الدورة التدريبية: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية وتحليل الظواهر



16 - 20 نوفمبر 2026
طوكيو
5800 € (للشخص الواحد)
Ref: #MED6304_333752

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

في عالم يشهد تحولات متسارعة، أصبح البحث العلمي في الدراسات الإعلامية وتحليل الظواهر أداة حيوية لفهم تأثير الإعلام على المجتمعات. هذه الدورة التدريبية الشاملة من BIG BEN Training Center مصممة خصيصًا لتزويد الباحثين، الأكاديميين، طلاب الدراسات العليا، والمحللين الإعلاميين بالمعرفة والمهارات اللازمة لتصميم وإجراء أبحاث علمية رصينة في مجال الإعلام. تغطي الدورة جوانب متعددة بدءًا من أسس المنهج العلمي في الدراسات الإعلامية، تصميم البحث، جمع وتحليل البيانات (الكمية والنوعية)، تقييم المصادر، وصولًا إلى كتابة التقارير البحثية ونشر النتائج. نركز على أهمية التفكير النقدي، الدقة المنهجية، والقدرة على تحليل الظواهر الإعلامية المعقدة بطرق علمية. تستمد الدورة رؤاها من أحدث النظريات والمنهجيات في علم الاتصال وعلم الاجتماع، وتقدم أمثلة عملية ودراسات حالة لأبحاث إعلامية مؤثرة. الأكاديمي "Everett Rogers" (إيفرت روجرز)، عالم الاتصال الذي اشتهر بنظريته حول انتشار الابتكارات، يقدم إطارًا نظريًا قيّمًا حول فهم كيفية تحليل تأثير الرسائل الإعلامية على التغيير الاجتماعي وكيف يمكن للباحثين دراسة هذه الظواهر بطرق منهجية. يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تمكين المتدربين من إجراء البحث العلمي في الدراسات الإعلامية وتحليل الظواهر، مما يساهم في إثراء المعرفة الأكاديمية وصنع القرارات المبنية على الأدلة.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- طلاب الدراسات العليا في الإعلام.
- الباحثون في مجالات الاتصال.
- الأكاديميون والأساتذة.
- المحللون الإعلاميون.
- المتخصصون في رصد وتقييم الإعلام.
- المسؤولون عن السياسات الإعلامية.
- أخصائيو الإحصاء وتحليل البيانات.
- الصحفيون الذين يرغبون في تعميق مهاراتهم البحثية.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- المؤسسات الأكاديمية والجامعات.
- مراكز الأبحاث والدراسات الإعلامية.
- المؤسسات الإعلامية الكبرى.
- الجهات الحكومية المعنية بالإعلام والاتصال.
- شركات استطلاع الرأي وتحليل البيانات.
- المنظمات الدولية والمحلية.
- المؤسسات غير الربحية.
- قطاع الاستشارات البحثية.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- قسم البحث العلمي.
- إدارة الدراسات والتقارير.
- قسم تحليل السياسات.
- وحدة التخطيط الاستراتيجي.
- إدارة المحتوى والتحليل.
- قسم التقييم والمتابعة.
- قسم الإعلام والعلاقات العامة (لتحليل التأثير).

أهداف الدورة التدريبية:

بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد أتقن المهارات التالية:

- فهم أسس البحث العلمي في الدراسات الإعلامية.
- تصميم خطط بحثية رصينة.
- اختيار المنهجيات البحثية المناسبة (كمية ونوعية).
- جمع البيانات الإعلامية بكفاءة.
- تحليل البيانات باستخدام الأدوات الإحصائية والنوعية.
- تقييم المصادر الإعلامية والمحتوى.
- كتابة التقارير البحثية والمقالات العلمية.
- عرض النتائج البحثية بشكل فعال.
- فهم أخلاقيات البحث العلمي في الإعلام.

منهجية الدورة التدريبية:

يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة التدريبية على منهجية تطبيقية ومنهجية تهدف إلى صقل مهارات المشاركين في البحث العلمي في الدراسات الإعلامية وتحليل الظواهر. تبدأ الدورة بتقديم المفاهيم النظرية الأساسية لمنهجيات البحث العلمي، وتصميم الدراسات، ثم تنتقل مباشرة إلى ورش عمل وتطبيقات عملية تُمكن المتدربين من بناء مهاراتهم البحثية. سيقوم المتدربون بـ تصميم مقترحات بحثية، وتطبيق أدوات جمع البيانات (مثل الاستبيانات والمقابلات وتحليل المحتوى)، وتحليل مجموعات بيانات إعلامية باستخدام برامج إحصائية ونوعية، مع الحصول على تغذية راجعة مباشرة وبناءة من المدربين الخبراء. تتضمن الدورة دراسات حالة معمقة لأبحاث إعلامية رائدة، يتم تحليلها لفهم نقاط القوة والضعف المنهجية. كما ستركز المنهجية على التدريب العملي على كتابة الأوراق العلمية، كيفية صياغة النتائج والمناقشات، وتقديم الأبحاث في المؤتمرات. سيتم توفير تغذية راجعة فردية وبناءة على أداء المتدربين في التمارين والمشاريع، مما يساعدهم على تطوير مهاراتهم بشكل مستمر. تهدف هذه المنهجية إلى تزويد المشاركين بالخبرة العملية التي لا تقدر بثمن، مما يؤهلهم لإجراء أبحاث إعلامية ذات جودة عالية.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أسس البحث العلمي في الدراسات الإعلامية.

