

## اختيار الموضوع وصياغة العنوان

### 1- اختيار موضوع البحث

#### 1-1- ما هو موضوع البحث؟

الموضوع هو الجواب الأول الذي نقدمه للشخص الذي يسألنا حول ماذا تعملون؟ فالإجابة يمكن أن تكون مثلا نسبة الفوائد في الجزائر، الفقر في مدينة من مدن الجزائر، الطوائف الدينية، انتباه التلاميذ في القسم، وسائل الإعلام الجزائرية، الفضاء العمومي في الجزائر، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجزائري، وغيرها. يتعلق الأمر إذن بصفة مختصرة بالموضوع الذي ننوي دراسته.

لإيجاد موضوع البحث، يرى موريس أنجرس أنه لا بد، أولا وقبل كل شيء، من أخذ الوقت الكافي للتفكير في ذلك. هكذا نستطيع دراسة الاحتمالات المتنوعة، فالتفكير الكافي والعميق هو الطريقة الوحيدة لتجنب العودة إلى الوراء. ويقوم هذا التفكير أساسا على الفائدة التي نريدها من هذا الموضوع أو ذاك. فعلا، إذا كان للموضوع فائدة محدودة، أي يظهر أنه غير جدير بالاهتمام ولا يثير الفضولية، فمن المحتمل جدا أيضا ألا نستثمر جهدا كبيرا في البحث، ومن المحتمل أن يضيع منا كل حافز وبالتالي لا نواصل المشروع إلى نهايته.

وفي محاولة لتحديد معنى موضوع البحث، يرى إبراهيم أبراش أنه المجال المعرفي الذي يختاره الباحث لانتقاء إشكالية (مشكلة بحث) محددة منه لتكون الموضوع الذي سيبحث فيه. ذلك أن العلوم الاجتماعية (ومنها البحث في مجال الاتصال) مجال واسع جدا وتخصصاتها متشعبة. وموضوع البحث حسب لإرامي وفالي هو موضوع التفكير، فهو مركز الاهتمام الذي تتمفصل حوله مجموعة من مشكلات البحث المحتملة. إنه بعبارة أخرى، الفكرة العامة التي تتضمن مشكلات بحث مختلفة. ويقع الاختيار عليه في سياق ظاهرة معينة أو ظرف خاص. وكمثال على مواضيع البحث في مجال الاتصال، يذكر فضيل دليو ظاهرة المنعطف التكنولوجي، والتي تشهد على الانتقال من المجتمع الصناعي إلى المجتمع ما بعد الصناعي أو المعلوماتي، وهي ظاهرة اجتماعية مهمة. تسببت هذه الظاهرة في بروز ظواهر أخرى، مثل التعميم شبه التلقائي لاستعمال الحواسيب في المنازل وأماكن العمل. فظاهرة التكنولوجيات الجديدة تستلهم بالضرورة العديد من مواضيع البحث التي استحوذت علوم الاتصال على جزء كبير منها.

ويقدم سوتيريوس سارنتاكوس النصائح التالية عند اختيار موضوع البحث:

- يجب أن يكون الموضوع ضمن حدود خبرتك، لأن معرفتك بالبيئة النظرية والمنهجية للبحث ستخفف عليك الصعوبات المستقبلية وكذلك المفاجآت.
- يجب أن يكون قابلاً للتحليل بطريقة صارمة وتجريبية (إمبريقية).
- يجب أن تكون قادراً على تنفيذ البحث وفقاً للجدول الزمني الذي تضعه المؤسسة. وتذكر أن تقوم بموضوع البحث في سياق دراستك.
- يجب أن تضع في الحسبان حدود الموارد وإمكان الوصول إلى ميدان البحث قبل اختيار موضوعه. فإن الموضوعات التي يصعب الوصول إليها يمكن أن تؤدي إلى مشكلات خطيرة وتأخر البحث. لذلك يجب التأكد من إمكانية الوصول وملاءمة الموارد والمصادر قبل اختيار موضوع البحث.
- يجب أن يكون الموضوع قابلاً للبحث؛ أولاً بشكل عام، وثانياً بواسطة المنهجية التي اخترتها. فأنت لا تستطيع دراسة قضايا لا تخضع للتحليل التجريبي (كالحيات بعد الموت)، ولا بد من أن تتذكر أنّ المنهجيات توضع لدراسة جوانب محددة من الواقع.

