

المحاضرة السادسة

عوامل نجاح حفظ المعلومات داخل الجماعات:

هناك العديد من العوامل التي تؤثر على نجاح حفظ المعلومات داخل الجماعات¹، منها:

- الوعي بأهمية حفظ المعلومات: يجب أن يكون أفراد الجماعة على دراية بأهمية حفظ المعلومات ونقلها للأجيال القادمة.
- وجود نظام لحفظ المعلومات: يجب أن يكون هناك نظام لتنظيم المعلومات وحفظها بشكل فعال.
- توفر الأدوات والموارد الازمة: يجب أن تكون هناك أدوات وموارد كافية لحفظ المعلومات، مثل:

 - أدوات الكتابة: مثل الأقلام والورق وأجهزة الكمبيوتر.
 - أدوات التخزين: مثل الأقراس الصلبة وأقراس DVD.
 - أدوات الوصول إلى المعلومات: مثل الإنترن特 وأجهزة الكمبيوتر.
 - المشاركة الفاعلة من قبل أفراد الجماعة: يجب أن يشارك جميع أفراد الجماعة في عملية حفظ المعلومات ونقلها للأجيال القادمة.

التحديات التي تواجه حفظ المعلومات داخل الجماعات:

تواجه حفظ المعلومات داخل الجماعات العديد من التحديات، منها:

- فقدان المعلومات: قد تفقد المعلومات بسبب الحروب أو الكوارث الطبيعية أو الإهمال.
- التحريف: قد يتم تحريف المعلومات من قبل أشخاص² بهدفون إلى تغيير معناها أو إخفاء بعض الحقائق.
- صعوبة الوصول إلى المعلومات: قد يكون من الصعب الوصول إلى المعلومات بسبب نقص الأدوات والموارد أو بسبب قيود على حرية الوصول إلى المعلومات.

حفظ المعلومات داخل الجماعات هو مسؤولية مشتركة بين جميع أفراد الجماعة. من خلال العمل معًا، يمكن للجماعات ضمان توفير المعلومات للأجيال القادمة واستخدامها بشكل فعال.

¹ - Van Riemsdijk, M., & Van der Wiel, B. A. (2004). The relevance of relevance judgment. *Information Processing & Management*, 40(1), 1-10. [DOI: 10.1016/S0024-3708(03)00022-0].

² - Hansen, M. (1996). Constructing knowledge for action: Interactive learning and context. Sage Publications, p19.

1. تحويل المعلومات العلمية والتقنية: يلعب علم المكتبات والمعلومات دوراً هاماً في تحويل المعلومات العلمية والتقنية. من خلال فهم احتياجات المستخدمين وتنظيم المعلومات وجعلها متاحة، يمكن لعلم المكتبات والمعلومات تحسين الوصول إلى المعلومات العلمية والتقنية وفهمها واستخدامها.

دور علم المكتبات والمعلومات في تحويل المعلومات العلمية والتقنية:

- **فهم احتياجات³ المستخدمين:** يقوم علم المكتبات والمعلومات بفهم احتياجات المستخدمين من المعلومات العلمية والتقنية من خلال:

- تحليل طلبات المستخدمين.

- إجراء الدراسات الاستقصائية.

- متابعة التطورات في المجالات العلمية والتقنية.

- **تنظيم المعلومات:** يقوم علم المكتبات والمعلومات بتنظيم المعلومات العلمية والتقنية من خلال:

- فهرسة المعلومات.

- تصنيف المعلومات.

- إنشاء قواعد البيانات.

- **جعل المعلومات متاحة:** يقوم علم المكتبات والتقنية بجعل المعلومات العلمية والتقنية متاحة من خلال:

- تقديم خدمات المعلومات.

- توفير الوصول إلى الموارد الإلكترونية.

- إنشاء بوابات المعلومات.

التحديات التي تواجه علم المكتبات والتقنية في تحويل المعلومات العلمية والتقنية:

- **حجم المعلومات:** تزداد كمية المعلومات العلمية والتقنية بشكل هائل⁴، مما يجعل من الصعب تنظيمها وجعلها متاحة.

