

## مؤشرات الخلل في عناوين بحوث الاذاعة والتلفزيون ومقارنته بباقي بحوث

### اختصاصات الاعلام

دراسة تقويمية مقارنة لرسائل واطاريح كلية الاعلام- جامعة بغداد ١٩٨٨ - ٢٠١٨

د. رعد جاسم الكعبي

جامعة بغداد - كلية الاعلام

### المستخلص

مؤشرات الخلل في عناوين بحوث الاذاعة والتلفزيون ومقارنته بباقي اختصاصات الاعلام. دراسة تقويمية مقارنة لرسائل واطاريح كلية الاعلام ١٩٨٨-٢٠١٨

تبقى اهمية البحث الاعلامي مرهونة بتحقيق عدة شروط اهمها ان يكون العنوان ملتزما بالشروط العلمية من ناحية تضمنه لمتغيرات البحث والاشارة الى الاختصاص الدقيق ومجالات البحث .

احس الباحث ان عناوين بحوث الاذاعة والتلفزيون غير مستوفية لشروط عنوان البحث الجيد ... فاختار الباحث (٦٦٠) عنوانا لرسائل ماجستير واطاريح دكتوراه منذ ١٩٨٨ وحتى ٢٠١٨ .

وهي تمثل مجتمع البحث الكلي منذ انشاء الدراسات العليا عام ١٩٨٨ وحتى ٢٠١٨/١/٤ وكان قوله الدخول على الموقع الخاص بالكلية .

وقام باختيار (٢٥٧) عنوانا وفق معادلة اختيار حجم العينة وعلى وفق دراسة استطلاعية لمجتمع البحث المختار كما اختار الباحث عينة عشوائية منتظمة وهي توفر فرصة لتمثيل المتغيرات في مجتمع البحث بالعينة بطريقة ملائمة واكثر دقة.

واعد الباحث استمارة تحليل مضمون معتمدا على فئات ووحدات وافق عليها الخبراء كما قام بتحليل مبدئي للتأكد من وجود الفئات وظهورها في العينة بطريقة صحيحة باختيار عينة قصدية .

واعتمد الباحث المنهج المقارن لتحديد اهم الفروقات مابين الخلل في عناوين بحوث الاذاعة والتلفزيون وباقي بحوث اختصاصات الاعلام .

وتمثلت اهم اسئلة البحث :

ما حجم وجود العلاقات الارتباطية في بحوث الاذاعة والتلفزيون ومقارنته بباقي اختصاصات الاعلام ؟

ما مدى اشارة العناوين للاختصاص الدقيق؟

في حين كانت اهم الاهداف :

التعرف على حجم العلاقات الارتباطية في العناوين؟

تحديد مدى وجود الاختصاص الدقيق في العناوين؟

لان تحقيق هذه الاهداف يقدم اهمية للبحث غير مدروسة مسبقا ويتمثل ذلك من خلال دراسة علاقات ارتباطية كانت اهم الفروض التي اشارت اليها الاتي :

هنالك توافق مابين الاختصاصات الدقيقة للبحوث الاعلامية والعلاقات الارتباطية .

هناك دالة احصائية بين الاختصاص الدقيق للبحث الاعلامي والمفاهيم البحثية المدروسة .

وكانت اهم النتائج التي توصل اليها الباحث ان ٧٨% من عناوين البحوث لاتتضمن علاقات ارتباطية فيما ان ٦٠% منها تفتقد المجال الزمني و ١٥% لا يوجد فيها مجال مكاني كما ان بحوث الاذاعة والتلفزيون اقل استخداما للمفاهيم البحثية .

### Abstract

Defect indications in the titles of research of radio and TV. Comparing with other specialties departments . " comparative evaluation study of theses and dissertations of faculty of information ( 1988 – 2018. " (

The importance of media research will be subjected to several conditions , the most important is the title should be adhered to scientific conditions from one hand and including variables of the research and referring to accurate specialties and scopes of research . The researcher feels that titles of research of radio and TV. Do not meet the conditions of good research title.

Accordingly the researcher chose (660) titles of theses and doctorate dissertations since 1988 till 2018 , which represented total research society since establishing of higher studies in 1988 till 4/01/2018 in which he accessed to faculty site .The researcher chose ( 257 ) titles according to selecting the size of the sample basing of exploratory study of the chosen research society .

Also the researcher chose regulated random sample to provide opportunities to represent the variables in research society sample in suitable method with more accuracy . The researcher adopted analyzing

of the content depending upon , categories and units agreed upon by experts .Also made initial analysis to ensure the existence of categories and its appearance in the sample in correct way by choosing intention sample.

The researcher has adopted comparative method to identify the important differences between the defect in titles of researches of radio and TV. And other media specialties researches .

The most important questions of the research as follow-:

What is the size of correlation relations in radio and TV researches and comparing them with rest of information specializations?

To what extend the accurate specialization referring to?

The most important aims of the research as follow-:

Identifying the correlation relation size in titles.

Specifying the extent of the precise specialization existence in titles.

Achieving these aims presenting importance of the research which is not studied previously and this is represented via studying correlation relations, the most important hypotheses referred to them as follow-:

There is consistence between the precise specialization of information researches and the correlation relations.

There is statistical significance between the precise specialization of information research and concepts of the studied researches.

The researcher depended the comparative approach for its suitability with the research nature and achieving scientific comparison among the titles of radio and TV researches indexes and other specializations of information.

The most important results which the researcher has reached that 78% of the research titles not included correlation relations that 60% of them miss the special scope and 15% are free from special scope and the radio and TV researches less using of research concepts.