## 1-2- مصادر اختيار موضوع البحث

### المجلات الأكاديمية والمهنية

تعتبر مجلات الاتصال الأكاديمية مثل: وغيرها مصادر ممتازة لاختيار مواضيع البحث في مجال بحوث الاتصال. وقد تقوم المقالات العلمية بتزويد الباحثين ببعض الأفكار لموضوعات البحث. ومعظم الباحثين يهتمون بأبحاثهم بمناقشة المشكلات التي واجهتهم أثناء البحث ويقترحون موضوعات تحتاج إلى المزيد من النقصي.

وفضلاً عن المجلات الأكاديمية تقوم المنشورات المهنية التجارية، بتزويدنا بثروة من المعلومات المتصلة ببحوث الاتصال، مثل مجلة الإذاعة والكابل (Broadcasting and Cable)، والأسبوع الإعلامي (Media Week)، والمحرر والناشر (Editor and Publisher) (ويمر ودومينيك، 2013، ص ص. 48-49)، ومن المجلات العربية نذكر مجلة الإذاعات العربية.

وهناك العديد من الأبحاث الرقمية التي تحتوي على عدد هائل من المقالات العلمية مثل الأبحاث الرقمية للمجلات العلمية الجزائرية (ASJP) والتي تضم مجمل المجلات العلمية التي تصدرها الجامعات ومراكز البحوث العلمية في الجزائرية، <https://www.asjp.cerist.dz/> وهناك الأبحاث الرقمية وطنية للتوثيق العلمي على الخط (SNDL) والذي يعتبر بوابة رقمية تحتوي على العديد من الفهارس التابعة للجامعات الجزائرية، والمقالات العلمية، ورسائل الماجستير وأطروحات الدكتوراه،

وكذلك الوصول إلى العديد من مصادر الدراسات العلمية في أراضيات رقمية عالمية في تخصصات مختلفة.

<https://www.sndl.cerist.dz>

الأرضية الرقمية لمجموعة تايلور وفرانسيس التابعة للشركة العالمية تايلور وفرانسيس مقرها في إنجلترا وهي مهتم بالكتب والمقالات العلمية، تحتوي هذه الأرضية على 59 مجلة علمية في مجال علوم الاتصال، ويمكننا الدخول إلى تلك المجالات والحصول على ملخصاتها بطريقة سهلة،

<https://www.tandfonline.com/>

وتعتبر ملخصات البحوث (research abstracts) مصادر قيّمة لموضوعات البحوث في مجال الاتصال، وهي موجودة في معظم مكتبات الكليات والجامعات. وتحتوي هذه المجلات على ملخصات لمقالات البحوث المنشورة في كل مجلة أكاديمية تقريبا. ومما يدخل في مجال اهتمام باحثي الاتصال هناك ملخصات الاتصال (Communication Abstracts) والمعلومات البسيكولوجية (PsycINFO) والملخصات الاجتماعية (Sociological Abstracts) وملخصات الرسائل الجامعية.

### المجلات والدوريات

وتحتوي مثل هذه المقالات المنشورة في المجلات والدوريات غير الأكاديمية على أفكار كثيرة تصلح لكي تكون مواضيع للبحث، رغم أنها مقالات مبسطة كتبت للجمهور العام. وهناك الكثير من مقالات الاتصال المكتوبة من صحفيين محترفين تظهر في المجلات الأسبوعية والشهرية مثل التايم (Time) والنيوزويك (Newsweek). وغالبا ما تمدنا هذه المصادر بوجهات نظر مشوقة حول مشكلات اتصالية معقدة.

