوع البحث، بالإضافة إلى تحليل الدراسات السابقة ومنهجياتها .يجب على الباحث ربط هذه الدراسات بدراسته الحالية، ومناقشة أوجه الشبه والاختلاف معها، مما يبرز الإضافة العلمية التي يقدمها بحثه .

تنسيق الخطوط والهوامش في الرسائل العلمية هو جزء أساسي من إعداد بحث أو رسالة علمية متقنة. يهدف التنسيق الجيد إلى تسهيل قراءة الرسالة وتقديمها بشكل احترافي يعكس مدى التزام الباحث بالمعايير الأكاديمية.

تنسيق متن الرسالة

الخطوط:

- يتم استخدام خط واحد لنص المتن مثل "Simplified Arabic" في الرسائل المكتوبة باللغة العربية، و"Times New Roman" في الرسائل المكتوبة باللغة الإنجليزية،.
- ويجب توحيد حجم الخط في جميع أنحاء الرسالة، بحيث يكون ١٦ للنصوص الرئيسية، و١٤ للهوامش والملاحظات.
- ويكون خط العنوان ١٦ وبخط سميك ويمكن أن يتم استخدام نوع خط مختلف عن خط النص بحيث يكون مناسبا.

المسافات بين الأسطر والفقرات:

- يجب ترك مسافة ١,٥ بين الأسطر لتسهيل القراءة.
- ترك مسافة بين الفقرات لتمييزها عن بعضها البعض، ويُنصح بأن تكون الفقرة الواحدة ما بين ٥٠ إلى ١٠٠ كلمة.
- ويجب ترك مسافة بادئة في بداية كل فقرة جديدة.

تنسيق الهوامش:

- تكون الهوامش الجانبية ٢,٥ سم من اليمين و٢,٥ من اليسار.
- الهوامش العلوية والسفلية ٢,٥ سم.
- يجب توحيد حجم الهوامش في جميع أنحاء الرسالة، مع مراعاة توجيه الحافة المعاكسة عند الكتابة باللغة الإنجليزية

مراجعة الدراسات السابقة:

تُعرف مراجعة الدراسات السابقة بأنها مسح شامل للمصادر العلمية ذات الصلة بموضوع بحث معين. الهدف منها هو تقديم نظرة عامة على المعرفة الحالية في المجال، مما يُمكن الباحث من تحديد النظريات، والأساليب، والفجوات المعرفية (الموضوعات التي لم تُدرس بعد) ذات الصلة ببحثه. لا تكتفي مراجعة الدراسات الجيدة بتلخيص المصادر فحسب، بل تتجاوز ذلك إلى تحليلها، وتوليفها، وتقييمها نقديًا لتقديم صورة واضحة ومتكاملة عن حالة المعرفة حول الموضوع. يجب على الباحث في هذا القسم جمع المصادر ذات الصلة، ثم تقييمها وتحليلها بشكل نقدي. من الضروري إبراز الروابط بين هذه المصادر، مثل الموضوعات المشتركة، نقاط الاتفاق والاختلاف، النظريات المستخدمة، الفجوات المنهجية أو المعرفية، والأساليب المتبعة، وذلك بهدف توضيح نقطة عامة تُعزز حجة البحث. يُشدد على أهمية تطوير بنية وحجة متماسكة لمراجعة الدراسات السابقة، بحيث تُفضي إلى أساس منطقي وواضح أو تبرير قوي لإجراء البحث الحالي. على سبيل المثال، قد يهدف البحث إلى معالجة فجوة أو نقص في الدراسات السابقة، أو تبني نهج نظري أو

منهجي جديد للموضوع، أو اقتراح حل لمشكلة لم تُحل بعد، أو مناقشة نظرية قائمة واختبار فروضها في سياق جديد، أو البناء على المعرفة الحالية وتعزيزها ببيانات جديدة .

تعرض "المدرسة العربية" الدراسات السابقة بشكل رتيب وتلخيصي، حيث تُذكر كل دراسة على حدة باسم الباحث، والسنة، والهدف، والمنهجية، وأبرز النتائج، دون ربط واضح بينها. ويُفضل الدليل "المدرسة العالمية" التي تميل إلى عرض الدراسات السابقة عرضًا موضوعيًا نقديًا، حيث يتم تلخيص نتائج الباحثين الآخرين والتعليق على الثغرات والمشاكل في دراساتهم. الهدف هو تحديد النتائج والنظريات التي ستؤثر على البحث الخاص بالباحث، وأيضًا تسليط الضوء على الثغرات والحدود في البحث السابق التي يمكن أن تتناولها الأطروحة .إن التحول من مجرد تلخيص الدراسات السابقة إلى تحليلها وتوليفها نقديًا ليس مجرد تفضيل أسلوبي، بل هو معيار أساسي للتميز الأكاديمي. هذا النهج يمكّن الباحث من بناء حجة معرفية متماسكة تُبرر أهمية بحثه وتُظهر مساهمته الأصيلة في المجال، بدلاً من تقديم عرض وصفي لا يُضيف قيمة معرفية حقيقية. فالاعتماد على التحليل النقدي يُظهر قدرة الباحث على التفكير العميق وتحديد الفجوات المعرفية التي يستهدفها بحثه، مما يُعزز من قيمته العلمية ويجعله أكثر إقناعًا للمراجعين والقراء .

مقارنة بين المدرسة العربية والعالمية في مراجعة الدراسات السابقة

يُقدم الجدول الآتي مقارنة واضحة وموجزة بين نهجين مختلفين في مراجعة الدراسات السابقة. من خلال تسليط الضوء على الفروقات الجوهرية، يُساعد الجدول الطلاب على فهم ما يجب تجنبه (المدرسة العربية التقليدية) وما يجب السعي لتحقيقه (المدرسة العالمية النقدية). إنه يُترجم المفاهيم المنهجية المجردة إلى نقاط عملية وملموسة، مما يُسهل على الباحثين تطبيق أفضل الممارسات .

الجانب	المدرسة العربية (التقليدية)	المدرسة العالمية (النقدية)
الهدف	تلخيص الدراسات بشكل فردي.	تقييم نقدي، تحديد الفجوات، بناء حجة متماسكة.
التركيز	اسم الباحث، السنة، الهدف، المنهجية، أبرز النتائج لكل دراسة على حدة.	تلخيص النتائج، التعليق على الثغرات والمشاكل، إبراز الروابط (الموضوعات، الاتفاق، الاختلاف، النظريات، الفجوات، الأساليب).
التحليل	رتيب، متكرر، يفتقر للروابط العامة.	موضوعي، نقدي، يوضح كيف يساهم البحث في سد فجوة أو تقديم حل.
السمة	قد يلجأ إليه باحث غير متمكن.	يتطلب تمكنًا وتحليلاً عميقًا.

تطوير الإطار النظري:

يُعد الإطار النظري في الأطروحة القسم الذي يُناقش فيه الباحث ويُقيّم النظريات الأكثر صلة ببحثه، ويُعتبر أساسًا يُبنى عليه التحليل والتفسير. أهدافه الرئيسية هي: تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة، تقييم ودمج النظريات والنماذج ذات الصلة، وشرح الافتراضات والتوقعات التي تُوجه الدراسة..

يجب أن يتضمن الإطار النظري تحديدًا واضحًا لما يقصده الباحث بكل مصطلح أساسي، مع الأخذ في الاعتبار أن المفاهيم غالبًا ما يكون لها تعريفات متعددة. يُمكن للباحث أن يختار تطبيق نظرية راسخة أو مجموعة من النظريات في سياق معين (مثل استخدام نظرية التأثير الاجتماعي في دراسة السوق)، أو أن يجمع بين نظريات مختلفة من مجالات متنوعة لبناء إطار عمل فريد خاص ببحثه)مثل نظرية القبول الموحد واستخدام التقنية UTAUT التي قامت على سبع نظريات تقريبًا .(يجب أن يُظهر الإطار النظري كيفية تناسب المشروع البحثي مع النظريات القائمة، سواء من خلال اختبار فروض نظرية، أو المساهمة بأدلة جديدة من خلال جمع بيانات أصلية، أو استخدام النظرية كأساس لتفسير وفهم البيانات، أو نقد نظرية راسخة، أو الجمع بين المداخل النظرية بطريقة جديدة أو فريدة. إذا كان ذلك مناسبًا، يُمكن أيضًا استخدام الإطار النظري لتطوير فرضيات البحث..

أمثلة لنظريات إعلامية يمكن توظيفها في الإطار النظري

- **النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology - UTAUT):** تهدف إلى تفسير نوايا المستخدمين لاستخدام نظام معلومات وسلوك الاستخدام اللاحق، وتُستخدم لفهم قبول التقنيات الجديدة في سياق المؤسسات .
- **نظرية الاتصال الحواري :(Dialogic Communication Theory)** تركز على أهمية الحوار ثنائي الاتجاه بين المنظمات وجماهيرها، وتُستخدم لفهم كيفية بناء العلاقات عبر المنصات الرقمية من خلال التفاعل المتبادل وتقديم محتوى مفيد للجمهور .
- **نظرية وضع الأجندة :(Agenda-Setting Theory)** لفهم كيف تؤثر وسائل الإعلام على أهمية القضايا لدى الجمهور .
- **نظرية الاستخدامات والإشباعات :(Uses and Gratifications Theory)** لدراسة دوافع الجمهور لاستخدام وسائل إعلام معينة والإشباعات التي يحصلون عليها .
- **نظرية الغرس :(Cultivation Theory)** لتحليل تأثير التعرض طويل الأمد للمحتوى الإعلامي على تصورات الجمهور للواقع .