**تقديم :**

يبقى عنوان البحث مؤشرا حقيقيا حول مضامين البحث وهو يؤشر الى حد كبير كيفية الإجراءات ويصبح بمثابة دليل يشخص للباحث من اين يبدأ او اين ينتهي كما انه يحدد

الأدوات والأساليب البحثية المتبعة ، ولذلك فإن الخلل في العنوان يمهد لاجراءات خاطئة وغير منظمة ولا يعطي الباحث فرصة لدراسة المفاهيم البحثية بصورة صحيحة.

تقوم فكرة هذا البحث على كشف تفاصيل الخلل في عناوين بحوث الاذاعة والتلفزيون اولا ويقارن بينه وبين مؤشرات الخلل في بحوث بعض اختصاصات الاعلام .

### • تعريف العنوان وشروطه

في اللغة (عنوان) الكتاب او المقال او الشخص ما يستدل به عليه وفي اللغة الانكليزية (Address) عنوان . خطاب لهجة مهارة ويعرف بأنه : متغيرات علمية تشير الى اختصاص ما او هو علاقة بين متغيرات علمية تشير الى اختصاص ما<sup>(١)</sup>. وهو (دليل الموضوع)<sup>(٢)</sup> وهو مؤشرات تدل على مضمون البحث<sup>(٣)</sup> ((تعبيرا دقيقا)<sup>(٤)</sup> . ويمر العنوان بثلاثة مراحل لدى الباحث قبل اقراره بشكله النهائي :<sup>(٥)</sup>

١ . مرحلة عمومية .

٢ . مرحلة اقرب الى التخصص .

٣ . مرحلة التخصص الدقيق .

وهناك جملة شروط للعنوان :

١ . ملخص للفكرة ومشيرا الى تاثير المتغير المستقل على التابع<sup>(٦)</sup> ويشير ذلك الى ان (عنوان البحث) يجب ان يكون معبرا عن فحوى البحث وفيه تحديد دقيق لتأثير متغير على اخر .

٢ . يتضمن متغيرا او متغيرات علمية سيعتمدها الباحث في اجراء الدراسة ويشير للاختصاص الدقيق وطبيعة الدراسة<sup>(٧)</sup> .

٣ . ويمتاز بالاختصاص ولا يزيد عن سطر ان امكن<sup>(٨)</sup>

٤ . يعبر عن فكرة التي تصوغه<sup>(٩)</sup> . ولذا فإنه سيحدد فحوى البحث ..

وعلى الباحث ان يحدد ابعاد بحثه المكانية والزمانية والعلمية فيشار في البعد الزمني الفترة او الحقبة والبعد المكاني المنطقة او مجتمع البحث ومفرداته ويحدد انتمائه الى تخصصه العام والى تخصصه الدقيق<sup>(١٠)</sup> .

٥ . وتشير المتغيرات الى طبيعة الوسيلة المدروسة مرئية او مسموعة<sup>(١١)</sup> او مقروءة ان كانت دراسة وسيلة .

٦ . تحديد التخصص الدقيق او المجال الذي سيعمل فيه<sup>(١٢)</sup> .



وتكون العلاقة الارتباطية في العنوان واضحة وتقوم بمهمة<sup>(١٣)</sup> : تحليل العلاقات بين المتغيرات التي تتحكم في الظاهرة وتهدف الى :

١. تحديد العلاقة الارتباطية بين المتغيرات محل البحث .
  ٢. اتجاه هذه العلاقة الارتباطية .
  ٣. درجة الارتباط وقوته .
- لأنها تعكس اعتماد نظرية ملائمة ..

في حين ان لقياس المتغير يجب ان تتوفر العناصر الثلاثة الاتية<sup>(١٤)</sup> :

١. وجود حدود للقياس .
٢. الحدود تعكس مستوى معين .
٣. المستوى يعطي دلالة .

وان تكون المفاهيم التي يتضمنها العنوان واضحة ومحددة وبسيطة وغير متداخلة وان يعبر عنها بكلمات صحيحة تعكس طبيعة هذه المفاهيم وكيفية دراستها، فالكلمات كما قال : واطسن<sup>(١٥)</sup> لها " وظيفة خلق الاستجابات تماما كما تعمل الأشياء التي تتصرف الكلمات بدائل لها " .

ويشير البعض الى ضرورة ان يعكس علاقة بين متغيرين او اكثر وان يكون مرتبطا بصلب الموضوع ولا يكون متناقضا مع المحتوى<sup>(١٦)</sup> . ويتضمن متغيرات في البحث الوصفي ثم علاقة بين متغيرات في البحث السلبي<sup>(١٧)</sup> .

وأحيانا يضاف المنهج للعنوان ولاسيما العنوان الفرعي او الثانوي مثل دراسة حالة . دراسة تطبيقية ، دراسة مقارنة ، تحليل مضمون . ويحتوي الاطر ((البشرية والجغرافية)) ومجال التطبيق المشكلة التي يقوم بدراستها<sup>(١٨)</sup> .

ويقترح بعض الباحثين توجيه مثل هذه الاسئلة قبل الشروع بالبحث<sup>(١٩)</sup> :

١. هل يستحق الموضوع الذي اختاره الدراسة والجهد .
  ٢. وهل سيقدم كل إسهاما في الكشف عن خصيصه علمية او جانب في جوانب التراث المضمون .
  ٣. وهل لهذا البحث من فائدة تعود عليه وعلى الدارسين .
- فيما يربط باحث اخر اختيار العنوان بالاتي<sup>(٢٠)</sup> .

١. وضوح الهدف .
٢. تحديد مجال الدراسة ونقطة تركيزها .
٣. تحديد عينة الدراسة .