### الإنترنت

يجلب الإنترنت العالم إلى متناول أيدي الباحثين، ويجب النظر إليه حينما يكون الهدف هو العثور على موضوع للتقّصي. ومحركات البحث تجعل من السهل العثور على معلومات عن أي موضوع تقريبا (ويمر ودومينيك، 2013، ص 50-49). وفي هذا الصدد يمكن استخدام محرك الباحث العلمي:

<https://scholar.google.com>

### التجارب المعيشة

قد تكون التجارب المعيشة مصدر إلهام لإيجاد موضوع بحث، فقد تكون متصلة بالعائلة، بالمدرسة، بالعمل، بمكان الإقامة، بالأشخاص الذين تربطنا بهم علاقات، أو بالأحداث التي عشناها وهكذا. فالناس تواجه يوميا أنواعا مختلفة من الاتصال عن طريق الإذاعة، والتلفزيون، والصحف، والمجلات، والأفلام، والمناقشات

بين الأشخاص وغيرها. ويمكن أن تكون هذه المواجهات مصادر ممتازة للموضوعات البحثية بالنسبة للباحثين الذين يأخذون دورا فعالا في تحليلها.

### تبادل الأفكار

إن تبادل الأفكار مع الآخرين لا يقل أهمية عن الطرق الأخرى في العثور على موضوع بحث والتحكم فيه. يمكن للزملاء أن يوقظوا اهتمامنا بالحديث عن المواضيع التي لم ننتبه لها قبل ذلك. وبالعكس يمكن أن نقدم لهم موضوعا، فسيكونون بمثابة دعم ثمين لنا، إما بدعم قناعاتنا، وإما بأن يبينوا لنا الصعوبات.

### بيانات الأرشيف

أرشيفات البيانات هي أحد المصادر القيمة للأفكار بالنسبة للباحثين، ومن أمثلتها أرشيف جامعة ميشيغان المعروف باسم (ICPSR) inter-university consortium for political and social research ، ومثل كشاف مجموعة سيمونز المعروف باسم simmons target group index ، وأرشيف مؤسسة غالوب ( Gallup )، ومجموعة بيانات أربيترون (Arbitron) وغيرها.

### 1-3- أنواع مواضيع البحث

يقسم لارامي وفالي أنواع مواضيع البحث إلى ثلاثة هي:

- **المواضيع التي مازالت مجهولة وغير مبحوثة:** حيث تعتبر ظاهرة المواضيع المتعلقة بمسألة معرفية وفهمية لم تبحث بعد من الظواهر المألوفة في علوم الاتصال نسبيا. بما أنّ الظاهرة التقنية، المتصلة اتصالا وثيقا بالدراسات الاتصالية، في تطور مستمر، سنجد دائما مضامين وآثار واستعمالات ومشاكل وغيرها، يمكن اتخاذها كمادة لموضوع البحث. ويمكن لمواضيع بحث لم تدرس بعد أن تُبحث عن طريق تطبيق النظريات الاتصالية المختلفة على حالة خاصة جديدة. ويمكن تلخيص ذلك بالقول بأنّ هذا النوع الأول من مواضيع البحث يتمثل في تطبيق نظرية قائمة على ظاهرة جديدة من أجل فهم أحسن لها.

- **المواضيع النظرية والمنهجية:** يتعلق النوع الثاني من مواضيع البحث بالمجالين النظري والمنهجي. فقد يريد الباحث فهم سبب اختلاف باحثين في نظرتهم لموضوع دراسي واحد، مثل أثر الإشهار التلفزيوني على مجموعة أفراد "كثيري المشاهدة" لبرامج التلفزيون. فبعد تحليلهما لموضوع اتصالي واحد يصلان إلى استنتاجات مختلفة، بالرغم من أن الباحثين استخدموا نفس المنهج وهي المقابلة

نصف المقننة. وهنا يركو البحث على تحليل مظهر من مظاهر المنهجية. كما يمكن لموضوع البحث أن يكون نظريا. فمثلا، إن الوظيفيين الذين يهتمون بالاتصال التنظيمي يدرسون وظائف الرسائل في المنظمة بهدف التحكم فيها وتوجيهها بطريقة أفضل. لقد سمحت البحوث الأولى للوظيفيين القيام بجدد مختلف أنواع الرسائل التي تنتقل داخل المنظمة. صنّف أحدهم هذه الرسائل إلى ثلاثة وظائف: الإنتاج، المحافظة، والتواصل البشري. ثم يأتي باحث آخر يختبر هذا الجانب النظري للتأكد من مدى كفاية هذا التصور النظري الخاص بنوع الرسائل الاتصالية، إلا أنه توصل إلى أربعة وظائف هي: التنظيم، الابتكار، الاندماج، والإعلام.