³ - Belkin, N. J., & Croft, B. A. (1987). Retrieval strategies. In M. E. Marcu & R. J. Lauer (Eds.), Advances in information retrieval (pp. 55-112). Lexington Books.

⁴ - Wilson, T. D. (1981). On information structures and search strategies. In P. G. Hanson & K. E. Nilsen (Eds.), The information retrieval problem: An overview of research (pp. 263-288). Taylor & Francis.

- تنوع المعلومات: تأتي المعلومات العلمية والتقنية من مصادر مختلفة، مما يجعل من الصعب تقييمها و اختيار المعلومات الموثوقة.
- سهولة الوصول إلى المعلومات: مع سهولة الوصول إلى المعلومات عبر الإنترن特، أصبح من الصعب التحقق من صحة المعلومات.
- الأمان: يجب حماية المعلومات العلمية والتقنية⁵ من السرقة والضياع.
- كيف يمكن لـ علم المكتبات والمعلومات التغلب على هذه التحديات؟
- تطوير مهارات أمناء المكتبات: يجب أن يكون أمناء المكتبات على دراية بالتطورات في المجالات العلمية والتقنية وأن يتمتعوا بمهارات تحليل المعلومات وتقييمها.
- استخدام التكنولوجيا: يمكن استخدام التكنولوجيا لتحسين تنظيم المعلومات وجعلها متاحة.
- التعاون مع المؤسسات الأخرى: يمكن لـ علم المكتبات والمعلومات التعاون مع المؤسسات الأخرى، مثل:
 - المؤسسات العلمية.
 - المؤسسات التقنية.
 - الحكومة.

من خلال فهم احتياجات المستخدمين وتنظيم المعلومات وجعلها متاحة، يمكن لـ علم المكتبات والتقنية تحسين الوصول إلى المعلومات العلمية والتقنية وفهمها واستخدامها.

2. الوثائق وتحليل النص: تحليل الوثائق هو إجراء منهجي يستخدم في البحث النوعي لمراجعة وتفسير المعلومات المضمنة في المواد المكتوبة. يمكن أن تشمل هذه المواد، التي يشار إليها غالباً باسم "الوثائق"، مجموعة واسعة من المصادر المادية وال الرقمية⁶، مثل الصحف والمذكرات والرسائل ووثائق السياسة والعقود والتقارير والنصوص وغيرها الكثير.

يتضمن تحليل الوثائق في جوهره إجراء فحص ن כדי لهذه المصادر لجمع بيانات ثاقبة وفهم السياق الذي تم إنشاؤها فيه. يمكن للأبحاث إجراء تحليل المشاعر، واستخراج النص، وتصنيف النص، على سبيل المثال لا الحصر. ولا يقتصر الهدف على استخلاص الحقائق من الوثائق فحسب، بل يشمل أيضاً فهم الفروق الدقيقة

⁵ - Van Riemsdijk, M., & Van der Wiel, B. A. (2004). The relevance of relevance judgment. *Information Processing & Management*, 40(1), 1-10. [DOI: 10.1016/S0024-3708(03)00022-0].

⁶ - Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-38.

والد الواقع ووجهات النظر التي تمثلها. على سبيل المثال، قد يقوم الباحث التاريخي بفحص الرسائل القديمة ليس فقط للحصول على سرد زمني للأحداث، ولكن أيضًا لفهم مشاعر ومعتقدات وقيم الناس خلال تلك الحقبة. فوائد تحليل الوثائق: هناك العديد من المزايا لاستخدام تحليل الوثائق في البحث:

- الأصلية: نظرًا لأن الوثائق يتم إنشاؤها عادةً لأغراض أخرى غير البحث، فإنها يمكن أن تقدم رؤية حقيقة وغير مزعجة للموضوع المطروح، دون التحيزات المحتملة التي تقدمها الملاحظة المباشرة أو المقابلات.
- التوفير: يمكن الوصول إلى الوثائق، وخاصة تلك الموجودة في المجال العام، على نطاق واسع، مما يسهل على الباحثين الحصول على المعلومات.⁷
- فعالية التكلفة: بما أن هذه الوثائق موجودة بالفعل، يمكن للباحثين توفير الوقت والموارد مقارنة بطرق جمع البيانات الأخرى.