مشكلة البحث :

تتمثل مشكلة البحث بان هنالك احساس في ان هنالك خلل في عناوين بحوث الإذاعة والتلفزيون بحوث الإعلام .. ويمكن ان تتحدد المشكلة بالأسئلة الآتية :

- ١- ما حجم وجود العلاقات الارتباطية في عناوين بحوث الإذاعة والتلفزيون وباقي اختصاصات الإعلام؟
- ٢- ما مستوى وجود المجال الزمني في عناوين بحوث الإذاعة والتلفزيون وباقي اختصاصات الاعلام؟
- ٣- ما مستوى وجود المجال المكاني في عناوين بحوث الإذاعة والتلفزيون وباقي اختصاصات الاعلام؟
- ٤- ما طبيعة البحوث السائدة في عناوين بحوث الإذاعة والتلفزيون وباقي اختصاصات الاعلام؟
- ٥- ما مدى اشارة العناوين للاختصاص في بحوث الإذاعة والتلفزيون وباقي اختصاصات الاعلام؟
- ٦- ما مستوى اشارة العناوين للمفاهيم البحثية المدروسة في بحوث الإذاعة والتلفزيون وباقي اختصاصات الاعلام؟

#### الأهداف :

- ١- التعرف على حجم العلاقات الارتباطية في عناوين بحوث الإذاعة والتلفزيون وباقي البحوث الاعلامية ومقارنتهما .
- ٢- تحديد مستوى وجود المجال الزمني والمكاني في عناوين بحوث الإذاعة والتلفزيون وباقي البحوث الاعلامية ومقارنتهما .
- ٣- الكشف عن طبيعة البحوث السائدة في عناوين بحوث الإذاعة والتلفزيون وباقي البحوث الاعلامية ومقارنتهما .
- ٤- تحديد مدى وجود الاختصاص الدقيق والمفاهيم المدروسة في عناوين بحوث الإذاعة والتلفزيون وباقي البحوث الإعلامية ومقارنتهما.

#### أهمية البحث :

- ١- يقدم البحث تصورا علميا حول جوانب الخلل في عناوين بحوث الإذاعة والتلفزيون ومقارنته بباقي البحوث الإعلامية .
- ٢- يعطي البحث فرصة لمعرفة الاتجاهات السائدة لعناوين البحوث الإعلامية .
- ٣- يعطي البحث فرصة لمعرفة أهم المفاهيم البحثية التي يبحثها الإعلاميون فيشكل مؤشرا للاتجاهات السائدة حولها والمغيب منها والى أي مدى يختلف بحث الإذاعة والتلفزيون مع باقي الاختصاصات الاعلامية في العنوان .

### فروض البحث :

- ١- هنالك علاقة ارتباطية بين مجالات البحوث والعلاقات الارتباطية في العناوين .
- ٢- هنالك توافق ما بين اختصاص العناوين والعلاقات الارتباطية فيها .
- ٣- ان هنالك دالة احصائية بين الاختصاص الدقيق للبحوث والمفاهيم البحثية المدروسة في العناوين .
- ٤- ان عناوين بحوث الإذاعة والتلفزيون أكثر تجانسا في استخدام طبيعة البحث في العنوان قياسا لباقي اختصاصات الإعلام .
- ٥- ان الاختصاص الدقيق في عناوين بحوث الاذاعة والتلفزيون اكثر تجانسا منها في باقي اختصاصات الاعلام .
- ٦- ان المفاهيم البحثية المدروسة في عناوين بحوث الاذاعة والتلفزيون اكثر من باقي اختصاصات الاعلام واكثر تجانسا.

### منهج البحث والاداة :

استخدم الباحث المنهج المقارن فهو " يساعد الباحث على اكتشاف الخصائص الكلية للظاهرة ... وابرار الصفات المتشابهة والمختلفة بين ظاهرتين او مجتمعين ومعرفة درجة تطور او تقهقر الظاهرة عبر الزمن "(٢١) وتحليل المضمون اداة لانه يقوم على تحديد " الاساليب الاساسية التحليل المفاهيم او تحليل العلاقة ثم يتم استخدام النتائج لجعل استدلالات حول الرسائل داخل النص(٢٢):

واعد الباحث استمارة تحليل مضمون تتضمن الفئات الاتية :

- ١- اختصاص العنوان .
  - ٢- الشهادة .
  - ٣- وجود العلاقة الارتباطية .
  - ٤- وجود المجال الزماني والمكاني .
  - ٥- طبيعة البحث ( رسالة ، قائم بالاتصال ، جمهور ) .
  - ٦- الاختصاص الدقيق .
  - ٧- المفاهيم البحثية .
- وكان العنوان وحدة للتحليل .

مجتمع البحث والعينة البحثية :



دخل الباحث على موقع الكلية بتاريخ ٢٠١٨/١/٤ وكانت هناك قائمة بـ (٦٦٠) عنوان رسالة ماجستير واطروحة دكتوراه ودبلوم تبدأ بـ خالد كامل شاهين وتنتهي بمحمد علي جواد .. وهي قائمة متسلسلة مما يوفر فرصة لاختيار عينة عشوائية منتظمة وفق القانون  $K = \frac{N}{n}$  وقام الباحث باختيار عينة قصدية من (٨٠) عناوين رسالة ماجستير واطروحة دكتوراه كعينة استطلاعية لاختيار حجم العينة الملائم تقويم على المعادلة الآتية :

$$n = (Z \times \sqrt{\frac{p(1-p)}{K}}) \times Z \text{ وهي تقوم على :}$$

$$b = \text{وجود الظاهرة} \quad (b - \bar{b})$$

$$a - b = \text{عدم وجود الظاهرة .}$$

$$n = \text{حجم العينة}$$

z = قيمة معيار ( Z ) لمستوى التقدير المطلوب وتساوي ١,٩٦ وتم القياس في العينة الاستطلاعية على وجود او عدم وجود العلاقات الارتباطية فتبين ان :