- **نظرية التعلم الاجتماعي :(Social Learning Theory)** لفهم كيف يتعلم الأفراد السلوكيات من خلال مشاهدة النماذج الإعلامية .
- **نظرية انتشار المبتكرات :(Diffusion of Innovations Theory)** لدراسة كيفية انتشار الأفكار أو التقنيات الجديدة في المجتمع عبر قنوات الاتصال .
- **نظرية الأطر :(Framing Theory)** لتحليل كيفية صياغة القضايا في وسائل الإعلام وتأثير ذلك على تفسير الجمهور .
- **نظرية حارس البوابة :(Gatekeeping Theory)** لدراسة كيفية اختيار الأخبار والمعلومات وتمريرها للجمهور .
- **نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :(Media System Dependency Theory)** لفهم العلاقة بين الأفراد ووسائل الإعلام في تلبية احتياجاتهم .
- **نظرية التاءات الثلاثة :(Three T's Theory)** لفهم أن الاتصال الإقناعي والتأثير في سلوك الأفراد يتم عبر ثلاث مراحل: التوعية، التشريع، والتتبع أو المراقبة.
- **نظرية ثراء الوسائط :(Media Richness Theory)** لاستكشاف كيفية اختلاف قنوات الوسائط في قدرتها على نقل المعلومات، وأهمية ثراء الوسائط في تسهيل الاتصال الفعال، حيث تُعد الوسائط الغنية (مثل الفيديو) أكثر فعالية للرسائل المعقدة.
- **نظرية مجتمع الشبكة :(Network Society Theory)** لتسليط الضوء على التأثير التحويلي للشبكات الرقمية على الهياكل الاجتماعية.
- **نظرية وسائل التواصل الاجتماعي :(Social Media Theory)** لدراسة التأثير التحويلي لمنصات التواصل الاجتماعي على الاتصال، والهوية، والمجتمع، مع التركيز على المحتوى الذي يولده المستخدمون والتفاعلات الشبكية.
- **نظريات الفجوة الرقمية :(Digital Divide Theories)** لتسليط الضوء على التفاوتات في الوصول إلى التكنولوجيا واستخدامها.
- **نظريات ما بعد الحقيقة واضطراب المعلومات (Post-Truth and Information Disorder Theories):** للتعمق في تحديات مثل المعلومات المضللة وتآكل الحقيقة الموضوعية في السياق الرقمي.
- **نظرية الثقافة الخوارزمية :(Algorithmic Culture Theory)** لفحص كيفية تشكيل الخوارزميات لتجارب وتفاعلات الوسائط، وتخصيص تجارب الوسائط للمستخدمين.
- **دراسات المنصات :(Platform Studies)** للتركيز على الخصائص والتأثيرات المحددة للمنصات الرقمية، وتحليل بنيتها وسياساتها ونماذجها الاقتصادية.

- **نظرية رأسمالية البيانات :(Data Capitalism Theory)** لاستكشاف كيف أصبحت البيانات أصلًا اقتصاديًا مركزيًا في العصر الرقمي، وكيف يتم جمعها وتحليلها وتحقيق الدخل منها.
- **نظرية اقتصاد الانتباه :(Attention Economy Theory)** للتركيز على كيفية تحول الانتباه إلى مورد نادر وقيم في المشهد الإعلامي الرقمي، وكيف يتم جذب الانتباه وإدارته وتحقيق الدخل منه.
- **نظرية المنصات :(Platformization Theory)** لتعكس التغيرات المستمرة في المشهد الإعلامي، وتتناول تحقيق الدخل من البيانات، والمنافسة على انتباه المستخدم، والتأثير المنتشر للمنصات الرقمية.
- **نظرية الاتصال الدلالي :(Semantic Communication Theory)** لتقديم اتجاه جديد لتقنيات الاتصال المستقبلية، مع التركيز على المعنى الدلالي للمعلومات بدلاً من مجرد نقل البيانات.
- **نموذج موحد لفقدان المعلومات في الاتصال عبر السكان (A Unifying Model of Information Loss in Communication Across Populations):** لفهم كيفية انتشار المعلومات في المجتمعات، مع الأخذ في الاعتبار الضوضاء في عملية الاتصال وديناميكيات الانتشار الشبيهة بالأمراض.

الاطار المفاهيمي:

يُبرز الدليل أهمية دور **الإطار المفاهيمي** في توضيح العلاقات بين المتغيرات. فبدلاً من مجرد سرد النظريات، يُمكن للباحث **بناء إطار مفاهيمي يُمثل بصريًا** العلاقات المتوقعة بين المتغيرات المستقلة، والتابعة، والمعدلة، والوسيطة، والضابطة. على سبيل المثال، يوضح الدليل كيف يؤثر "مستوى الذكاء" كمتغير معدل على العلاقة بين "ساعات الدراسة" و"درجة الامتحان". هذا التوضيح يساعد في تحديد المتغيرات التي سيتم قياسها وكيف يُتوقع أن ترتبط ببعضها البعض قبل جمع البيانات، مما يوجه تصميم البحث ويجعل الفرضيات أكثر وضوحًا وقابلية للاختبار. هذا الوضوح المنهجي، المدعوم بالتمثيل البصري، يُعزز فهم القارئ لمنطق الدراسة، ويُعد أداة قوية لتطوير الفرضيات وتفسير النتائج لاحقًا.

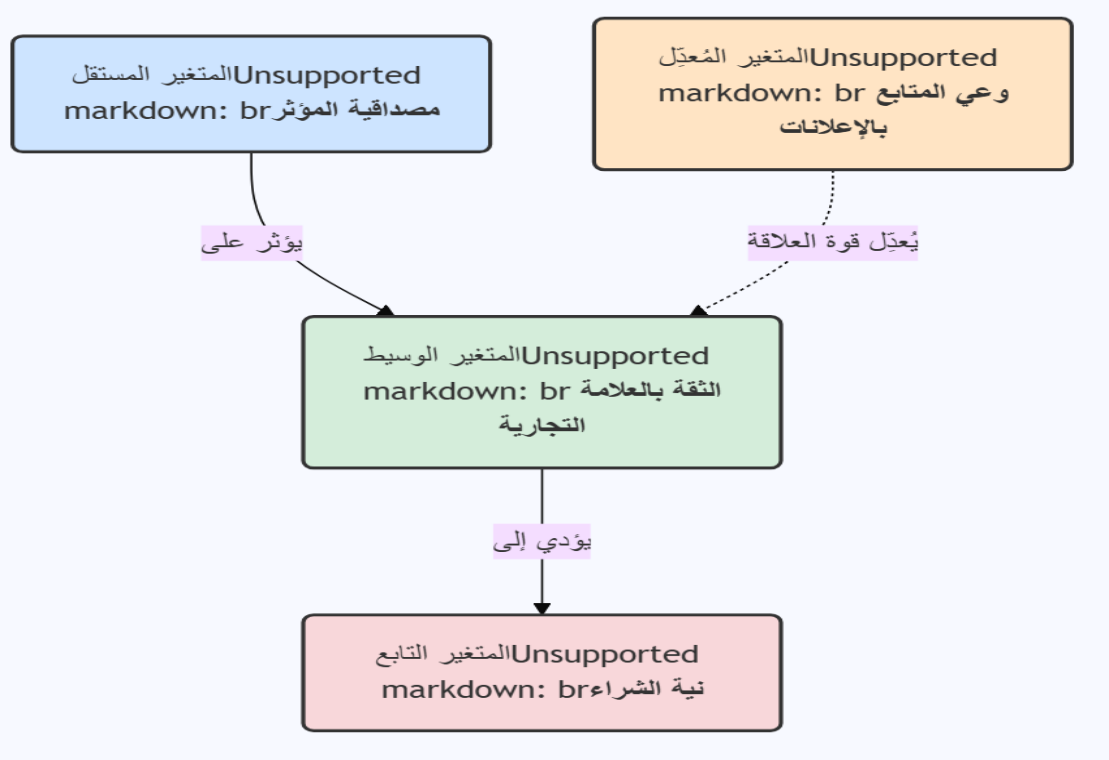
أركان الإطار المفاهيمي: المتغيرات البحثية

نوع المتغير	التعريف المبسط
المتغير المستقل(Independent)	هو المتغير الذي يؤثر أو يُعتقد أنه يسبب التغيير. أنت كباحث تتحكم فيه أو تقيسه لترى تأثيره.
المتغير التابع(Dependent)	هو المتغير الذي يتأثر بالمتغير المستقل. إنه النتيجة التي تسعى لقياسها وتفسيرها.
المتغير الوسيط(Mediating)	هو المتغير الذي يشرح كيف ولماذا تحدث العلاقة بين المستقل والتابع. إنه "الجسر" الذي تمر عبره العلاقة.
المتغير المُعدِّل(Moderating)	هو المتغير الذي يغير قوة أو اتجاه العلاقة بين المستقل والتابع. إنه يحدد "متى" أو "لمن" تكون العلاقة أقوى أو أضعف.
المتغير الضابط(Control)	هو متغير ثانوي قد يؤثر على النتيجة، وتقوم أنت كباحث بتثبيته أو قياسه لتحييد تأثيره وضمان أن العلاقة التي تدرسها حقيقية.

لنفترض أن باحثًا في الإعلام يريد دراسة **"أثر استخدام المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج للمنتجات على نية الشراء لدى الشباب."**

١. **العلاقة الأساسية:**
   - المتغير المستقل :**مستوى مصداقية المؤثر**.
   - المتغير التابع :**نية الشراء** لدى المتابعين.
٢. **إضافة متغير وسيط (لماذا تحدث العلاقة؟):**
   - قد لا تؤثر المصداقية مباشرة على الشراء، بل تؤثر أولاً على **"الثقة بالعلامة التجارية "**التي يروج لها المؤثر. هذه الثقة هي التي تدفع نية الشراء.
   - إذن، **الثقة بالعلامة التجارية** هي متغير وسيط.
٣. **إضافة متغير مُعدِّل (متى تكون العلاقة أقوى؟):**
   - هل تأثير مصداقية المؤثر متساوٍ على الجميع؟ ربما لا. قد يكون **"مستوى وعي المتابع بالإعلانات "**عاملاً مهماً.
   - المتابع ذو الوعي المنخفض قد يتأثر بشكل كبير بمصداقية المؤثر، بينما المتابع ذو الوعي المرتفع قد يكون أقل تأثراً.
   - إذن، **وعي المتابع** بالإعلانات هو متغير مُعدِّل.

التمثيل البصري للإطار المفاهيمي:



منهجية البحث

يحدد هذا القسم مجتمع الدراسة وعينتها، ومنهجية الدراسة المتبعة (مثل المنهج الوصفي، التجريبي، دراسة الحالة، إلخ)، وإجراءات تنفيذها .كما يوضح أدوات البحث المستخدمة لجمع البيانات (مثل الاستبيانات، المقابلات، الملاحظة)، والأساليب الإحصائية التي ستُستخدم لتحليل البيانات .يجب أن يكون عرض المنهج أو المناهج المستخدمة واضحًا، مع ذكر أسباب اختيارها .