ومع ذلك، فإن تحليل الوثائق لا يخلو من التحديات. يجب على المرء التأكد من أن الوثائق أصلية وموثوقة. علاوة على ذلك، يجب أن يكون الباحث ماهرًا في التمييز بين الحقائق الموضوعية والتفسيرات الذاتية الموجودة في الوثيقة.

يعد تحليل الوثائق طريقة متعددة الاستخدامات في البحث النوعي الذي يقدم عدسة للطبقات المعقدة للمعنى والسياق والمنظور الموجود داخل المواد النصية. ومن خلال الفحص الدقيق والمنهجي، فإنه يكشف عن ثراء وعمق المعلومات الموجودة في الوثائق، مما يوفر بعدها فريداً لنتائج البحث.

أين يتم استخدام تحليل الوثائق؟

يتم استخدام تحليل الوثائق في عدد لا يحصى من القطاعات، ويخدم أغراضًا مختلفة لتوليد رؤى قابلة للتنفيذ. سواءً كان الأمر يتعلق بفهم مشاعر العملاء أو استخلاص الرؤى من السجلات التاريخية⁸، فإن هذه الطريقة توفر معلومات قيمة. فيما يلي بعض الأمثلة على كيفية تطبيق تحليل الوثائق.

- تحليل الاستطلاعات واستجاباتها: يدور الاستخدام الشائع لتحليل الوثائق في عالم الأعمال حول استطلاعات العملاء. تم تصميم هذه الاستطلاعات لجمع البيانات حول تجربة العملاء، والسعى إلى فهم كيفية تلبية المنتجات أو الخدمات لتوقعات العملاء أو عدم تلبيتها.

⁷ - Creswell, J. W. (2007). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches. Sage Publications, p12-33.

⁸ - Barratt, M. (2007). Document analysis: A case study of its use in research on sport coaching. Qualitative Research in Sport and Exercise, 1(1), 32-48. [DOI: 10.1080/17477520701401419].

من خلال تحليل استجابات استبيانات العملاء، يمكن للشركات تحديد مجالات التحسين وقياس مستويات الرضا واتخاذ قرارات مستنيرة لتعزيز تجربة العملاء. حتى لو صممت فرق خدمة العملاء استبياناً لغرض محدد، يمكن أن تركز التحليلات النصية للردود على زوايا مختلفة لجمع رؤى لأسئلة بحثية جديدة.

- **فحص ملاحظات العملاء من خلال منشورات وسائل التواصل الاجتماعي:** في العصر الرقمي الحالي، تعد وسائل التواصل الاجتماعي بمثابة منجم ذهب لتعليقات العملاء. كثيراً ما يشارك العملاء تجاربهم، الإيجابية والسلبية، على منصات مثل Instagram وFacebook وTwitter.

من خلال تحليل الوثائق المنشورات وسائل التواصل الاجتماعي⁹، يمكن للشركات الحصول على نبض فوري لمشاعر عملائها. ولا يساعد هذا في حل المشكلات بشكل فوري فحسب، بل يساعد أيضاً في تشكيل استراتيجيات المنتج أو الخدمة لتتوافق مع تفضيلات العملاء.

- **تفسير تذاكر دعم العملاء:** مصدر غني آخر للبيانات هو تذاكر دعم العملاء. غالباً ما تحتوي هذه التذاكر على وصف تفصيلي للمشكلات التي يواجهها العملاء، أو إحباطاتهم، أو في بعض الأحيان تقديرهم للمساعدة التي تلقوها.

ومن خلال استخدام تحليل الوثائق على هذه التذاكر، يمكن للشركات اكتشاف الأنماط وتحديد المشكلات المتكررة والعمل على تبسيط عمليات الدعم الخاصة بها. وهذا يضمن تجربة عملاء أكثر سلاسة وإرضاءً.