أ - ١٤ من العينة الاستطلاعية توجد فيها الظاهرة

ب - ٦٦ من العينة الاستطلاعية لا توجد فيها الظاهرة

$$\text{وبتقسيم } \frac{0,2121}{14} = 0,01515 \text{ وبتقريب } 0,01515 = 0,01515$$

وبتطبيق المعادلة تبين ان حجم العينة = ٢٥٦,٧ وبتقريب الرقم ٢٥٧ وبتطبيق قانون العينة العشوائية المنتظمة لاستخراج المسافة بين مفردات مجتمع البحث

$\frac{N}{h} = 12 = \frac{2,0 \pm 60}{3}$  وبالتقريب = ٣ هي المسافة التي ستعتمد ما بين ارقام القائمة المتسلسلة للعناوين التي سنحافظ عليها ثم لاختيار الرقم الاول تم وضع ثلاثة ارقام ( ١ ، ٢ ، ٣ ) في كيس فظهر رقم (٣) كأول مفردة في العينة ثم جمعنا

$$3 + 3 = \text{فظهر الرقم الثاني ثم } 3 + 3 = \text{فظهر الرقم الثالث وهكذا ....}$$

وهذه العينة توفر فرصة للاختيار العشوائي " فمن خصائص العينة الجيدة خلوها من التمييز ولا تسمح بالاحكام المسبقة وشاملة في طبيعتها " (٢٣) .

### \* الصدق :

تم عرض الاستمارة التي استخدمت على :

١- أ.د. عمار طاهر . اذاعة وتلفزيون

٢- أ.م.د. علي عباس . اذاعة وتلفزيون

٣- م.د. شريف سعيد . اذاعة وتلفزيون



وحظيت الاستثمارة بنسبة اتفاق وصلت الى ٩٠% .

**\* الثبات :**

اعتمد الباحث معادلة هولستي بالاتفاق مع خبير اخر ووصلت نسبة الثبات الى ٨٥% .

**\* الاساليب الاحصائية المستخدمة :**

١- معادلة حجم العينة .

٢- معادلة الخطا في العينة .

٣- معامل ارتباط برسون .

٤- معامل التوافق .

٥- مربع كا<sup>٢</sup> .

٦- معامل الاختلاف .

**\* دراسات سابقة :**

لم يجد الباحث دراسات في الاختصاص الدقيق للبحث لكنه وجد دراسات مقاربة منها

:

١. دراسة عبد الملك الدناني : مجالات البحوث الاعلامية الجامعية .

تناول الباحث (٢٠١) بحثا في اختصاصات اعلامية مختلفة مؤكدا في تساؤلات البحث على معرفة المنهجية والاساليب المتبعة فيما ركزت الاهداف على الكشف عن الحقائق والاسس العلمية في تحليل ودراسة مجالات البحوث . فيما كانت الفترة المحددة للبحث من ١٩٨٨ - ١٩٩٥ واعتمد المنهج التاريخي وكانت اهم النتائج التي توصل اليها تفوق بحوث الصحافة على باقي الاختصاصات وتقدم استخدام المنهج الوصفي على باقي المناهج<sup>(٢٤)</sup> .

٢. دراسة بونوتي : جودة التعليم العالي في البلدان النامية :

تهدف الدراسة الى تقييم جودة التعليم العالي بدراسة حالة كجامعة في اوغندا واعتمد الباحث المقابلات المعمقة وتحليل وثائق مؤتمرات ومقابلات واطهرت الدراسة ان نوعية التعليم تتأثر بالعوامل الاجتماعية الثقافية والاقتصادية<sup>(٢٥)</sup> .

٣. دراسة وداد نجم عبود : معايير التقويم المنهجي لبحوث الاعلام .

وكانت اهم تساؤلات الدراسة ما تصنيف البحوث الاعلامية وفقا لموضوعاتها وكيفية  
تقويم عناصر الاطارين المنهجي والاجرائي واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي مستخدمة  
اكثر من اداة .

ودرست الباحثة (٤٦٣) بحثا وعينة من الباحثين وصلت الى (٥٥) مبحثا وكانت  
اهم النتائج ان هناك علاقة طردية بين معيار جودة البحوث الاعلامية ومعايير تقويم جودة  
البحوث وتحديد يحتوي منهج البحث والاساليب الاحصائية المحور الرئيس الذي تتوقف عليه  
معايير تقويم مستوى جودة تحديد وصياغة العناصر الاجرائية في ميدان البحوث الاعلامية  
(٢٦)

الدراسة التطبيقية :

\* توصيف عينة البحث :

تبين للباحث ان هنالك (( ٦٦٠ )) عنوان لرسالة ماجستير على موقع الكلية حتى ٢٠١٨/١/٤ فكانت عينة البحث (٢٥٧) وفق معادلة حجم العينة التي طبقها وبنسبة ٣٨% وكانت نسبة الخطأ في العينة ١,٣ عند مستوى ثقة ٩٥% وفق المعادلة :

$$\text{الخطأ في العينة} = Z \times \frac{\sqrt{f(1-f)}}{n}$$

وكما يظهر الجدول :

النسبة المئوية	العينة	مجتمع البحث
٣٨%	٢٥٧	٦٦٠

جدول رقم (١) يوضح حجم عينة البحث

فيما كانت عناوين بحوث الاذاعة والتلفزيون (٩٣) عنوانا وبنسبة (٣٦%) وكما في الجدول .