يُعد قسم المنهجية بمثابة خارطة الطريق التي تُفصل كيفية إجراء البحث، مما يُمكّن القارئ من تقييم صحة النتائج وثباتها. يجب أن يُقدم هذا القسم وصفًا دقيقًا وشاملاً للخطوات المتبعة، مع تبرير الخيارات المنهجية .

أ. **مناهج البحث الأساسية: الكمية، النوعية، والمختلطة**

يجب أن يشمل قسم المنهجية نوع البحث المتبع (سواء كان كميًا، نوعيًا، تجريبيًا)، وأدوات جمع البيانات المستخدمة، وتفاصيل عن مكان وتوقيت ومن تم إجراء البحث عليهم، بالإضافة إلى طريقة تحليل البيانات، والأدوات والمواد المستخدمة، ومناقشة أي معوقات واجهت الباحث وكيف تم التغلب عليها، وأخيرًا، تقييم أو تبرير الأساليب المختارة. الهدف الأساسي هو الإبلاغ بدقة عما تم فعله، وإقناع القارئ بأن هذا هو أفضل نهج للإجابة على أسئلة البحث أو تحقيق الأهداف .

يُركز البحث الكمي على إنتاج معرفة قابلة للتعميم من خلال دراسات مصممة بعناية في ظروف خاضعة للضبط، مع فئات محددة قابلة للتكرار من قبل باحثين آخرين. في المقابل، يهدف البحث النوعي (مثل الإثنوغرافيا) إلى إنتاج معرفة سياقية في العالم الواقعي حول السلوكيات والبنى الاجتماعية والمعتقدات المشتركة لمجموعة معينة من الناس. نظرًا لأن هذه المنهجية أقل ضبطًا وأكثر تفسيرًا ذاتيًا، فإنه يتطلب من الباحث التفكير في موقعه كباحث وكيف يمكن لرؤاه وإدراكه أن يؤثر على النتائج .

ومن أبرز المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام، مع إيجاز لكل منها:

- **المنهج الوصفي :(Descriptive Method)** يركز على وصف الظواهر أو المشكلات كما هي في الواقع، ويُعد من أبرز المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام، خاصة في دراسات المسح.
- **المنهج التجريبي :(Experimental Method)** يهدف إلى دراسة العلاقة السببية بين المتغيرات من خلال التحكم في الظروف وتطبيق تدخلات معينة وقياس تأثيرها .
- **المنهج التاريخي :(Historical Method)** يُستخدم لدراسة الظواهر الإعلامية في سياقها الزمني، وتحليل تطورها عبر التاريخ لفهم جذورها وتأثيراتها الحالية.
- **منهج دراسة الحالة :(Case Study Method)** يُستخدم لإجراء دراسة متعمقة وشاملة لظاهرة أو مؤسسة أو فرد معين، بهدف فهمها بشكل تفصيلي في سياقها الواقعي.
- **المنهج الإثنوغرافي :(Ethnographic Method)** يهدف إلى إنتاج معرفة سياقية في العالم الواقعي حول السلوكيات والبنى الاجتماعية والمعتقدات المشتركة لمجموعة معينة من الناس، ويتطلب من الباحث التفكير في موقعه وتأثيره على النتائج .
- **تحليل الشبكات :(Network Analysis)** يفحص العلاقات والتفاعلات داخل الأنظمة المعقدة، ويحدد العقد الرئيسية والمجتمعات وأنماط الاتصال، وهو قيّم لفهم الشبكات الاجتماعية وانتشار المعلومات.

يُعد تبرير الخيارات المنهجية أمرًا بالغ الأهمية. لا يكتفي الباحث بوصف الأساليب، بل يجب أن يوضح "لماذا" اختار هذه الأساليب بالذات، خاصة إذا لم تكن هي الأكثر شيوعًا لموضوعه. يجب مناقشة سبب عدم ملاءمة الأساليب الأخرى لأهداف البحث، وكيف يساهم هذا النهج في معرفة أو فهم جديد. كما يجب الاعتراف بالقيود أو نقاط الضعف في النهج المختار وتبرير سبب تفوق نقاط القوة عليها. هذا التبرير النقدي يعزز مصداقية البحث وشفافيته، ويُظهر أن الباحث قد فكر بعمق في خياراته المنهجية، مما يزيد من ثقة القارئ في النتائج ويقدم دليلاً على النضج الأكاديمي للباحث .

أدوات جمع البيانات:

تعتمد عملية البحث العلمي على مجموعة من الأدوات لجمع المعلومات والبيانات اللازمة من عينة الدراسة، وتختلف هذه الأدوات وتتعدد حسب طبيعة البحث وعينة الدراسة التي ستطبق عليها الأداة .ومن أبرز الأدوات المستخدمة في بحوث الإعلام:

- **الاستبيانات :**تُصمم لجمع البيانات من عدد كبير من المشاركين. يمكن أن تتضمن أسئلة مغلقة ذات إجابات محددة (مثل نعم/لا أو خيارات متعددة)، أو أسئلة مفتوحة تمنح المشاركين حرية التعبير عن آرائهم بالتفصيل. تُعد الأسئلة المفتوحة مهمة لجمع معلومات دقيقة وعميقة. في دراسات الإعلام، تُستخدم الاستبيانات على نطاق واسع لقياس اتجاهات الجمهور نحو وسائل الإعلام، عادات الاستهلاك الإعلامي، أو تقييم الحملات الإعلامية .
- **المقابلات :**تُستخدم لجمع بيانات نوعية متعمقة. تُصنف المقابلات بناءً على طبيعة الأسئلة (منظمة، شبه منظمة، غير منظمة) وعدد المبحوثين (فردية أو جماعية). على الرغم من قيمتها في الحصول على رؤى غنية، إلا أنها تتطلب وقتًا طويلاً وجهدًا كبيرًا لجمع البيانات وتحليلها، وقد تواجه صعوبات نابعة من رغبة المبحوث في تضخيم الأحداث أو التكلفة المالية. في الإعلام، تُجرى المقابلات مع خبراء الإعلام، صناع القرار، أو أفراد الجمهور لفهم أعمق للظواهر الإعلامية .
- **المجموعات البؤرية :(Focus Groups)** أداة بحث نوعية تتضمن جمع مجموعة صغيرة من الأفراد (عادة ٦-١٠ أشخاص) لمناقشة موضوع محدد تحت إشراف مُدير حوار. تُستخدم لجمع بيانات متعمقة حول آراء المشاركين ومعتقداتهم وتصوراتهم تجاه منتج، أو خدمة، أو حملة إعلامية.
- **تحليل المضمون (Content Analysis):** يُعد تحليل المضمون أحد الأساليب البحثية الشائعة الاستخدام في الدراسات الإعلامية التي تندرج تحت منهج المسح. هو تقنية منهجية تعمل على إعطاء وصف كمي موضوعي منظم ومنسق للمضمون الظاهر لموضوع ما في وسائل الإعلام، لتحديد الأنماط، الموضوعات، والرسائل المتكررة.
- **تحليل الخطاب (Discourse Analysis):** هو فحص منهجي للرسالة الإعلامية والطرق التي تُستخدم بها اللغة والتقارير المرئية والعناصر الأخرى لنقل المحتوى إلى الجمهور. يركز على تحليل اللغة المستخدمة في النصوص الإعلامية أو التفاعلات لفهم كيفية بناء المعاني، والقوى، والأيديولوجيات.
- **الملاحظة :**تتضمن مراقبة السلوكيات والظواهر في سياقها الطبيعي. يمكن أن تكون بالمشاركة، حيث يندمج الباحث وسط مجموعة المبحوثين دون أن يشعرهم بذلك (مثل الدخول إلى دور

رعاية أو فصل دراسي)، أو دون مشاركة، حيث يراقب الباحث عن بُعد باستخدام أجهزة المراقبة أو من مكان لا يراه فيه المبحوثون. تُعد الملاحظة أداة قوية، ولكنها قد تستغرق وقتًا طويلاً وجهدًا وتكلفة مرتفعة، وقد يتعرض الباحث للخطر في بعض أنواع الدراسات (مثل البيئات الخطرة أو القبائل البدائية)، وقد ينشأ تحيز من قبل الباحث أو تحيز من قبل المبحوثين إذا شعروا بالمراقبة. في الإعلام، يمكن ملاحظة سلوكيات الجمهور في استخدام وسائل الإعلام، أو تفاعلاتهم في البيئات الرقمية .

- **الاختبارات :**تُعد خيارًا مهمًا للتعرف على الصفات والخصائص والسمات المتعلقة بالأفراد موضع اهتمام الباحث. تُصمم الاختبارات لقياس السلوك أو الظواهر البحثية بطريقة كمية أو كيفية، ويجب أن تتسم بالصدق (قياس ما يُفترض قياسه) والثبات (إعطاء نفس النتائج تحت ظروف مماثلة إذا تم استخدامها أكثر من مرة). في الإعلام، يمكن استخدام الاختبارات لقياس تأثير رسالة إعلامية معينة على المعرفة أو الاتجاهات .

إن فهم التحديات والاعتبارات العملية المرتبطة بكل أداة من أدوات جمع البيانات أمر بالغ الأهمية. فالمصادر تُشير إلى أن الملاحظة والمقابلات، على سبيل المثال، قد تستغرق وقتًا طويلاً وجهدًا وتكلفة، وقد تُعرض الباحث للخطر في بعض السيناريوهات، بالإضافة إلى احتمالية التحيز من جانب الباحث أو المبحوثين. هذه التحديات تُظهر أن اختيار الأداة ليس مجرد مسألة ملاءمة نظرية، بل يتطلب تقييمًا عمليًا دقيقًا للموارد المتاحة والبيئة البحثية. هذا الفهم المسبق يساعد الباحث على التخطيط بشكل أفضل، وتوقع العقبات، وتطوير استراتيجيات للتغلب عليها، مما يقلل من احتمالية فشل جمع البيانات أو انحيازها، ويؤدي في النهاية إلى جمع بيانات أكثر جودة وموثوقية، مما يعزز من صحة النتائج وثباتها ويضمن أن البحث مبني على أسس قوية .