- مفهوم البحث العلمي وأهميته في الإعلام.
- المنهج العلمي وأنواعه (الكمي والنوعي).
- صياغة المشكلة البحثية وتحديد الأهداف.
- مراجعة الأدبيات السابقة وصياغة الإطار النظري.
- تحديد الفرضيات البحثية أو الأسئلة.
- أخلاقيات البحث العلمي في الإعلام.
- مفهوم تحليل الظواهر الإعلامية.

الوحدة الثانية: تصميم البحث وجمع البيانات.

- أنواع التصميمات البحثية (المسح، التجربة، دراسة الحالة).
- أدوات جمع البيانات: الاستبيانات، المقابلات، مجموعات التركيز.
- تحليل المحتوى الكمي والنوعي.
- أدوات رصد وتحليل وسائل الإعلام.
- اختيار العينات وطرق أخذ العينات.
- صلاحية وموثوقية أدوات البحث.
- التحديات في جمع البيانات الإعلامية.

الوحدة الثالثة: تحليل البيانات الكمية والنوعية.

- مقدمة إلى الإحصاء الوصفي والاستدلالي.
- برامج التحليل الإحصائي (مثل SPSS أو R).
- تحليل البيانات النصية والصور.
- تحليل الخطاب والسرد في الإعلام.
- ترميز وتصنيف البيانات النوعية.
- استنتاج النتائج وتفسيرها.
- الربط بين البيانات الكمية والنوعية.

الوحدة الرابعة: كتابة التقرير البحثي والنشر.

- هيكل التقرير البحثي الأكاديمي.
- كتابة المقدمة، المنهجية، النتائج، والمناقشة.
- صياغة الملخص والخاتمة.
- توثيق المصادر وقائمة المراجع.
- تقديم البحث في المؤتمرات العلمية.
- النشر في المجلات المحكمة.
- التعامل مع التغذية الراجعة.

الوحدة الخامسة: تطبيقات متقدمة في تحليل الظواهر الإعلامية.

- تحليل الشبكات الاجتماعية في الإعلام.
- دراسة الجمهور وتأثير الرسائل الإعلامية.
- تحليل اتجاهات التغطية الإعلامية.
- دور الذكاء الاصطناعي في البحث الإعلامي.
- تطبيقات البحث في السياسات الإعلامية.
- التحليل النقدي للإعلام.
- مستقبل البحث في الدراسات الإعلامية.

الأسئلة المتكررة:

ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل التسجيل في الدورة؟

لا توجد شروط مسبقة.

كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟

تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، بمعدل يومي يتراوح بين 4 إلى 5 ساعات، تشمل فترات راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي المدة إلى 20-25 ساعة تدريبية.

سؤال للتأمل:

في عصر تتزايد فيه كمية المعلومات المتاحة وتتطور فيه أدوات تحليل البيانات، كيف يمكن للباحثين في الدراسات الإعلامية أن يبتكرون منهجيات بحثية جديدة تتجاوز الأطر التقليدية، لتقديم رؤى أعمق حول الظواهر الإعلامية المعقدة وتأثيرها على تشكيل الوعي العام في المجتمعات الحديثة؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة التدريبية التي يقدمها BIG BEN Training Center بتركيزها الشامل والعميق على البحث العلمي في الدراسات الإعلامية وتحليل الظواهر، مما يجعلها مختلفة ومتميزة عن الدورات الأخرى التي قد تقدم نظرة عامة فقط. نحن لا نقدم مجرد معلومات نظرية، بل نوفر تطبيقًا عمليًا مكثفًا يغطي جميع مراحل العملية البحثية. على سبيل المثال، بينما قد تشرح دورات أخرى أسس البحث، فإننا نغوص في تصميم خطط بحثية رصينة وكيفية تحليل البيانات الإعلامية بكفاءة باستخدام الأدوات المتقدمة. نقدم دراسات حالة معمقة لأبحاث إعلامية مؤثرة، ونحلل الاستراتيجيات المنهجية التي مكنتها من النجاح. كما تركز الدورة على كتابة التقارير البحثية ونشر النتائج في المجلات المحكمة وفهم أخلاقيات البحث العلمي في الإعلام، مما يمنح المتدربين القدرة على إجراء أبحاث علمية ذات جودة عالية. يضمن الجمع بين الخبرة الأكاديمية والعملية لمدربينا حصول المتدربين على معرفة عميقة ومهارات تطبيقية لا تقدر بثمن، مما يؤهلهم لإثراء المعرفة الأكاديمية وصنع القرارات المبنية على الأدلة.