النسبة	العدد	نوع البحث
٣٦,٢%	٩٣	اذاعة وتلفزيون
٦٣,٨%	١٦٤	باقي الاختصاصات
١٠٠%	٢٥٧	المجموع

جدول يوضح نسبة بحوث الاذاعة والتلفزيون المدروسة الى باقي الاختصاصات .

وكانت نسبة الخطأ ١,٣٨ وفق المعادلة  $Z \times \frac{\sqrt{f(1-f)}}{n}$

\* الاختصاص والشهادة :

وفيما يخص الاختصاص والشهادة تبين ان الصحافة اولا رسالة ماجستير واطروحة دكتوراه فيما جاء اختصاص التلفزيون ثانيا والعلاقات ثالثا والاعلام رابعا فالاذاعة ثم مواقع التواصل الاجتماعي اخيرا والتلفزيون اولا في الدكتوراه ثم الصحافة فالعلاقات فاعلام ثم الاذاعة فمواقع التواصل

ان هذا التسلسل يعكس الى حد كبير الية القبول في الاقسام ..

المرتبة	دبلوم	دكتوراه	ماجستير	العدد	الاختصاص
١	صفر	٢٤	٦٦	٩٠	صحافة
٤	صفر	٢	١١	١٣	اذاعة
٢	صفر	٢٥	٥٥	٨٠	تلفزيون
٣	صفر	١٦	٢٣	٣٩	علاقات
٥	٤	١٦	١١	٢٦	اعلام
٦	صفر	١	٨	٩	مواقع تواصل

جدول رقم (٢) يوضح تقسيم عينة البحث وفق الاختصاص والشهادة

#### \* العلاقات الارتباطية وفق الاختصاص :

وعن وجود العلاقات الارتباطية في العنوان تبين ان (٥٧) عنوان وبنسبة ٢٢% موجودة فيها علاقات ارتباطية بينما (١٩٦) عنوانا وبنسبة ٧٨% لا يوجد فيها علاقات ارتباطية وبنسبة خطأ ١,٤ .. وكانت اعلى نسبة تواجد لعلاقات ارتباطية في بحوث التلفزيون ثم بحوث العلاقات ثم بحوث الاعلام .. فيما كانت اعلى نسبة غياب للعلاقات الارتباطية في بحوث الصحافة وهو يعكس ان الاتجاه في بحوث التلفزيون لتطبيق النظريات اكثر من باقي الاختصاصات وكما يظهر الجدول :

المرتبة	لم يبين	علاقات ارتباطية غير موجودة	علاقات ارتباطية موجودة	الاختصاص
١	٢	٨	٨	صحافة
٥	/	١٢	١	اذاعة
٢	٢	٥٩	٢٠	تلفزيون
٣	/	٢٣	١٦	علاقات عامة
٤	/	١٦	٩	اعلام
٦	/	٦	٣	مواقع تواصل
		١٩٦	٥٧	مجموع

جدول رقم (٣) يوضح وجود العلاقات الارتباطية في البحوث

### \* المجال المكاني والزماني :

وعن وجود المجال المكاني والزماني في العناوين تبين ان المجال الزماني تواجد في (١٠٣) بحثاً وبنسبة ٤٠% فيما كان المجال المكاني في (٢١٩) بحثاً وبنسبة ٨٥% وكان اعلى نسبة تواجد للمجال الزماني في بحوث الصحافة واقل تواجد في بحوث " مواقع التواصل " على حين كان اعلى تواجد للمجال المكاني في بحوث الصحافة واقل تواجد ايضا في بحوث " مواقع التواصل " .

ان غياب المجال الزماني لدى ٦٠% من البحوث يعكس الى حد كبير خلافاً في العناوين على حين ان غياب المجال الزماني والمكاني في عدد من العناوين يؤكد وجود خلل كبير في شروط العنوان الذي يجب ان يشير الى من ومتى واين ... وكما يظهر الجدول ..

المرتبة	مجال مكاني	مجال زماني	الاختصاص
١	٨٤	٥٧	صحافة
٥	١٢	٦	اذاعة
٢	٦٤	٢٥	تلفزيون
٣	٤٥	١٠	علاقات عامة
٤	١٧	٥	اعلام
٦	٧	صفر	مواقع تواصل
	٢١٩	١٠٣	مجموع

### • طبيعة البحوث وفق الاختصاص :

وحول طبيعة البحث والاختصاص وانعكاس ذلك من خلال العناوين جاءت بحوث الرسائل الاتصالية اولا بـ (١٨٥) عنواناً وبنسبة ٧١% ثم بحث الجمهور ثانياً بـ (٤٩) وبنسبة ١٩% وكان بحث القائم بالاتصال في (٢٥) عنوان وبنسبة ٩% وهو يشير الى ان الاتجاه السائد لدراسة الرسالة الاتصالية وبفارق كبير .

وكان اختصاص الصحافة الاكثر في بحث الرسالة فيها اختصاص من العلاقات الاكثر في بحث القائم بالاتصال على حين ان بحث الجمهور كان الاعلى في اختصاص التلفزيون .. وقد يبرر ذلك بسهولة اجراءات بحث الرسالة الاتصالية قياساً لغيره ..

وكما يظهر الجدول ..