الاتجاهات الناشئة في طرق البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام

يشهد البحث العلمي تحولًا جذريًا بفضل التقنيات الحديثة، حيث يُتوقع أن تُحدث ١٠ أساليب بحث جديدة ومبتكرة ثورة في مجال الدراسات بحلول عامي ٢٠٢٥-٢٠٢٦، بما في ذلك أدوات الذكاء الاصطناعي، وعلم المواطن، والواقع الافتراضي. هذا التحول المنهجي، المدفوع بالذكاء الاصطناعي والتقنيات الغامرة، لا يزيد فقط من كفاءة جمع البيانات وتحليلها، بل يفتح آفاقًا جديدة لأنواع الأسئلة البحثية التي يمكن طرحها. على سبيل المثال، يسمح الواقع الافتراضي بدراسة المواضيع الحساسة أو السكان الذين يصعب الوصول إليهم في بيئات محاكاة. هذا التطور يؤدي إلى أبحاث أكثر عمقًا وشمولية، وقادرة على التعامل مع مجموعات بيانات أكبر وأكثر تعقيدًا، مما يعزز من المساهمة المعرفية للبحث ويجعله أكثر صلة بالتحديات المعاصرة في مجال الإعلام .

- **تحليل البيانات المدعوم بالذكاء الاصطناعي** يُحدث الذكاء الاصطناعي ثورة في تحليل البيانات، موفرًا سرعة ودقة غير مسبوقتين في معالجة مجموعات البيانات الكبيرة .

- **التعلم الآلي :(Machine Learning)** يمثل امتدادًا قويًا للأساليب الإحصائية التقليدية. يشمل التعلم الخاضع للإشراف، الذي يُطور نماذج تنبؤية بناءً على بيانات تدريب مُصنفة؛ والتعلم غير الخاضع للإشراف، الذي يكتشف الأنماط في البيانات غير المُصنفة؛ والتعلم المعزز، الذي يُحسّن القرارات من خلال حلقات التغذية الراجعة. تُستخدم هذه التقنيات في تطبيقات متنوعة مثل التنبؤ الدقيق بنتائج استطلاعات الرأي في الانتخابات الأمريكية، ودراسة تطور الشخصيات في الروايات، وتتبع حركة الأشخاص داخل المدن بناءً على بيانات تويتر، والتنبؤ بالانتماء السياسي من سلوك وسائل التواصل الاجتماعي، وتحديد الهويات الاجتماعية في التغريدات، وفهم الموضوعات في مجموعات النصوص الكبيرة، والتنبؤ بالبطالة باستخدام بيانات الهاتف المحمول، وتحليل أنماط استهلاك المحتوى الإعلامي، التنبؤ بانتشار الأخبار الكاذبة، أو تحديد توجهات الجمهور نحو قضايا معينة بناءً على بيانات ضخمة .
- **معالجة اللغة الطبيعية :(Natural Language Processing - NLP)** تُطبق تقنيات حاسوبية لتحليل وتوليف اللغة البشرية (المنطوقة والمكتوبة). تُستخدم لاستخراج الموضوعات والمشاعر والرؤى من البيانات النصية غير المهيكلة مثل مراجعات العملاء، ومنشورات وسائل التواصل الاجتماعي، وإجابات الاستبيانات المفتوحة وتحليل المحتوى الإخباري لتحديد الأطر المستخدمة، قياس المشاعر العامة تجاه علامة تجارية أو قضية في وسائل التواصل الاجتماعي، أو تحليل تعليقات الجمهور على المحتوى الإعلامي. يمكن لأدوات الذكاء الاصطناعي تسريع هذه العملية بشكل كبير، مما يساعد في تحديد الأنماط والموضوعات التي قد تستغرق أيامًا لاكتشافها يدويًا . .
- **تحليل الشبكات :(Network Analysis)** يفحص العلاقات والتفاعلات داخل الأنظمة المعقدة، ويُحدد العُقد الرئيسية والمجتمعات وأنماط الاتصال. في العلوم الإنسانية، يُستخدم لتحليل العلاقات بين الشخصيات التاريخية أو الأدبية، أو بين المؤلفين وأعمالهم، مما يكشف عن هياكل وتأثيرات غير مرئية بالطرق التقليدية .وتحليل شبكات المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي، دراسة انتشار المعلومات (أو الشائعات) عبر الشبكات الإعلامية، أو فهم العلاقات بين المؤسسات الإعلامية والجمهور .
- **محاكاة مونت كارلو :(Monte Carlo Simulation)** تُولد نماذج للنتائج المحتملة وتوزيعاتها الاحتمالية من خلال عمليات حسابية متكررة. تُساعد هذه الطريقة في تحليل المخاطر المتقدمة عن طريق حساب احتمالية السيناريوهات المختلفة بناءً على المدخلات المتغيرة. **مثال:** محاكاة انتشار حملة إعلامية معينة، أو التنبؤ بتأثير تغيير في السياسة الإعلامية على سلوك الجمهور .

- **التحليل العاملي :(Factor Analysis)** يُقلل العديد من المتغيرات الملاحظة إلى عدد أقل من العوامل الأساسية الكامنة، ويكشف عن الأنماط الخفية في مجموعات البيانات المعقدة. يُعد هذا التحليل قيّمًا بشكل خاص لاستكشاف المفاهيم المجردة التي لا يمكن قياسها مباشرة، مثل رضا العملاء أو ولاء العلامة التجارية، عن طريق تجميع المتغيرات المترابطة في عوامل ذات معنى. في علم النفس، يُستخدم لفهم البنية الكامنة للمفاهيم النفسية، مثل تحديد الأبعاد الأساسية التي تفسر العلاقات بين سمات الشخصية المختلفة . وتحديد العوامل الكامنة وراء رضا الجمهور عن المحتوى الإعلامي، أو استكشاف أبعاد مفهوم "الثقة في وسائل الإعلام ."
- **التحليل العنقودي :(Cluster Analysis)** يُصنف نقاط البيانات إلى مجموعات (عناقيد) تكون متشابهة داخليًا ولكنها مختلفة عن العناقيد الأخرى. لا يُقدر بثمن لتحديد الهياكل الطبيعية داخل مجموعات البيانات، مما يجعله مفيدًا لتجزئة العملاء، واكتشاف الشذوذ، واكتشاف الأنماط. في أبحاث التسويق، يُستخدم لتجميع العملاء بناءً على عادات الشراء (مثل المشترين المتكررين، المتسوقين الموسميين، المشترين لمرة واحدة)، مما يسمح بتخصيص استراتيجيات التسويق والعروض الترويجية لكل مجموعة بشكل فعال .**مثال:** تجزئة الجمهور الإعلامي إلى مجموعات بناءً على عادات المشاهدة/الاستماع/التفاعل، أو تصنيف أنواع المحتوى الإعلامي المتشابه .

- **الإثنوغرافيا الرقمية والواقع الافتراضي/المعزز**

- **الإثنوغرافيا الرقمية (Digital Ethnography):** تُعرف أيضًا باسم "النتنوغرافيا" أو "الإثنوغرافيا الافتراضية"، وهي مجال فرعي ناشئ في العلوم الاجتماعية يدرس كيفية تفاعل البشر وتواصلهم في البيئات الرقمية. تتضمن دراسة كيفية تنقل الأشخاص في وسائل الإعلام المختلفة مثل منصات التواصل الاجتماعي والمنتديات عبر الإنترنت والأحداث الافتراضية. تُقدم رؤى حول السلوكيات عبر الإنترنت، وتكوين المجتمعات، وتأثير الاتصال الرقمي على الديناميكيات الاجتماعية. تُعد هذه المنهجية أكثر فعالية من حيث التكلفة من الإثنوغرافيا التقليدية، حيث تقلل من نفقات السفر وتكاليف المعدات. **مثال:** دراسة المجتمعات الافتراضية التي تتشكل حول قضايا إعلامية، تحليل سلوكيات المستخدمين في الألعاب عبر الإنترنت أو منصات التواصل الاجتماعي، أو فهم الثقافة الرقمية للجمهور.
- **الواقع الافتراضي (Virtual Reality - VR) والإثنوغرافيا الغامرة:** يُمكن للباحثين إجراء دراسات إثنوغرافية غامرة في بيئات مُحاكاة، وهو مفيد بشكل خاص لدراسة الموضوعات الحساسة أو الفئات السكانية التي يصعب الوصول إليها في العالم الحقيقي. أمثلة التطبيق: تشمل دراسات استكشاف تصورات أعضاء المجتمع الجامعي حول تجزئة الموائل الحضرية باستخدام مقابلات "الذهاب مع" في Google Street View VR. كما تُستخدم لدراسة تجارب

المعلمين في استخدام الواقع الافتراضي في التعليم K-١٢ ، وتحليل العوامل المؤثرة على قبول الزوار لمعرض الواقع الافتراضي عبر الإنترنت في المتاحف. بالإضافة إلى ذلك، تُستخدم لاستكشاف وجهات نظر كبار السن حول محتوى تدخل جديد للواقع الافتراضي يهدف إلى تقليل السلوكيات الخاملة.

مثال: دراسة ردود فعل الجمهور على المحتوى الإعلامي التفاعلي في بيئات الواقع الافتراضي، أو تحليل سلوكيات المستخدمين في الألعاب الإعلامية الغامرة، أو إجراء مقابلات في بيئات افتراضية لدراسة قضايا حساسة تتعلق بالإعلام.

- **جمع البيانات في الواقع الافتراضي:** يمكن أن تتضمن الملاحظة بالمشاركة في البيئات الافتراضية، والمقابلات المتعمقة (بما في ذلك المقابلات "الذهاب مع" حيث يتنقل المشاركون في بيئة افتراضية أثناء المقابلة)، وتحليل "التحف الرقمية" مثل اليوميات عبر الإنترنت، والمناقشات في المنتديات، والصور/الفيديوهات، ولوحات المزاج الرقمية التي تُعبر عن تجاربهم.