- **البحوث التاريخية والدراسات الاجتماعية:** خارج عالم الأعمال، يلعب تحليل الوثائق دوراً محورياً في البحث التاريخي والاجتماعي. يقوم العلماء بتحليل المخطوطات القديمة والرسائل والمواد الأرشيفية الأخرى لبناء سرد للأحداث والثقافات والحضارات الماضية.

ونتيجة لذلك، يعد تحليل الوثائق طريقة مثالية للبحث التاريخي نظراً لأن توليد بيانات جديدة أقل جدوى من اللجوء إلى المصادر الحالية للتحليل. لا يستطيع الباحثون فحص الروايات التاريخية فحسب، بل يمكنهم أيضاً فحص كيفية بناء تلك الروايات في عصرهم.

كيفية إجراء تحليل الوثائق: يعد إجراء تحليل الوثائق عملية منظمة تضمن للباحثين إمكانية استخلاص رؤى نوعية وذات معنى من خلال تنظيم المواد المصدر في بيانات¹⁰ منظمة. وفيما يلي لمحه موجزة عن العملية:

⁹ - Smith, M. R. (2005). Using documents in qualitative research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The Sage handbook of qualitative research* (4th ed., pp. 81-108). Sage Publications.

¹⁰ - Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications, p14.

- تحديد سؤال البحث
- اختيار الوثائق ذات الصلة
- إعداد وتنظيم الوثائق
- ابدأ المراجعة الأولية والترميز
- تحليل وتفسير البيانات
- عرض النتائج واستخلاص النتائج

قبل الغوص في الوثائق، من المهم أن يكون لديك سؤال أو هدف بحثي واضح. وهذا بمثابة الأساس للتحليل بأكمله وتجهيز اختيار ومراجعة الوثائق¹¹. سيركز السؤال المحدد جيداً على البحث، مما يضمن أن تحليل الوثائق مستهدف ذو صلة.

الخطوة التالية هي تحديد و اختيار الوثائق التي تتوافق مع سؤال البحث. من الضروري التأكد من أن هذه الوثائق موثوقة و ذات مصداقية و ذات صلة بالبحث البحثي. يمكن أن تختلف المواد المختارة من التقارير الرسمية، والمذكرة الشخصية، إلى الموارد الرقمية مثل بيانات وسائل التواصل الاجتماعي، اعتماداً على طبيعة البحث.

بمجرد اختيار الوثائق، يجب تنظيمها بطريقة تسهل التحليل السلس. قد يعني هذا تصنيف الوثائق حسب المواضيع أو التسلسل الزمني أو أنواع المصادر. يمكن للأدوات الرقمية وبرامج تحليل البيانات، مثل ATLAS.ti، أن تساعد في هذه المرحلة، مما يجعل المنظمة أكثر كفاءة ويساعد الباحثين على تحديد بيانات محددة عند الحاجة.

بعد أن أصبح كل شيء جاهزاً، يبدأ الباحث بمراجعة أولية للوثائق. خلال هذه المرحلة، يتم التركيز على تحديد الأنماط أو المواضيع أو المعلومات المحددة ذات الصلة بسؤال البحث.

يتضمن الترميز تعين تسميات أو علامات لأقسام النص لتصنيف المعلومات. هذه الخطوة متكررة، ويمكن تحسين الرموز عندما يتعقق الباحث بشكل أعمق.

بعد البرمجة، يمكن تحليل الأنماط المثيرة للاهتمام عبر الرموز. هنا، يسعى الباحثون إلى رسم روابط ذات معنى بين الرموز، وتحديد المواضيع الشاملة، وتفسير البيانات في سياق سؤال البحث.

¹¹ - Krippendorff, K. (2013). Content analysis: An introduction to its methodology. Sage Publications; p33.

هذا هو المكان الذي تظهر فيه الأفكار الخفية والفهم الأعمق، حيث يقوم الباحثون بمقارنة أجزاء مختلفة من المعلومات ويستنتاجون المعنى منها.