المرتبة	بحث جمهور	بحث قائم بالاتصال	بحث رسالة	الاختصاص
١	٥	٢	٨١	صحافة
٤	صفر	صفر	١٢	اذاعة
٢	٢٤	٥	٥٦	تلفزيون
٣	١٤	١٢	٢٠	علاقات عامة
٤	١١	٦	١٢	اعلام
٥	٥	صفر	٤	مواقع تواصل
	٤٩	٢٥	١٨٥	مجموع

جدول رقم (٥) يوضح علاقة نوع التجند بالاختصاص

#### • الاختصاص الدقيق في العناوين

وعن الاختصاص الدقيق الوارد في العنوان اذ يجب ان يشير العنوان ضمن المتغيرات الى ذلك وهو من شروط العنوان الجيد تبين ان " التحرير " كانت اولاً في (٦٥) وبنسبة (٢٥%) ثم البرامج ثانياً في (٤٠) عنواناً وبنسبة (١٦,٨%) وجاءت الاخبار ثالثاً في (٣٨) عنوان وبنسبة (١٥%) فـ (العلاقات العامة) في (١٣) وبنسبة (٥%) ثم الدعاية في (٩) عناوين وبنسبة (٣,٥%) واخيراً التاريخ في (٥) عناوين وبنسبة (١,٩%).

لقد اشارت (١٧٠) عنوان فقط وبنسبة (٦٧%) الى اختصاص دقيق وهو يثبت ان ثلث العناوين تقريباً لا تشير الى اختصاص دقيق وكانت نسبة الخطأ في العينة ٥,٧٦ بمعنى ان وجود المفاهيم البحثية تنحصر في بين ٦١,٢ - ٧٢,٦% من البحوث الاعلامية وكما يظهر الجدول .

الاختصاص	اخبار	تحرير	تاريخ	برامج	دعاية	علاقات عامة	المجموع
صحافة	١٥	٥٤	٤	صفر	٦	٢	٧٩
اذاعة	٥	٢	١	٢	صفر	صفر	٩
تلفزيون	١٦	٤	صفر	٣٦	١	٢	٥٩
علاقات عامة	صفر	صفر	صفر	١	١	٨	١٠
اعلام	صفر	١	صفر	١	١	١	٤
مواقع تواصل	٢	٤	صفر	صفر	صفر	صفر	٦
مجموع	٣٨	٦٥	٥	٤٠	٩	١٣	١٧٠

جدول رقم (٦) يوضح علاقة الاختصاص بمضامين البحوث

المفاهيم البحثية المدروسة :



وعن المفاهيم البحثية التي اشارت اليها العناوين فقد جاء الانعكاس اولاً في بحوث التلفزيون وكذلك القيم فيما جاءت دراسة العلاقة والتوظيف اولاً في بحوث العلاقات العامة وجاءت دراسة الدور اولاً في بحوث التلفزيون على حين جاءت دراسة الاتجاه اولاً في بحوث الصحافة وكذلك التأثير فيما جاءت دراسة التعرض اولاً في دراسة بحوث التلفزيون وجاءت دراسة التوظيف اولاً في بحوث العلاقات العامة .

وجاءت المعالجة اولاً في بحوث التلفزيون وكذلك الاساليب فيما حل مفهوم " الدراسة " اولاً في عناوين بحوث التلفزيون وجاء التطور اولاً لمفهوم بحثي في بحوث الصحافة وكذلك الاستخدام ..

ان وجود هذه المفاهيم في (١٧١) عنواناً وبنسبة ٦٧% يؤشر الى ان ثلث العناوين لاتشير الى مفاهيم بحثية سندرس وهو ما يعكس خلافاً في العنوان الذي يجب ان يشير الى المفاهيم البحثية المدروسة ..  
وكما يظهر الجدول ..



مجموع	استخدام	اساليب	تطور	دراسة	معالجة	توظيف	تعرض	تأثير	اتجاه	دور	توظيف	علاقة	قيم	انعكاس	ملاحظات
٥	٣	٢	١	٢٣	١	صفر	صفر	٢	٩	٣	١	صفر	صفر	صفر	سحافة
٨	صفر	١	١	٤	١	١	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	ذاعة
٤	صفر	٤	صفر	٣٠	٥	٢	١١	صفر	٤	٩	٢	٢	٢	٣	فزيون
٤	٢	صفر	صفر	صفر	صفر	٥	٢	صفر	صفر	٧	٥	٢	صفر	١	مات عامة
٥	١	١	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	٤	٨	صفر	صفر	صفر	١	علام
٥	٣	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	٢	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	مع تواصل
٧١	٩	٨	٢	٥٧	٧	٨	١٣	٢	١٩	٢٧	٨	٤	٢	٥	

جدول رقم (٧) يوضح علاقة المفاهيم المدروسة في اختصاصات البحوث



• التحقق من العلاقات الارتباطية :

١. وللتحقق من العلاقة الارتباطية بين مجالات البحث والعلاقات الارتباطية وبتطبيق معامل بيرسون تبين ان الارتباط ضعيف جدا .

٢. للتحقيق من وجود العلاقة بين الاختصاص والعلاقات الارتباطية وبتطبيق معامل التوافق ظهر ان معامل التوافق ضعيف جدا .

٣. وللتحقق من وجود دالة احصائية بين اختصاص البحوث والمفاهيم البحثية تبين ان قيمة كآ المحسوبة اصغر من قيمة كآ الجدولية عند درجة ثقة ٠,٠٥ مما يعني انها غير دالة احصائيا وعدم قبول الفرضية .

**الفرض الرابع :** ان عناوين بحوث الاذاعة والتلفزيون اكثر تجانسا في الاشارة الى طبيعة البحوث قياساً لباقي اختصاصات الاعلام .

تبين من خلال اعتماد معامل الاختلاف ان نسبة التجانس في عناوين بحوث الاذاعة والتلفزيون باعتماد طبيعة البحث بلغت ٤٨% فيما بلغت في بحوث الصحافة (٤٢%) اما باقي اختصاصات الاعلام فبلغت ٣٦% .. مما يعني عدم قبول الفرضية .