إن التحديات الأخلاقية والاعتبارات العملية المرتبطة بالإثنوغرافيا الرقمية والواقع الافتراضي تتطلب اهتمامًا خاصًا. فالمصادر تُشير إلى أن الإثنوغرافيا الرقمية تتطلب من الباحثين أن يكونوا بارعين في التنقل وتفسير التفاعلات عبر الإنترنت، وفهم الثقافة الرقمية، وضمان الالتزام بالمعايير الأخلاقية في البيئات الافتراضية. كما تُثير قضايا مثل "التخفي" (Lurking) حيث يُراقب الباحث دون علم المشاركين، والموافقة المستنيرة، حيث قد لا يُدرك المشاركون أنهم مراقبون. هذه التحديات تتطلب من الباحثين تطوير بروتوكولات أخلاقية صارمة تتجاوز المناهج التقليدية، مع التركيز على الشفافية وحماية خصوصية المشاركين، خاصة في البيئات التي قد تكون فيها الحدود بين العام والخاص غير واضحة. هذا التوجه يؤدي إلى تطوير ممارسات بحثية أكثر حساسية وأخلاقية في العصر الرقمي، مما يضمن حماية حقوق المشاركين ويزيد من مصداقية النتائج.

- **البلوك تشين لسلامة البيانات (Blockchain for Data Integrity)**

تقنية البلوك تشين توفر حلاً فعالًا لضمان سلامة البيانات في البحث الأكاديمي والمشاريع التعاونية. تعتمد على نظام موزع ومشفر يخلق سجلاً غير قابل للتغيير للبيانات، مما يمنع التلاعب بها أو تغييرها بعد التسجيل. هذا يعزز الموثوقية والشفافية في البيانات، وهو أمر ضروري للمراجعة الأكاديمية والتعاون العالمي.

والجامعات الرائدة مثل جامعة يوتا ومعهد ماساتشوستس للتكنولوجيا (MIT) بدأت في تطبيق تقنية البلوك تشين لإدارة كميات كبيرة من بيانات البحث، وتحسين الوصول العالمي والعادل إلى مجموعات البيانات العلمية الضخمة، وحفظ المحتوى التعليمي. **على سبيل المثال:** إذا كانت هناك دراسة حول استطلاعات الرأي الإعلامية، فإن استخدام البلوك تشين يضمن أن جميع البيانات التي يتم جمعها صحيحة ولم يتم تعديلها. هذا يجعل نتائج الاستطلاع أكثر مصداقية وموثوقية للجميع.، أو حماية الملكية الفكرية للمحتوى الإعلامي الرقمي، أو إدارة البيانات في مشاريع بحثية إعلامية تعاونية ضخمة.

- **المسوحات المعززة بالتصوير العصبي (Neuroimaging-Enhanced Surveys)** تهدف إلى دمج الاستبيانات التقليدية مع تقنيات تصوير الدماغ لفهم أعمق لكيفية تفكير الأفراد واستجابتهم عاطفيًا.. فهي طريقة بحث تجمع بين طرح الأسئلة (الاستبيانات) ومراقبة نشاط الدماغ في نفس الوقت. بدلًا من الاعتماد فقط على ما يقوله الشخص عن نفسه، تُستخدم أدوات مثل الرنين المغناطيسي الوظيفي (fMRI) لمشاهدة الدماغ وهو يعمل. هذا يسمح للباحثين بربط السلوكيات التي يُبلغ عنها الشخص (في الاستبيان) بالعمليات العصبية التي تحدث في دماغه.

مثال: فهم تأثير الإعلانات على الدماغ: يمكن للباحثين عرض إعلانات مختلفة على المشاركين أثناء فحصهم بجهاز الرنين المغناطيسي الوظيفي (fMRI)، وفي الوقت نفسه يطلبون منهم الإجابة على استبيان حول مدى إعجابهم بالإعلان. هذا يربط استجاباتهم الواعية (ما يكتبونه في الاستبيان) بنشاط الدماغ اللاواعي.

- **علم المواطن (Citizen Science)** يُعد "علم المواطن" طريقةً للبحث العلمي يشارك فيها الأفراد من عامة الجمهور. بدلًا من أن يجمع العلماء البيانات وحدهم، يُمكن للمتطوعين المساعدة في جمع وتصنيف كميات ضخمة من المعلومات، مما يجعل الأبحاث أوسع وأسرع. يجب على الباحثين ضمان جودة البيانات التي يجمعها المواطنون والتحكم في التحيزات المحتملة. كما يجب مراعاة القضايا القانونية والأخلاقية المحيطة بحقوق النشر، والملكية الفكرية، واتفاقيات مشاركة البيانات، والسرية، والإسناد. هذا النهج يُساهم في إضفاء الطابع الديمقراطي على العلوم وزيادة المشاركة العامة، ولكنه يتطلب أطرًا أخلاقية واضحة لضمان العدالة والمسؤولية.

مثال: رصد انتشار الأخبار المضللة: يمكن لمشروع "علم مواطن" أن يطلب من المستخدمين الإبلاغ عن الأخبار المشبوهة التي يرونها على الإنترنت، أو تصنيف مقاطع الفيديو بناءً على محتواها، مما يساعد الباحثين على جمع بيانات ضخمة لتحليل انتشار المعلومات المضللة بسرعة وفعالية.

- **الواقع المعزز في البحث الميداني (Augmented Reality - AR in Field Research)**
  يُمكن لأدوات الواقع المعزز تحسين البحث الميداني من خلال تراكب المعلومات الرقمية على البيئة المادية في الوقت الفعلي، مما يُحسن دقة وكفاءة جمع البيانات. يعمل الواقع المعزز على تحسين البيئة المادية للمستخدم من خلال إضافة مدخلات تم إنشاؤها بواسطة الكمبيوتر مثل الصوت، والرسومات، وتراكبات نظام تحديد المواقع العالمي (GPS).

تخيل أنك باحث تدرس تفاعل الناس مع الإعلانات في الشارع. باستخدام نظارة واقع معزز، يمكنك أن ترى الإعلانات الحقيقية، وفي نفس الوقت تظهر أمام عينيك بيانات رقمية فورية، مثل أعداد الأشخاص الذين توقفوا أمام الإعلان أو مسارات حركتهم، مما يسهل جمع البيانات وتحليلها في نفس المكان.

إن دمج التقنيات المتقدمة يُغير طبيعة جمع وتحليل البيانات، مما يتطلب مهارات جديدة من الباحثين. هذه التقنيات ليست مجرد إضافات، بل تُمثل تحولًا جوهريًا في كيفية جمع البيانات ومعالجتها وتحليلها. على سبيل المثال، يسمح الواقع المعزز في العمل الميداني بتراكب البيانات في الوقت الفعلي، مما يُحدث تحولًا في الملاحظة التقليدية. كما تُمكن أدوات الذكاء الاصطناعي من أتمتة المهام التي كانت تُنجز يدويًا في السابق (مثل التحليل الموضوعي وتصنيف المشاعر)، مما يُغير دور الباحث من الترميز اليدوي إلى التفسير النقدي لمخرجات الذكاء الاصطناعي. هذا التحول يعني أن الباحثين بحاجة إلى تطوير كفاءات جديدة تتجاوز التدريب المنهجي التقليدي. يجب عليهم فهم كيفية اختيار أدوات الذكاء الاصطناعي المناسبة ، وتقييم الرؤى التي يُولدها الذكاء الاصطناعي بشكل نقدي من حيث التحيز والدقة ، ودمج أنواع البيانات غير المتجانسة ، وإدارة سلامة البيانات في السياقات التكنولوجية الجديدة. هذا التحول يؤكد على أن التعاون بين الإنسان والذكاء الاصطناعي في البحث يتطلب إعادة تقييم للتدريب البحثي، مع التركيز على المعرفة الرقمية، والتقييم النقدي لمخرجات الذكاء الاصطناعي، والمهارات متعددة التخصصات للاستفادة الفعالة من هذه الأدوات القوية.

أدوات الذكاء الاصطناعي التي يمكن الاستعانة بها لمراحل البحث المختلفة

يوفر هذا الجدول دليلاً عمليًا للباحثين حول الأدوات المتاحة لتعزيز كفاءة وجودة عملهم في كل مرحلة من مراحل إعداد الرسالة العلمية.

مرحلة البحث	الوظيفة الرئيسية	أدوات الذكاء الاصطناعي المقترحة
مراجعة الدراسات السابقة	اكتشاف الأوراق، تلخيص الأبحاث، تصور الروابط البحثية، فحص وتنظيم البحث.	Semantic Scholar: اكتشاف وتحليل ذكي للأوراق البحثية، محرك بحث مدعوم بالذكاء الاصطناعي، تحليل الاستشهادات .
الكتابة الأولية	إنشاء المسودات، اقتراحات نصية، ملاحظات الخبراء.	Paperpal: قوالبAI ، اقتراحات نصية سياقية .
التحرير والتدقيق	تحسين اللغة، إعادة صياغة، تقليل الكلمات، تصحيح النبرة الأكاديمية، محرر مرن.	Paperpal: اقتراحات لغوية في الوقت الفعلي (قواعد، إملاء، علامات ترقيم، بناء الجملة)، إعادة صياغة، تقليل الكلمات، تصحيح النبرة الأكاديمية .
التحقق من الانتحال	تجنب الرفض المكتبي، فحص التشابه.	Paperpal: مدقق الانتحال الرائد في الصناعة .
البحث عن مجلات/مؤتمرات	تحديد أفضل أماكن النشر والعرض.	Thesify: تحديد أفضل أماكن النشر والعرض .

اعتبارات هامة:

- لا تستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي في الكتابة أو الاستشهاد مطلقا، فأدوات الذكاء الاصطناعي يمكن أن تولد "هلوسات" أو معلومات خاطئة؛ يجب دائمًا التحقق من المعلومات. مسؤولية دقة الاستشهادات تقع على عاتق الباحث، حتى لو كانت الأدوات تساعد في التنسيق.
- يجب الإفصاح عن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في البحث.
- أدوات الذكاء الاصطناعي مصممة للمساعدة وتعزيز الكتابة، وليس للكتابة نيابة عن الباحث.

٧. النتائج والمناقشة والخاتمة: صياغة المساهمة العلمية في الإعلام

تُعد أقسام النتائج والمناقشة والخاتمة بمثابة ذروة العمل البحثي، حيث تُعرض الاكتشافات، وتُفسر دلالاتها، وتُحدد مساهمة البحث في المعرفة القائمة.