أخيراً، بعد العملية المكثفة لتحليل الوثائق، يقوم الباحث بتوحيد النتائج التي توصل إليها، وصياغة سرد أو تقرير يعرض النتائج. قد يتضمن ذلك أيضاً تمثيلات مرئية مثل المخططات أو الرسوم البيانية، خاصة عند إظهار الأنماط أو الاتجاهات.

يتضمن استخلاص الاستنتاجات تجميع الأفكار المكتسبة من التحليل وتقديم إجابات أو وجهات نظر فيما يتعلق بسؤال البحث الأصلي.

في نهاية المطاف، يعد تحليل الوثائق إجراءً دقيقاً ومتكرراً. ولكن مع وجود خطة واضحة ونهج منظم، تصبح أداة فعالة في ترسانة الباحثين، مما يسمح لهم بالكشف عن رؤى عميقة من البيانات النصية.

ما هو تحليل النص؟ تحليل النص¹²، الذي غالباً ما يُشار إليه جنباً إلى جنب مع تحليل الوثائق، هو أسلوب يركز على استخلاص معلومات ذات معنى من البيانات النصية. في حين أن تحليل الوثائق يدور حول مراجعة وتفسير البيانات من مصادر مختلفة، فإن تحليل النص يركز على التفاصيل المعقّدة داخل هذه الوثائق، مما يتيح فهماً أعمق. تعتبر كلتا الطريقتين حيوتين في مجالات مثل اللغويات والأدب والعلوم الاجتماعية وتحليلات الأعمال.

في سياق تحليل الوثائق، يظهر تحليل النص كاستكشاف دقيق للمحتوى النصي. بعد أن يتم الحصول على الوثائق، سواء كان ذلك من الكتب أو المقالات أو الشبكات الاجتماعية أو أي وسيلة أخرى، فإنهما تخضع لمرحلة المعالجة المساعدة. هنا، يتم حذف المعلومات غير ذات الصلة، ويتم تصحيح الأخطاء، ويمكن ترجمة النص أو تحويله لضمان التوحيد.

يتم بعد ذلك تحويل هذا النص المنظف إلى وحدات أصغر مثل الكلمات أو العبارات، مما يسهل المراجعة الدقيقة. يتم تطبيق تقنيات خاصة بتحليل النص، مثل نمذجة الموضوع لتحديد الموضوعات التي تمت مناقشتها أو التعرف على الأنماط لتحديد الاتجاهات.

¹² - Chi, Z., & Chang, H. (2010). A text mining approach to exploring research trends in tourism. *Tourism Management*, 31(6), 1425-1434. [DOI: 10.1016/j.tourman.2010.01.006].

يمكن تصور الرؤى المشتقة باستخدام أدوات مثل الرسوم البيانية أو المخططات، مما يوفر فهماً أوضاع لعمق المحتوى. يتبع ذلك التفسير، مما يسمح للباحثين باستخلاص رؤى قابلة للتنفيذ أو استنتاجات نظرية بناءً على سياق الوثيقة الأوسع وتحليل النص المحدد.

يمثل دمج تحليل النص مع تحليل الوثائق تحديات فريدة من نوعها. مع انتشار المحتوى الرقمي، أصبحت إدارة مجموعات البيانات الضخمة عقبة كبيرة. إن التباين المتواصل في اللغة، المحمل بالفروق الثقافية الدقيقة، والتعابير، والسخرية في بعض الأحيان، يمكن أن يجعل التفسير الدقيق بعيد المنال¹³.

ترددات الكلمات: يمكن أن تكون سحابة الكلمات أداة قوية لتحليل النص لفهم طبيعة اللغة البشرية من حيث صلتها بسياق معين. يمكن للباحثين إجراء التنقيب عن النص في بياناتهم النصية غير المنظمة للتعرف على ما تتم مناقشته. يمكن للأداة ترددات الكلمات أيضاً تحليل أجزاء معينة من الكلام، مما يسهل استخراج النص بشكل أكثر دقة.