نوع البحث	المتوسط	التباين	الانحراف	معامل الاختلاف
اذاعة وتلفزيون	٣٢,٣	١٣٤,١	١١,٥٨	٤٨%
صحافة	٢٩,٣	٤٤٤,٣	٢١,٠٨	٤٢%
باقي الاختصاصات	٣٦,٣	١,٦٩٦	١,٣٠٢	٣٦%

**الفرض الخامس :** ان تضمين الاختصاص الدقيق في عناوين الاذاعة والتلفزيون اكثر تجانسا منها في باقي اختصاصات بحوث الاعلام .

تبين من خلال تطبيق معامل الاختلاف ان بحوث الصحافة اكثر تجانسا من بحوث الاذاعة والتلفزيون وهذه اكثر من بحوث باقي اختصاصات الاعلام . مما يعني عدم قبول الفرضية .

نوع البحث	المتوسط	الوسيط	معامل الاختلاف
اذاعة وتلفزيون	١١,٥	٤	٣٤%
صحافة	١,٣٥	٥	١٢%
باقي الاختصاصات	٢٩,٣	٢٦,٥	٥٩,٦%



**الفرض السادس :** ان المفاهيم البحثية المدروسة في عناوين الاذاعة والتلفزيون اكثر استخداما من باقي الاختصاصات الاعلامية .

ومن خلال تطبيق معامل الاختلاف تبين ان بحوث الصحافة اكثر تجانسا واكل تباينا من بحوث باقي الاختصاصات وهذه اكثر من بحوث الاذاعة والتلفزيون مما يعني عدم قبول الفرضية .

نوع البحث	المتوسط	التباين	الانحراف	معامل الاختلاف
اذاعة وتلفزيون	٥,٧٨	١٦٤,٦٨	١٢,٨٣	%٤٢
صحافة	٣٠,٢١	١٠٩,٩٢	١٠,٤٨	%١٠,٤
باقي الاختصاصات	٣,١٤	١٥,٨٢	٣,٩٧٨	%١٩,٨

٤ . وللتحقق من صحة النتائج لجأ الباحث لتطبيق معادلة الخطأ في العينة .

$$Z = \frac{\pm \sqrt{P(100-p)}}{\text{الخطأ في العينة}}$$

وتبين الآتي :

- فيما يخص نسبة الخطأ بين بحوث الصحافة ومفهوم الدراسة وحلت نسبة الخطأ ١,٥ .
- وفيما يخص بحوث الاذاعة ومفهوم الدراسة وحلت نسبة الخطأ ١,٧ .
- وفيما نسبة الخطأ ما بين بحوث التلفزيون ومفهوم الدور كانت نسبة الخطأ ١,٠١ .
- فيما كانت نسبة الخطأ بين بحوث الاعلام ومفهوم الاتجاه ١,٢ .
- وكانت نسبة الخطأ ما بين بحوث العلاقات العامة ومفهوم الدور ١,٢ .
- وفيما يخص نسبة الخطأ في بحوث مواقع التواصل الاجتماعي والاستخدام كانت نسبة الخطأ ١,٨ .
- وكانت نسبة الخطأ في بحوث التلفزيون ومفهوم الانعكاس ١,٩ .

#### • نتائج البحث :

- ان ٧٨% من عناوين رسائل الماجستير واطاريج الدكتوراه في الاعلام لا يوجد بها علاقات ارتباطية .
- ان ٧% من بحوث التلفزيون هي الاكثر في ورود العلاقات الارتباطية بالعناوين .



٣. ان ٦٠% من عناوين الرسائل والاطاريح تفتقد للمجال الزمني فيما ان ١٥% منها لا يوجد فيه مجال مكاني .
٤. اشارت العناوين الى ان ٧١% كانت بحوث الرسالة الاتصالية فيما كانت ١٩% لبحث الجمهور و ٩% لبحث القائم بالاتصال .
٥. تضمنت عناوين ٦٧% اشارات إلى الاختصاص الدقيق فيما غابت هذا الاختصاص عند ٣٣% من العناوين .
٦. غابت المفاهيم البحثية المدروسة عن (٣٣%) من عناوين البحوث المدروسة ووردت كلمة (دراسة) في (٢٢%) من العناوين . فيما ورد (الدور) في ١١% من العناوين وورد (الاتجاه في ٧% وجاء التعرف في ٥% فيما كانت (العلاقة) في ١,٥% من العناوين .
٧. ان الارتباط ضعيف جدا بين مجالات البحوث والعلاقات الارتباطية المستخدمة في العناوين .
٨. ان التوافق ضعيف جدا بين الاختصاص في عناوين البحوث والعلاقات الارتباطية .
٩. لا توجد علاقة بين اختصاص البحوث والمفاهيم البحثية المدروسة .
١٠. ان عناوين بحوث الاذاعة والتلفزيون اقل استخداما للاختصاصات الدقيقة والمفاهيم البحثية وطبيعة البحوث عن بحوث باقي اختصاصات الاعلام .

#### ● الاستنتاجات :

١. لا تعطي عناوين الرسائل والاطاريح تصورا صحيحا عن العلاقات الارتباطية المستخدمة في البحوث .
٢. التركيز الكبير على بحوث الرسالة الاتصالية يعكس الرغبة الحقيقية لدى الباحثين على تجنب الخوض في بحث الجمهور والقائم بالاتصال لسهولة الاجراءات ونمطيتها ..
٣. غياب المفاهيم البحثية عن ثلث عناوين البحوث يعكس صياغات غير صحيحة للعناوين مما يشير الى ان الاجراءات تسير باتجاه يخالف العناوين.
٤. هنالك عشوائية في دراسة المفاهيم البحثية بمعنى انه لا يوجد انتقاء صحيح تحقيق تنسيق بين الاختصاص الدقيق والمفهوم العلمي المعد للدراسة .