أ. عرض النتائج: أفضل الممارسات في التصور المرئي للبيانات

يتم رصد نتائج البحث في هذا القسم، ويمكن هيكلته على شكل إجابة عن أسئلة فرعية أو فرضيات أو مواضيع الدراسة. يجب الإبلاغ عن النتائج ذات الصلة بأهداف وأسئلة البحث فقط، مع تجنب إدراج بيانات غير ضرورية قد تُشتت القارئ. غالبًا ما يكون من المفيد تضمين الجداول والرسوم البيانية والمخططات في قسم النتائج، مع التفكير جيدًا في أفضل طريقة لتقديم البيانات بشكل واضح ومفهوم. يجب أن تُوفر هذه الجداول والأشكال معلومات إضافية أو تُصور النتائج بطريقة مفيدة تُضيف قيمة إلى النص، لا أن تُكرر ما كُتب فقط. يُمكن تضمين النسخ الكاملة للبيانات الأولية (مثل محاضر المقابلة أو الاستبيانات الخام) كملحق للرسالة لتوفير الشفافية والقدرة على التحقق. تُستخدم التحليلات الوصفية بشكل أساسي في هذه المرحلة لتقديم عرض مرئي للبيانات، مثل المخططات الدائرية أو الشريطية أو الخطية أو الجداول، أو الأشكال السردية الوصفية التي تُجمل ما حدث أو ما يحدث في بيئة البيانات. إن البدء بالتحليلات الوصفية والتشخيصية يوفر فهمًا أساسيًا للبيانات قبل الانتقال إلى التحليلات الأكثر تعقيدًا مثل التنبؤية والتوجيهية. هذا التسلسل المنطقي يضمن بناء فهم متدرج للظاهرة، ويؤدي إلى عرض نتائج أكثر وضوحًا ومنطقية، ويسهل على القارئ متابعة الحجة البحثية، ويضع الأساس للمناقشات العميقة.

ب. مناقشة النتائج: تفسيرها، ربطها بالإطار النظري، ومعالجة القيود

المناقشة هي المكان الذي يستكشف فيه الباحث معنى وآثار نتائجه، ويُفسر النتائج بالتفصيل. يجب مناقشة ما إذا كانت النتائج تلبي التوقعات ومدى ملاءمتها للإطار النظري الذي بُني في الفصول السابقة. إذا كانت أي من النتائج غير متوقعة، يجب تقديم تفسيرات لسبب حدوث ذلك، والتفكير في التفسيرات البديلة للبيانات، ومناقشة أي قيود قد تكون أثرت في النتائج. يجب أن تُشير المناقشة إلى الأعمال العلمية الأخرى لإظهار كيف تتوافق النتائج مع المعرفة الحالية أو تُخالفها، ويُمكن أيضًا تقديم توصيات للبحث في المستقبل أو الإجراءات العملية. بعد عرض النتائج، يمكن للباحث دمج التحليلات التشخيصية التي تهدف إلى فهم سبب حدوث أمر ما من خلال تقنيات مثل التعمق في البيانات وتنقيبها، والارتباطات بين المتغيرات. ثم تأتي التحليلات التنبؤية التي تستخدم البيانات التاريخية لعمل تنبؤات دقيقة حول الاتجاهات المستقبلية، وتتميز بتقنيات مثل تعلم الآلة، والتوقع، ومطابقة الأنماط. وأخيرًا،

تُقدم التحليلات التوجيهية توصيات مثلى للاستجابة للنتائج المتوقعة، وتُحلل الآثار المحتملة للاختيارات المختلفة. إن تزايد تعقيد التحليل يتطلب ربطًا أوثق بين النتائج والتوصيات. فمع تطور تقنيات تحليل البيانات، خاصة نحو التحليلات التنبؤية والتوجيهية، لم تعد الرؤى المستخلصة مجرد وصف "ما حدث" بل تتعداه إلى "لماذا حدث"، و"ماذا سيحدث"، و"ماذا يجب فعله". هذا التقدم يعني وجود رابط أكثر مباشرة وقوة بين النتائج والتوصيات. فالتحليلات التوجيهية، على سبيل المثال، تُقدم مباشرةً إجراءات مثلى. لذلك، يجب أن تتطور أقسام المناقشة والخاتمة لتعكس هذه القدرة التحليلية الأعمق، بحيث تكون التوصيات أكثر استنادًا إلى الأدلة وقابلة للتطبيق، وتتجاوز الاقتراحات العامة. هذا يجعل المناقشة أكثر إقناعًا وذات صلة، ويُظهر قدرة الباحث على التفكير النقدي والتنبؤي، مما يعزز من مساهمة الرسالة في المجال.

ج. الخاتمة: الإجابة على سؤال البحث الرئيسي، المساهمة المعرفية، والتوصيات المستقبلية

يجب أن تُجيب خاتمة الأطروحة بإيجاز على سؤال البحث الرئيسي، مما يترك للقارئ فهمًا واضحًا للحجة المركزية للرسالة. تُختتم الرسالة بتأمل نهائي لما تم فعله وكيف تم إنجازه، وغالبًا ما تتضمن توصيات بحثية أو عملية مستندة إلى النتائج. من المهم في هذا القسم توضيح كيف تساهم النتائج في المعرفة في المجال ولماذا يُعد البحث مهمًا، وما الذي أُضيف إلى ما كان معروفًا بالفعل.

VI. أخلاقيات البحث العلمي: مبادئ وممارسات في العصر الرقمي والإعلامي

تُعد أخلاقيات البحث العلمي حجر الزاوية في أي ممارسة بحثية موثوقة ومسؤولة. إنها مجموعة من المبادئ العامة والتوجيهات التي تُشكل وتُوجه طريقة تصميم وإجراء وإدارة واستخدام ونشر أي بحوث تشمل الكائنات الحية (الناس والحيوانات).

أ. المبادئ الأساسية: النزاهة، الصدق، الموضوعية، واحترام الملكية الفكرية

تشمل المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي النزاهة، والصدق، والأمانة في جميع مراحل البحث. يتطلب ذلك العمل المنظم الدقيق والبعيد عن العشوائية والتسرع، بالإضافة إلى الموضوعية والحياد التام، وتجنب التحيز والذاتية والميول الشخصية. يجب أن تُعرض الاستنتاجات كما هي دون أي تعديل أو إضافة أو حذف لأي نتيجة تماشيًا مع الأهواء الشخصية. كما يُعد احترام الملكيات الفكرية ومجهودات الآخرين مبدأً أساسيًا، ويتجلى ذلك في التوثيق الصحيح للمصادر وتجنب الانتحال. يجب أن تكون المشاركة في البحث طوعية وعلى

قدر ملائم من العلم والاطلاع. ويتعين إجراء البحوث بنزاهة وشفافية، مع تحديد خطوط المسؤولية والمساءلة بوضوح. يُعد الحفاظ على استقلالية البحوث أمرًا حيويًا، وفي حال وجود تضارب في المصالح، يجب إبرازه بشفافية. يجب أن تُصمم البحوث بهدف تحقيق أقصى قدر ممكن من الفائدة للمشاركين، وأن تفوق الفوائد المحتملة دائمًا المخاطر المحتملة. تُؤكد المبادئ الأخلاقية الحديثة على أن الباحث مسؤول عن عمله بغض النظر عن الأدوات التي يستخدمها لإنتاجه. هذا يعني أن الباحث يجب أن يتحقق دائمًا من المعلومات التي تُولدها الأدوات، مثل أدوات الذكاء الاصطناعي، للتأكد من خلوها من الأخطاء والتحيزات، وأن يتوخى الحذر لتجنب انتهاك حقوق النشر.

ب. الاعتبارات الأخلاقية في التعامل مع المشاركين: الموافقة المستنيرة، الخصوصية، والسرية

تُعد حماية حقوق المشاركين في البحث من أهم الاعتبارات الأخلاقية. يتضمن ذلك احترام خصوصيتهم والحفاظ على سرية معلوماتهم الخاصة. كما يجب احترام حقهم في تغيير رأيهم والانسحاب من الدراسة في أي وقت دون أي عقوبة.

الموافقة المستنيرة (Informed Consent): يُعد الحصول على الموافقة المستنيرة عملية أساسية، حيث يجب أن يتخذ المشاركون المحتملون قرارهم الخاص بشأن المشاركة أو الاستمرار في البحث. تتضمن هذه العملية إبلاغ الأفراد بدقة عن الغرض من البحث، والأساليب المتبعة، والمخاطر والفوائد المحتملة، والبدائل المتاحة للبحث. يجب أن يفهم المشاركون هذه المعلومات وكيف ترتبط بوضعهم أو اهتماماتهم، وأن يتخذوا قرارًا طوعيًا بالمشاركة. يجب إيلاء عناية خاصة عند التماس الموافقة من الفئات الضعيفة جدًا، مثل السجناء. كما يجب على الباحثين ضمان عدم إجبار أي مشارك على المشاركة من قبل أي طرف (مثل صاحب العمل أو الآباء). بالإضافة إلى ذلك، يجب إبلاغ المشاركين بأهداف البحث وأساليبه، وكذلك كيفية وشكل معرفة النتائج. إن تزايد تعقيدات الخصوصية والتحيز مع استخدام الذكاء الاصطناعي في البحث يتطلب يقظة مستمرة. فالمصادر تُشير إلى أن أنظمة الذكاء الاصطناعي غالبًا ما تتطلب الوصول إلى كميات كبيرة من البيانات، بما في ذلك المعلومات الشخصية الحساسة، مما يُثير مخاوف جدية بشأن انتهاكات الخصوصية. كما أن أنظمة الذكاء الاصطناعي يمكن أن ترث وتُضخم التحيزات الموجودة في بيانات التدريب الخاصة بها، مما يؤدي إلى نتائج غير عادلة أو تمييزية. هذا يعني أن الباحثين الذين يستخدمون أدوات الذكاء الاصطناعي يجب أن يكونوا حذرين للغاية بشأن نوع البيانات التي يدخلونها إلى الأدوات العامة، حيث يمكن اعتبارها عامة واستخدامها من قبل الآخرين. كما يجب عليهم فحص مخرجات الذكاء الاصطناعي للتحيزات المحتملة. هذا التطور يؤدي إلى ضرورة وضع

إرشادات أخلاقية صارمة على مستوى المؤسسات والجامعات لاستخدام الذكاء الاصطناعي في البحث، مع التركيز على المساءلة، والشفافية، وحماية البيانات، لضمان أن الذكاء الاصطناعي يخدم الإنسانية ويقلل من الضرر.