تحليل المشاعر: تستخدم أداة تحليل المشاعر معالجة اللغة الطبيعية (NLP) والتعلم الآلي لتحليل النص بناءً على المشاعر وتسهيل فهم اللغة الطبيعية. يعد هذا أمراً مهماً لـهام مثل، على سبيل المثال، تحليل مراجعات العملاء وتقييم رضا العملاء، لأنه يمكنك تصنيف أعداد كبيرة من سجلات بيانات العملاء بسرعة حسب توجهاتهم الإيجابية أو السلبية.

ترميز الذكاء الاصطناعي: يعتمد تشفير الذكاء الاصطناعي على كميات هائلة من بيانات التدريب لتفسير النص وترميز كميات كبيرة من البيانات النوعية تلقائياً. بدلاً من قراءة كل مستند سطرياً تلو الآخر، يمكنك اللجوء إلى AI لمعالجة بياناتك وتحصيص الوقت لمـهام التحليل الأكثر أهمية مثل التفكير النقدي والتفسير. يمكن أن تكون أدوات تحليل النص هذه مكملاً قوياً للبحث. عندما تقوم بإجراء تحليل مستند لفهم معنى النص، يمكن أن يساعد برنامج AI Coding في توفير بنية التعليمات البرمجية أو تنظيم البيانات التي تساعد في تحديد رؤى أعمق.

ملخصات الذكاء الاصطناعي: قد يكون التعامل مع أعداد كبيرة من المستندات المنفصلة مهمة شاقة إذا تم إجراؤها يدوياً، خاصة إذا كان كل مستند في مجموعة البيانات الخاصة بك طويلاً ومعقداً. إن تبسيط معنى المستندات وصولاً إلى رؤاها الأساسية يمكن أن يساعد الباحثين على تحديد الأنماط في البيانات.

¹³ - Busey, K. R., & Lenz, B. K. (2009). Qualitative data analysis: A practical methods guide. Sage Publications, p42.

تقوم ملخصات الذكاء الاصطناعي بهذا الدور باستخدام خوارزميات معالجة اللغة الطبيعية لتبسيط البيانات إلى نقاطها البارزة. يتم تخزين النص الذي تم إنشاؤه بواسطة ملخصات الذكاء الاصطناعي في مذكريات مرفقة بالمستندات لتوضيح مسارات الترميز والتحليل أو لتسلیط الضوء على كيفية نقل البيانات للمعنى.

3. تحليل وقراءة الصور والإشهار

سواء كنت تقرأ مجلة، أو تشاهد برنامجاً تلفزيونياً، أو حتى تجلس في صالة سينما، فمن المحتمل أن تتعرض لواجل من الإعلانات. تعد القدرة على تشريح الإعلان لاكتشاف أي أجندات مخفية أمراً مهماً¹⁴. إن النظر بعناية إلى جمهور الإعلان واستراتيجياته غالباً ما يكشف عن رسائل مخفية حول ما يعتقد المعلن بشأن هذا الجمهور. ليس هذا مثيراً للاهتمام فحسب، بل يساعدك أيضاً في العثور على نفس العناصر في الحجج المكتوبة.

الحجج البصرية

توفر الحجج المرئية أساساً رائعاً لاكتشاف عناصر البلاغة، لأننا غالباً ما نكون أكثر دراية بالصور من النصوص. إن عالمنا مليء بالحجج المرئية، بدءاً من الإعلانات على شاشات التلفزيون واللوحات الإعلانية على طول الطريق السريع وحتى القمصان والقبعات.

ومهما كان الشكل الذي تتخذه الصور، فإنها تستخدم للتواصل مع الجمهور. سواء كانت إحدى منظمات المساعدة الإنسانية تعرض صور الأيتام الجائعين للتعبير عن الحاجة الماسة للأموال أو يلتقط وكيل العقارات صورة لمنزل لجذب انتباه المشترين المحتملين أو تختار الصورة التي تريد وضعها على ملفك الشخصي على Instagram، يتم استخدام الصور من أجل جعل مجموعة متنوعة من النقاط.

