

الذكاء البحثي في مناهج علوم الاتصال والإعلام

دراسة في الأدوات والحيثيات المنهجية



م.م. علي علاء حسين الرهيمي

م.م. نهى محمود عطية النجار م.م. ريام حاكم الكلابي

الجامعة الإسلامية - في النجف الأشرف



قائمة المحتويات

9	الفصل الأول: المناهج التقليدية في بحوث الإعلام
9	المقدمة
10	أولاً: تحليل المضمون
12	مفهوم تحليل المضمون
17	استخدامات تحليل المضمون
22	خصائص تحليل المضمون في الإعلام
23	إجراءات ومراحل وخطوات تحليل المضمون
41	الصدق والثبات في تصميم وتحليل المضمون
42	خطوات تحليل المضمون باستخدام الكمبيوتر
45	مميزات تحليل المضمون
46	عيوب تحليل المضمون
47	ثانياً: التحليل الكمي والتحليل الكيفي
48	مفهوم التحليل الكمي ومراحله
49	أدوات التحليل الكمي
51	خصائص وسمات التحليل الكمي
53	مفهوم التحليل الكيفي
54	أدوات التحليل الكيفي
56	خصائص وسمات التحليل الكيفي

56.....	ثالثاً: المقابلة.....
57.....	خطوات إجراء المقابلة.....
58.....	الإعداد للمقابلة.....
58.....	صياغة أسئلة المقابلة.....
59.....	مميزات المقابلة.....
60.....	عيوب المقابلة.....
60.....	رابعاً: تحليل الخطاب الإعلامي.....
60.....	ماهية تحليل الخطاب.....
62.....	أدوات منهج تحليل الخطاب.....
64.....	وحدات وفئات تحليل الخطاب حسب "مانقونو".....
65.....	مدارس تحليل الخطاب.....
67.....	مدرسة ميشيل فوكو وتحليل الخطاب.....
69.....	مدرسة التحليل السيميولوجي للخطاب الإعلامي.....
71.....	تحليل الخطاب الإعلامي في إطار مدرسة التحليل الثقافي.....
72.....	المدرسة الألمانية في تحليل الخطاب الإعلامي.....
74.....	المدرسة النقدية لتحليل الخطاب الإعلامي.....
76.....	خامساً: منهج دراسة الحالة.....
77.....	مميزات دراسة الحالة.....
78.....	عيوب منهج دراسة الحالة.....

79	أنواع دراسة الحالة
80	جمع البيانات وتحليلها
80	تحليل البيانات
81	الثقة (Trustworthiness) في دراسة الحالة
83	سادساً: المنهج التجريبي
85	خطوات المنهج التجريبي
85	مميزات المنهج التجريبي
86	سابعاً: المسح الاجتماعي
86	مجالاته وحدوده
87	مزايا وعيوب المنهج المسح الاجتماعي
88	ثامناً: المنهج التاريخي
90	تاسعاً: المنهج المقارن
97	الفصل الثاني: المناهج المعاصرة في بحوث الإعلام الرقمي
97	المقدمة
99	مناهج البحث في الإعلام الرقمي
100	أولاً: منهج تحليل البيانات الضخمة
101	أنواع البيانات الضخمة
102	خصائص البيانات الضخمة
104	أهمية منهج تحليل البيانات الضخمة

- 105 أدوات ومصادر منهج تحليل البيانات الضخمة
- 105 استخدامات منهج البيانات الضخمة في الإعلام الرقمي
- 106 التحديات التي تواجه البيانات الضخمة
- 107 **ثانياً:** منهج تحليل الشبكات الاجتماعية
- 110 أهمية التحليل الشبكي
- 111 أسباب التحليل الشبكي
- 114 البرامج المستخدمة للتحليل
- 118 نماذج عن استخدام التحليل الشبكي في الإعلام
- 118 دراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية
- 119 صعوبات وعوائق التحليل الشبكي
- 121 **ثالثاً:** الخوارزميات في عصر مواقع التواصل
- 121 تعريف الخوارزميات
- 124 أدوات منهج تحليل الخوارزميات
- 125 استخدامات ووظائف الخوارزميات في الإعلام الرقمي
- 127 **رابعاً:** منهج تحليل الإثنوغرافي الرقمي
- 129 أدوات منهج تحليل الإثنوغرافي الرقمي
- 131 استخدامات منهج الإثنوغرافي الرقمي في الإعلام
- 132 **خامساً:** منهج تحليل المشاعر
- 133 أدوات منهج تحليل المشاعر

136	استخدامات منهج تحليل المشاعر في الإعلام.....
137	سادساً: منهج التحليل السيميولوجي.....
138	أدوات منهج تحليل السيميولوجي.....
139	استخدامات منهج التحليل السيميولوجي.....
143	المراجع والمصادر