ج. أخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي في البحث الإعلامي

يُعد دمج الذكاء الاصطناعي في البحث العلمي تحديًا جديدًا يتطلب إطارًا أخلاقيًا متطورًا.

- **التحيز والإنصاف (Bias and Fairness):** يُمكن لأنظمة الذكاء الاصطناعي أن ترث وتُضخم التحيزات الموجودة في بيانات التدريب الخاصة بها، مما يؤدي إلى نتائج غير عادلة أو تمييزية، خاصة في تطبيقات مثل التوظيف والإقراض وإنفاذ القانون. يجب على الباحثين التأكد من التوريد الأخلاقي للمعلومات من ثقافات وأعراق وأجناس وفئات متنوعة وممثلة تمثيلاً ناقصًا في تصميم وتطبيق الذكاء الاصطناعي. كما يجب فحص مصادر الذكاء الاصطناعي لتقييم كيفية معالجة المصممين للمساواة في تدريب الذكاء الاصطناعي ودمج وجهات النظر المتنوعة في مجموعات بيانات الذكاء الاصطناعي لتجنب التحيز.
- **حماية البيانات والخصوصية (Privacy and Data Protection):** تتطلب أنظمة الذكاء الاصطناعي غالبًا الوصول إلى كميات كبيرة من البيانات، بما في ذلك المعلومات الشخصية الحساسة. التحدي الأخلاقي يكمن في جمع هذه البيانات واستخدامها وحمايتها لمنع انتهاكات الخصوصية. يجب على الباحثين عدم إدخال أي معلومات سرية أو خاصة أو حساسة أو مقيدة في أدوات الذكاء الاصطناعي العامة، حيث تُعتبر أي معلومات تُقدم لهذه الأدوات عامة وقد تُخزن وتُستخدم من قبل أي شخص آخر. يجب على الباحثين حماية خصوصية بيانات المشاركين في الأبحاث المدعومة بالذكاء الاصطناعي.
- **الشفافية والمساءلة (Transparency and Accountability):** العديد من خوارزميات الذكاء الاصطناعي، خاصة نماذج التعلم العميق، تُعتبر "صناديق سوداء" لأنه يصعب فهمها أو تفسيرها. ضمان الشفافية والمساءلة في اتخاذ القرار بالذكاء الاصطناعي أمر بالغ الأهمية لثقة المستخدم والاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي. يجب أن تكون أنظمة الذكاء الاصطناعي قابلة للتدقيق والتتبع، ويجب أن تكون هناك آليات رقابة وتقييم الأثر والتدقيق والعناية الواجبة لتجنب تضارب المصالح مع حقوق الإنسان والرفاه البيئي. يجب على الدول الأعضاء التأكد من أن أنظمة الذكاء الاصطناعي لا تُحل محل المسؤولية والمساءلة البشرية النهائية. يجب على الباحثين تقييم مخرجات الذكاء الاصطناعي والتأكد من دقتها وخلوها من التحيز، حيث أن الذكاء الاصطناعي لا يفهم ما يُنتجه وقد تكون

النتائج مضللة أو قديمة أو خاطئة. يجب أن يُقدم الباحثون إفصاحًا واضحًا عن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في أبحاثهم.

- **لذا يجب:** الإفصاح عن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تحليل المحتوى الإعلامي أو جمع البيانات، وتقييم دقة وموثوقية النتائج التي تنتجها هذه الأدوات.

- **الملكية الفكرية (Intellectual Property):** تُثير الملكية الفكرية للمحتوى الناتج عن الذكاء الاصطناعي تساؤلات معقدة حول الانتحال، وملكية المحتوى، وانتهاك حقوق الطبع والنشر. يجب على الباحثين توخي الحذر لتجنب انتهاك حقوق الطبع والنشر عند استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدية.

لذا يجب: التعامل مع المحتوى الإعلامي المحمي بحقوق النشر عند إجراء تحليل المحتوى، أو عند استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لإنشاء محتوى إعلامي تجريبي.

إن التكامل السريع للذكاء الاصطناعي في البحث الأكاديمي يُلزم بوجود إطار أخلاقي شامل يتجاوز المبادئ التقليدية. يجب على الباحثين ليس فقط الالتزام بمبادئ النزاهة وحماية المشاركين، بل أيضًا التعامل بفعالية مع التحديات الأخلاقية الفريدة التي يُثيرها الذكاء الاصطناعي، خاصة فيما يتعلق بالتحيز الخوارزمي، وخصوصية البيانات في أنظمة الذكاء الاصطناعي، والشفافية في العمليات المدفوعة بالذكاء الاصطناعي، والمساءلة عن المخرجات التي يُولدها الذكاء الاصطناعي. هذا يتطلب تقييمًا نقديًا مستمرًا لأدوات الذكاء الاصطناعي والالتزام بالسياسات المؤسسية المتطورة.

VII. التنسيق والاستشهاد بالمصادر: الدقة الأكاديمية والمعايير الحديثة

يُعد التنسيق الصحيح والاستشهاد الدقيق بالمصادر من الركائز الأساسية للعمل الأكاديمي الموثوق، حيث يُسهمان في الحفاظ على النزاهة الفكرية للبحث ويُمكنان القراء من التحقق من المعلومات.

أ. أهمية الالتزام بإرشادات التنسيق الجامعية

من المهم أن تتبع الأطروحة إرشادات التنسيق التي وضعتها الجامعة بدقة، حيث يُمكن فقدان درجات أو تقدير بدون داع بسبب الأخطاء الشكلية. تتعلق إرشادات التنسيق بأمور جوهرية مثل حجم الخط، وتباعد الأسطر، وتنسيق العناوين، وترقيم الصفحات، وعلامات الترقيم، وصفحة العنوان، وأسلوب كتابة الجداول والأشكال والمراجع. يجب دائمًا التحقق من إرشادات القسم الأكاديمي واستشارة المشرف لضمان الامتثال الكامل لهذه المتطلبات.

ب. تحديثات أنماط الاستشهاد الرئيسية

الإشارة إلى المصادر تعني سرد التفاصيل الكاملة لجميع المصادر التي استُشهد بها والإشارة إليها في الرسالة بشكل صحيح، وهو أمر حيوي لتجنب الانتحال. توجد طرق مختلفة لكتابة المراجع، أشهرها أنماط MLA، وAPA، وChicago. يُحدد القسم الأكاديمي غالبًا أسلوب الإحالة الذي يجب استخدامه. يُوصى بشدة باستخدام البرامج الآلية في كتابة المراجع لضمان الدقة والاتساق، مثل برنامج EndNote أو ميزات إدارة المراجع في برامج معالجة النصوص مثل Microsoft Word، أو المواقع الإلكترونية المتخصصة. إن التطور المستمر لأنماط الاستشهاد لمواكبة المصادر الرقمية والذكاء الاصطناعي يُبرز الحاجة إلى مرونة وتكيف في معايير التوثيق. فالتحديثات الأخيرة في أنماط APA وMLA وChicago تُظهر تغييرات مستمرة في كيفية الاستشهاد بالمصادر، خاصة المصادر الإلكترونية والمحتوى الذي يولده الذكاء الاصطناعي. هذه التحديثات ضرورية لضمان الدقة والشفافية في الإسناد، ولمكافحة الانتحال، خاصة مع تزايد استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في البحث. هذا يتطلب من الباحثين البقاء على اطلاع دائم بأحدث إصدارات أنماط الاستشهاد، واستخدام أدوات إدارة المراجع الآلية لضمان الدقة.

مثال للاقتباس بطريقة :APA

الاقتباس هو طريقة أساسية للإشارة إلى المصادر التي استخدمتها في بحثك أو كتاباتك، وذلك لنسب الفضل لأصحاب العمل الأصليين وتجنب الانتحال. طريقة APA (جمعية علم النفس الأمريكية) هي واحدة من أكثر طرق الاقتباس شيوعًا، خاصة في العلوم الاجتماعية والسلوكية.

المبادئ الأساسية للاقتباس بطريقةAPA

تعتمد طريقة APA على نظام "المؤلف-التاريخ (Author-Date) "في الاقتباس داخل النص، وتفاصيل كاملة للمصدر في قائمة المراجع (References) في نهاية العمل.

الاقتباس داخل النص(In-text Citation)

عندما تقتبس أو تلخص معلومة من مصدر ما، يجب أن تشير إلى المؤلف وتاريخ النشر داخل نصك.

- **الاقتباس المباشر :(Direct Quote)** إذا أخذت النص حرفيًا، ضعه بين علامتي اقتباس ("...") واذكر المؤلف، سنة النشر، ورقم الصفحة.

- **مثال" :**لقد أحدثت وسائل التواصل الاجتماعي ثورة في طريقة استهلاك الأخبار" (الغامدي، ٢٠٢٣، ص ٤٥).
- **ملاحظة :**إذا كان الاقتباس أكثر من ٤٠ كلمة، يجب وضعه في كتلة نصية منفصلة (block quote) مع مسافة بادئة وعدم استخدام علامات الاقتباس.

- **الاقتباس غير المباشر :(Paraphrase/Summary)** إذا قمت بإعادة صياغة الفكرة بكلماتك الخاصة، اذكر المؤلف وسنة النشر. رقم الصفحة ليس ضروريًا ولكنه مستحسن في بعض الحالات.
  - **مثال :**يرى الشمري (٢٠٢٤) أن الإعلام الرقمي يسهم في تفتيت الجمهور التقليدي.
  - **مثال :**تفتت الجمهور التقليدي هو أحد نتائج تطور الإعلام الرقمي (الشمري، ٢٠٢٤).
- **مصادر متعددة لنفس الفكرة :**إذا استندت فكرة معينة إلى أكثر من مصدر، اذكر جميع المصادر مرتبة أبجديًا وفاصلة بينها بفاصلة منقوطة.
  - **مثال :**إن تأثير الشائعات على الرأي العام باتت ظاهرة خطيرة في العصر الحديث (العنزي، ٢٠٢٢؛ القحطاني، ٢٠٢٣).