- **المواضيع المرتبطة بمشكلة في المجال الميداني (الإمبريقي):** يمكن لموضوع البحث أن يدرس مشكلة في المجال الإمبريقي. إن هذا النوع من المواضيع مرتبط بكل ما يتعلق بملاحظة المعطيات الخارجية في إطار تجربة معينة، والتي تقتض التحقق من المعطيات وكذا من طريقة جمعها وتفسيرها. فإذا أخذنا كمثال موضوع "سبر آراء جمهور الإذاعة والتلفزيون في كندا"، فنحن نشير إلى مفهوم "معدلات الاستماع". وفي كندا تعتبر مؤسسة هيئة مكتب القياس "BBM" المشرف على مثل هذه السبور. فهي تستعمل منهجية عامة تكمن أساسا في اختيار عينة من الجمهور يطلب من مفرداتها ملء دفتر يصف مشاهدتهم للتلفزيون كل ربع ساعة طيلة الأسبوع. تصورا مبحثا لما دفتر الاستماع يذكر فيه للباحثين أن مشاهدته الفعلية للتلفزيون تعتبر أي أنه يقوم بما يسمى في سبور آراء الجمهور بالتنقل المستمر بين القنوات "Zapping" وخاصة في بداية الإشارات. تمثل هذه الظاهرة مشكلة في المجال الميداني لأن المعطيات المجمعّة عن طريق دفتر الاستماع قد لا تكون ممثلة فعلا للممارسات المعتادة.

#### 1-4- العوامل المؤثرة في اختيار موضوع البحث

يلخص سوتيريوس سارانتاكوس العوامل المؤثرة في اختيار موضوع البحث على النحو التالي:

- القيود المالية: الموضوعات التي تحظى بدعم مالي أيضا بفرص للبحث تفوق ما تحظى به الموضوعات التي لا تُدعم ماليا.
- الوقت: لا يجذب الباحثون دراسة الموضوعات التي تحتاج إلى وقت طويل، ويفضلون عليها تلك التي تحتاج إلى وقت أقل وتكون على الدرجة نفسها من الأهمية.

- توافر المساعدين والخبراء: عدم توافر مساعدي البحث قد يدفع الباحثين إلى اختيار موضوعات يمكنهم القيام بها بأنفسهم من دون مساعدة.
- الأنموذج الإرشادي للبحث: يفضل الباحثون دراسة موضوعات ضمن نماذج إرشادية أو أطر نظرية معروفة وشائعة (مثل البحث النسوي)، على الموضوعات التي تتطلب نماذج نظرية أخرى.
- الخبرة: يدرس الباحثون عادة موضوعات تقع ضمن اهتماماتهم وخبراتهم المهنية.
- الأيديولوجيا: يفضل الباحث دراسة موضوعات تتسجم وانتمائه الأيديولوجي. فأنصار الحركة النسوية يفضلون البحث في الموضوعات تتعلق بالمرأة، كما أن الماركسية يدرسون وضع العمال في المجتمعات الرأسمالية.
- إمكان الوصول إلى موضوع البحث: تلقى الموضوعات التي يكون الوصول إليها صعبا قبولا للبحث أقل من الموضوعات التي يسهل الوصول إليها.
- الحاجات إلى بيانات: إن الحاجة إلى معلومات عن بعض الموضوعات تدفع الباحثين إلى دراستها، لا رغبة منهم فحسب بل لأنها تحظى بدعم مادي أكثر، وتاليا يمكن الحصول على مساعدي بحث ومصادر أخرى.

