

المحاضرة الثانية: عناصر البحث

١. عنوان البحث

يمثل العنوان أول عنصر يجذب انتباه القارئ، ويجب أن يكون واضحًا ومحددًا ليعكس موضوع البحث بدقة. في البحث الإعلامي، ينبغي أن يتضمن الكلمات المفتاحية التي تشير إلى الظاهرة المدروسة أو المشكلة البحثية.

٢. المقدمة

توضح المقدمة الخلفية العامة للموضوع، وتبرز أهمية البحث الإعلامي. كما تتناول المشكلة البحثية وتحدد الأهداف الرئيسية التي يسعى الباحث لتحقيقها، مع تقديم لمحة عن المنهجية المستخدمة.

٣. مشكلة البحث

تركز على القضية أو الظاهرة الإعلامية التي تحتاج إلى دراسة. يتم التعبير عن المشكلة بشكل واضح ومحدد، وعادة ما يتم صياغتها في شكل سؤال أو مجموعة من الأسئلة البحثية.

٤. الأهمية والأهداف

تشير الأهمية إلى سبب اختيار الموضوع وأثره على المجال الإعلامي.

٥. الأهداف توضح ما يسعى البحث لتحقيقه، مثل فهم ظاهرة معينة أو تقديم حلول لمشكلة إعلامية.

التساؤلات توضع وفق واقع المشكلة البحثية وتكتب حسب فرضيات النظريات المستخدمة لكشف حيثيات المشكلة البحثية.

٦. الإطار النظري

يوفر الإطار النظري الأسس النظرية والمفاهيم المرتبطة بالبحث.

٧. الدراسات السابقة تستعرض ما تم إنجازه في المجال، لتحديد الفجوات البحثية وتوضيح كيف يساهم البحث الجديد في المجال الإعلامي ومعرفة ما تم الوصول اليه من نتائج سابقة بخصوص المشكلة البحثية بهدف الاتيان بالجديد فضلا عن مساعدتها في اختيار المنهج المناسب والاداة الكفء.