قائمة المراجع(References List)

في نهاية عملك، يجب أن توفر قائمة بجميع المصادر التي اقتبست منها. كل إدخال في قائمة المراجع يجب أن يحتوي على معلومات كافية لتمكين القارئ من العثور على المصدر الأصلي. يتم ترتيب هذه القائمة أبجديًا حسب اسم عائلة المؤلف الأول.

أمثلة على مصادر إعلامية شائعة:

- **كتاب:**
  - **الصيغة العامة :**اسم العائلة، اسم الأول. (السنة) .*عنوان الكتاب بخط مائل* .الناشر.
  - **مثال :**الشريف، أ .(٢٠٢٠) .*نظرية الاتصال الجماهيري* .دار الفكر العربي.
- **مقالة في مجلة علمية:**
  - **الصيغة العامة :**اسم العائلة، اسم الأول. (السنة). عنوان المقالة .*اسم المجلة بخط مائل، رقم المجلد* (رقم العدد إن وجد)، صفحات المقالة.
  - **مثال :**المطيري، فايز. (٢٠٢١). دور الصحافة الاستقصائية في كشف الفساد . *مجلة الدراسات الإعلامية، ١٥* (٢)، ١١٢-١٣٠.
- **خبر أو مقال من موقع إخباري على الإنترنت:**
  - **الصيغة العامة :**اسم العائلة، اسم الأول. (السنة، الشهر اليوم) .*عنوان المقال بخط مائل* .اسم الموقع الإخباري. الرابط.
  - **مثال :**السبيعي، نادر. (٢٠٢٤، يناير ١٥) .*تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الصحافة* .العربية نت https://www.arabia.net/examplelink .
- **فيديو من يوتيوب أو منصة مماثلة:**

- **الصيغة العامة:** اسم القناة/الناشر. (السنة، الشهر اليوم). *عنوان الفيديو بخط مائل* [فيديو]. يوتيوب. الرابط.
- **مثال:** العربية. (٢٠٢٣، مارس ١٠). *تحليل المشهد الإعلامي العربي بعد الثورات* [فيديو]. يوتيوب https://www.youtube.com/examplelink .

- **منشور على وسائل التواصل الاجتماعي) تويترX/، فيسبوك، إلخ:(**
  - **الصيغة العامة:** اسم المؤلف/الحساب [@معرف_الحساب]. (السنة، الشهر اليوم). *أول ٢٠ كلمة من المنشور بخط مائل* [وصف المنشور]. اسم المنصة. الرابط.
  - **مثال:** العربية٢٠٢٥) .[@ALArabic] ، يوليو ٢٠ .(*آخر تطورات الأزمة الإقليمية في الشرق الأوسط وتداعياتها على المشهد الإعلامي العالمي* (تغريدة) . X. https://twitter.com/ALArabic/status/exampleid

ج. الملاحق، قوائم الأشكال والجداول، قائمة الاختصارات، ومسرد المصطلحات

تُعد هذه الأقسام عناصر تنظيمية هامة تُكمل الرسالة وتُعزز من قابليتها للاستخدام.

- **الملاحق:** يجب أن تحتوي الرسالة على المعلومات الأساسية التي تُسهم بشكل مباشر في الإجابة على سؤال البحث فقط. يُمكن إضافة المستندات التي لا تتناسب مع الجزء الرئيسي من الرسالة (مثل نصوص المقابلة الكاملة، أو أسئلة الاستبيان، أو الجداول ذات الأرقام الكاملة التي قد تكون طويلة جدًا) في الملاحق.
- **قائمة الأشكال والجداول:** إذا تم استخدام الكثير من الجداول والأشكال في الأطروحة، يجب تصنيفها في قائمة مرقمة تُوضع بعد جدول المحتويات. يُمكن إنشاء هذه القوائم تلقائيًا باستخدام ميزات معالجة النصوص مثل Word.
- **قائمة الاختصارات:** إذا تم استخدام الكثير من الاختصارات في الرسالة، يُمكن تضمينها في قائمة مرتبة أبجديًا حتى يتمكن القارئ من البحث عن معانيها بسهولة.
- **مسرد المصطلحات:** إذا تم استخدام الكثير من المصطلحات المتخصصة للغاية والتي قد لا تكون مألوفة للقارئ العام أو حتى لغير المتخصصين في المجال، فقد يكون من الجيد تضمين مسرد للمصطلحات. تُوضع قائمة بالمصطلحات أبجديًا ويُشرح كل مصطلح بوصف موجز أو تعريف.

د. دور المستودعات الرقمية الجامعية في نشر الرسائل العلمية

تُقدم المستودعات الرقمية الجامعية خدمات حيوية للباحثين، حيث تُوفر منصات لمشاركة أبحاثهم علنًا على المدى الطويل. تُعد هذه المستودعات عاملًا رئيسيًا لزيادة تأثير البحث. فالمصادر تُشير إلى أن المستودعات الرقمية الجامعية تزيد من قابلية اكتشاف الأعمال العلمية

بشكل كبير، حيث يتم فهرستها بواسطة خدمات بحثية عالمية مثل Google Scholar و DataCite. كما أنها تزيد من مشاركة الجمهور مع البحث، وتُمكن المعلمين والباحثين والمبتكرين حول العالم من قراءة النتائج والتفاعل معها. بالإضافة إلى ذلك، تُزيد المستودعات الرقمية من استقرار المحتوى الرقمي وتُعيّن معرفات URI دائمة، مما يضمن بقاء العمل متاحًا ويمكن الوصول إليه على المدى الطويل. المنفعة الأكثر أهمية هي الزيادة الكبيرة (تتراوح بين ٥٠٪ إلى ٢٥٠٪) في تأثير الاستشهاد الناتج عن النشر الإلكتروني في هذه المستودعات. هذا يعني أن سهولة الوصول إلى الرسائل العلمية المنشورة في المستودعات الرقمية تزيد من قراءتها والاستشهاد بها، مما يؤدي بدوره إلى تعزيز سمعة الباحث والمؤسسة التي ينتمي إليها. هذا التطور يُسهم في تسريع نشر المعرفة، وتعزيز التعاون الأكاديمي، وزيادة تأثير البحث على نطاق عالمي، مما يتماشى مع مبادئ الوصول المفتوح.

هـ. تراخيص المشاع الإبداعي (Creative Commons) للرسائل العلمية

تراخيص المشاع الإبداعي هي أداة لمشاركة المحتوى العلمي، مثل الرسائل والأبحاث، مع الحفاظ على حقوق المؤلف. هذه التراخيص تمنح الآخرين الحق في استخدام عملك بطرق معينة، مما يزيد من وصوله وتأثيره. يُعد ترخيص CC BY ٤,٠ هو الخيار الأفضل للأبحاث العلمية. يسمح هذا الترخيص للجميع باستخدام العمل وتعديله وتوزيعه، حتى لأغراض تجارية، طالما أنهم يشيرون إلى المؤلف الأصلي. هذا يزيد من انتشار البحث ويساهم في حركة الوصول المفتوح، مما يسهل على أي شخص الوصول إلى المعرفة العلمية والاستفادة منها.

VIII. قراءة إثرائية وموارد إضافية

لتعزيز فهم الباحثين وتزويدهم بأحدث الأدوات والموارد، يُقدم هذا القسم قائمة بالمصادر الموصى بها وأدوات البحث العلمي الحديثة.

أ. قائمة بالمصادر البحثية والكتب الموصى بها

- **المجلات العلمية المتخصصة في الإعلام:** يُعد الاطلاع المستمر على الإصدارات الحديثة من أهم المجلات في مجال التخصص أمرًا بالغ الأهمية لاكتشاف الأفكار الجديدة والاتجاهات الناشئة. (مثل مجلات الاتصال، العلاقات العامة، الإعلان، الصحافة، الإعلام الرقمي).
- **كتب مناهج البحث العلمي الحديثة:** تُوفر هذه الكتب إرشادات معمقة حول تصميم البحث، وجمع البيانات، وتحليلها، وكتابة الأطروحة والمستجدات المنهجية.

- **الأدلة الرسمية لأنماط الاستشهاد:** يجب الرجوع دائمًا إلى الأدلة الرسمية الحديثة لأنماط APA، وMLA، وChicago لضمان الالتزام بأحدث القواعد والتحديثات.

ب. أدوات البحث العلمي الحديثة: محركات البحث الأكاديمية، برامج إدارة المراجع، أدوات الذكاء الاصطناعي للكتابة والتحرير

- **محركات البحث الأكاديمية:** تُعد هذه المحركات المصدر الأول للعثور على الأوراق البحثية والمصادر العلمية.
  - **BASE (Bielefeld Academic Search Engine):** يجمع إدخالات من آلاف المستودعات الأكاديمية ومخصص للوصول المفتوح.
  - **CORE (COnnecting REpositories):** محرك بحث أكاديمي مخصص للأوراق البحثية مفتوحة الوصول، ويوفر روابط مباشرة لملفات PDF أو صفحات الويب الكاملة.
  - **Science.gov:** يوفر وصولاً مجانيًا لنتائج البحث من أكثر من ١٥ وكالة فيدرالية أمريكية، ويُغني عن البحث في كل مصدر على حدة.
  - **Semantic Scholar Google Scholar:** يوفر وصولاً مجانيًا إلى ملايين المقالات البحثية، وغالبًا ما يُقدم روابط لملفات PDF كاملة.
  - **Sciencedirect:** منصة Elsevier توفر مقالات علمية (بعضها مدفوع وبعضها مفتوح الوصول)..
  - **Baidu Scholar:** محرك بحث صيني يحتوي على أوراق بحثية باللغتين الإنجليزية والصينية.
  - **RefSeek:** يبحث في أكثر من مليار وثيقة من مواقع الويب الأكاديمية والتنظيمية، بواجهة نظيفة وسهلة الاستخدام.
- **برامج إدارة المراجع:** تُساعد هذه البرامج في تنظيم المصادر وتوليد الاستشهادات وقوائم المراجع تلقائيًا مثل Zotero مجاني وMendeley .

تم بحمد الله،،،