## 2- اختيار عنوان البحث وكيفية صياغته

يقول كليفرورد آلبرت "الانطباعات الأولى انطباعات قوية. لذلك، ينبغي أن يتم إعداد العنوان بعناية على نحو يعطي تعريفا وملخصا يدل على ما هو آت". ويشير العنوان في صياغته أو بنائه إلى المشكلة العلمية وعناصرها ومتغيراتها والعلاقات بين هذه العناصر أو المتغيرات ومجالات التطبيق أو التجريب، في صياغة موجزة، قد تتفق في تكوينها مع صياغة تحديد المشكلة، أو تعتبر اختصارا لها أيضا، خصوصا في الحالات التي يتم فيها صياغة المشكلة في عبارات تقريرية مطولة، أو أسئلة فرعية متعددة.

### 2-1- أهمية عنوان البحث

عند إعداد عنوان لبحث علمي، ينبغي أن تتذكر جيدا حقيقة مهمة: أنّ العنوان سيُقرأ من قبل آلاف الأشخاص. إنّ الذين يقرأون النص الكامل للبحث هم في واقع الأمر أقل بكثير ممن يقرأون العنوان، سواء في المجلة الأصلية، أو في إحدى قواعد البيانات القانونية (التي تقدم خدمات تكشف واستخلاص). وإلى جانب ضرورة اختيار جميع المفردات الواردة في العنوان بعناية فائقة، ينبغي كذلك صياغة هذه المفردات مع بعضها البعض بشكل معبر وجيد. وربما كانت الأخطاء النحوية Syntax هي الأكثر شيوعا في

العناوين القاصرة، أو قل إن شئت أكثرها إخلالا بإيصال المعنى. فما هو العنوان الجيد إذن؟ يعرّف العنوان الجيد بأنه: وصف محتوى البحث في أقل عدد ممكن من المفردات من غير إسهاب أو اقتضاب.

## 2-2- مميزات عنوان البحث

يقدم محمد عبد الحميد مجموعة من المميزات لعنوان البحث كالتالي:

1- الإيجاز: حيث يتم صياغة العنوان في جملة أو عبارة واحدة، تقدم رؤية شاملة لجوانب البحث وأبعاده.

2- الشمول: وفي نفس الوقت لا يؤثر الإيجاز على ضرورة ذكر عناصر المشكلة أو المتغيرات والعلاقات بينها، ومجال التطبيق.

وهاتان السمتان تفرضان أن يتضمن العنوان ما يلي:

- عناصر المشكلة التي يقوم بدراستها أو المتغيرات الحاكمة فيها.
- العلاقة بين هذه العناصر والمتغيرات، التي يهدف الباحث لدراستها.
- الإطار البشري للبحث والذي يوضح مجتمع البحث، أو مفرداته البشرية.
- الإطار الجغرافي للبحث الذي يوضح ميدان أو مكان التطبيق أو التجريب.
- الإطار الزمني، خصوصا في الدراسات التاريخية.
- الإطار الوثائقي الذي يوضح مجتمع البحث أو مفرداته من الوثائق، ففي بحوث الصحافة تعتبر الصحف وصفحاتها، الإطار الوثائقي للدراسة، وفي الراديو والتلفزيون تعتبر تسجيلات البرامج كذلك.

3- ترتيب بناء العنوان طبقا للقواعد اللغوية والمنهجية معا: فلا يجوز تأخير العناصر أو المتغيرات الفاعلة عن غيرها، أو تقديم مجال التطبيق عن بناء العلاقات بين عناصرها.

4- تجنب الغموض في بناء العنوان: والأسباب التي تؤدي إلى هذا الغموض مثل الأسباب المرتبطة باللغة كالقديم والتأخير، أو استخدام المبني للمجهول، أو استخدام الكلمات أو الالفاظ الانشائية أو التعقيدات اللفظية وغيرها.

5- تجنب التحيز في بناء العلاقات، أو تقرير النتائج بشكل نهائي فيها.

6- مراعاة الجوانب الأخلاقية والضوابط الاجتماعية في اختيار الكلمات أو بناء العبارات.

7- الفصل في بناء العنوان بين ما يشير إلى العلاقات، أو يشير إلى الأداء، أو المجالات.