## • التوصيات :

يوصي الباحث بالاتي :

١. اعداد لجنة مختصة لفحص سلامة العناوين وفق الشروط العلمية .
٢. اعداد دورة لتدريب الباحثين حول الاجراءات العلمية بعد نهاية السنة التحضيرية وقبل الخوض في البحث .
٣. اعداد دليل ارشادي خاص بالبحوث الاعلامية يتضمن جوانب نظرية وتطبيقية .

## الإحالات

- (١) د. رعد جاسم : محاضرات في مناهج البحث ، مقرر دراسي لطلبة البكالوريوس ٢٠١٦ - ٢٠١٧ ، ص ٢٥.
- (٢) د. ناجي عبد النور : منهجية البحث السياسي ، الاردن ، عمان ، دار البازوري ، ٢٠١١ ، ص ١٢٤.
- (٣) د. شريف سعيد : مناهج البحث ، مقرر دراسي لطلبة البكالوريوس ، ٢٠١٧-٢٠١٨ ، ص ٧.
- (٤) د. حميد لطيف الدليمي : منهجية البحوث العلمية ، بغداد ، دار ميزورونا ميبب ، ٢٠١١ ، ص ٣٨.
- (٥) د. رعد جاسم الكعبي : تقنيات البحث الاعلامي المعاصر ، بغداد ، دار ميزوبوتاميا ، ٢٠١٥ ، ص ٥٦.
- (٦) د. شيماء ذو الفقار زغيب : مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الاعلامية القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٩ ، ص ٣٣٨.
- (٧) د. رعد جاسم ، مصدر سبق ذكره ، ص ٢٧ .
- (٨) د. ابراهيم ابراش : المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية ، عمان ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٩ ، ص ٢٧٨ .
- (٩) د. حميد علوان الساعدي و م. فراس عبد الجبار الربيعي ، د. رشيد سعدون العبادي : الدليل العملي لكتابة بحوث التخرج لطلبة المرحلة الرابعة في اقسام الجغرافية ، جامعة ديالى ، المطبعة المركزية ، ٢٠١٤ ، ص ١١ .
- (١٠) د. حريش نور الدين : البحث العلمي خطواته ومراحله : ضمن اعمال ملتقى عينتين ادبيات البحث العلمي لبنان مركز جيل البحث العلمي ، ديسمبر ، ٢٠١٥ ، ص ١٤ .
- (١١) د. رعد جاسم الكعبي : ادوات البحث في الاذاعة والتلفزيون ، رؤية جديدة ، بغداد ، مكتبة تنوير ، ٢٠١٨ ، ص ٢٤ .
- (١٢) د. حميد لطيف الدليمي ، مصدر سبق ذكره ، ص ٣٨ .
- (١٣) د. السيد احمد مصطفى عمر : البحث العلمي ، مفهومه ، اجراءاته ومناهجه ، للا مكان نشر ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، ط ٣ ، ٢٠٠٨ ، ص ٢٦٠ .
- (١٤) د. رعد جاسم الكعبي : مؤشرات في البحث العلمي ، دولة الإمارات العربية المتحدة – جمهورية اللبنانية ، دار الكتاب الجامعي ، ٢٠١٧ ، ص ٣٧ .
- (١٥) علم الدلالة السلوكي ترجمة وتقديم مجيد الماشطة ، سلسلة الموسومة الصغيرة ، رقم ١٧٩ ، بغداد ، دار الحرية للطباعة ، ١٩٨٦ ، ص ٦٤ .
- (١٦) د. ناجي عبد النور ، مصدر سبق ذكره ، ص ١٢٥ .
- (١٧) د. رعد جاسم : دليل بحث جمهور الاذاعة والتلفزيون ، بغداد ، مكتبة تنوير ، ٢٠١٨ ، ص ٤٨ .
- (١٨) د. شريف سعيد ، مصدر سبق ذكره ، ص ٨ .
- (١٩) د. صلاح الدين الهواري : كيف تكتب بحثاً او رسالة ، دراسة منهجية لكتابة البحوث الجامعية ، بيروت ، دار البار ، المكتبة الجامعية ، ٢٠٠٩ ، ص ٢٤ .



- (<sup>٢٠</sup>) جوريث بيل : كيف تعد مشروع بحثك ، ترجمة ومراجعة : د. سامي محمد نصار ود. محمد فتحي لزياد ود. محمد السيد النجار ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠١٦ ، ص ٤٠ .
- (<sup>٢١</sup>) د. ابراهيم ابراش ، مصدر سبق ذكره ، ص ١٧٩ .
- (<sup>٢٢</sup>) colostate.ed/Depts/writing center .
- (<sup>٢٣</sup>) Prabhat pandy & Meenu Pandey , Research Metho dology : tools and tech niques bridge center , Romania , 2015 , p.45 .
- (<sup>٢٤</sup>) د. عبد الملك الدناني : مجالات البحوث الاعلامية الجامعية ، الاسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، ٢٠٠٨-٢٠٠٩ .
- (<sup>٢٥</sup>)The Quality of Higher Education in Developin, Countries .
- (<sup>٢٦</sup>) وداد نجم عبود : معايير التقويم المنهجي لبحوث الاعلام : اطروحة دكتوراه ، غير منشورة ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد ، ٢٠١٦ .