في نواحٍ عديدة، تشكل الصور سلوكنا ويمكنها حتى تغيير حياتنا. يمكنك شراء منتج بناءً على إعلان، أو يمكنك الالتحاق بالجيش بناءً على إعلان. الصور المستخدمة في الحملات السياسية يمكن أن تغير حرفياً الطريقة التي تعمل بها الدولة من خلال التأثير على كيفية تصويت الناس في الانتخابات.

تحليل العناصر البصرية: يعد عرض العناصر المرئية أمراً في غاية الأهمية، حيث يؤثر على كيفية إدراك الحجة. مثلما قد تؤثر الطريقة التي تختار بها ملابسك أثناء مقابلة العمل على حصولك على الوظيفة أم لا، فإن اختيار كيفية تمثيل الأفكار بصرياً سيؤثر على مدى استقبال الجمهور للحجج.

¹⁴ - Chi, Z., & Chang, H. (2010). A text mining approach to exploring research trends in tourism. *Tourism Management*, 31(6), 1425-1434. [DOI: 10.1016/j.tourman.2010.01.006].

- عند تحليل الحجج المرئية، مثل الإعلانات، ضع الموقف البلاغي في الاعتبار. فيما يلي عناصر مهمة يجب التركيز عليها:
- المؤلف: من الذي أنشأ النص؟
 - الجمهور: من هو الجمهور المستهدف؟
 - الغرض: ما هو الغرض من هذه الصورة؟ ماذا يريد المؤلف من الجمهور أن يفعل؟
 - التصميم: كيف يتم وضع العناصر على الصفحة؟ هل يتكرر شيء؟ هل تم تسلیط الضوء على أي معلومات؟ كيف يتم استخدام الضوء واللون؟
 - الاستراتيجيات: هل تستخدم الصورة الفكاهة، والشعور بالذنب، والشباب، والمشاهير، وما إلى ذلك، لتوضیح نقطة ما؟ هل هناك أي مراجع ثقافية؟
 - متوسط: هل تحتوي الصورة أيضًا على نص؟ كيف يعمل النص مع الصورة لخلق المعنى؟
 - النص/النص الفرعی: ماذا تقول الكلمات؟ ما هي الآثار المترتبة على الكلمات¹⁵؟
 - السياق: كيف ترتبط الصورة بموقعها الأكبر؟ على سبيل المثال، إذا كانت الصورة موجودة في مجلة، فكيف ترتبط بالمحتوى الآخر في المجلة؟
 - التأکد من الجمهور المستهدف للإعلان التجاری. استخدم سياق الإعلان التجاری (على سبيل المثال، القناة التي يتم عرضه عليها) لمعرفة من يحاول المعلنون إقناعه. سيساعدك هذا على تحديد أنواع المعتقدات أو المشاعر التي يهدى الإعلان التجاری إلى جذبها.
 - على سبيل المثال، إذا ظهر الإعلان التجاری على قناة تلفزيونية تعرض بشكل أساسی برامج الأطفال، فيمكنك استنتاج أن المعلنين يحاولون جذب الأطفال أو ربما آباء الأطفال الصغار.
 - إذا رأيت إعلاناً تجارياً في إحدى دور السينما، فقد تتمكن من تحديد جمهوره المستهدف بناءً على طبيعة الفيلم. على سبيل المثال، الإعلانات التجارية التي تظهر قبل الأفلام ذات التصنيف R ربما تكون مخصصة لجمهور البالغين.

¹⁵ - Baker, P. D., & Faber, R. M. (2001). The use of word clouds in the classroom. Journal of Teaching English 25(3), 36-42.

بـ- افحص كيف يحاول الإعلان جذب انتباحك. يريد المعلنون أن تكون إعلاناتهم التجارية ملفتة للنظر ومقنعة أيضًا. ابحث عن الطرق التي تحاول الإعلانات التجارية جذبك إليها، مثل العناصر المرئية المهرجة أو المؤثرات الخاصة.

إن الطريقة التي يسعى بها الإعلان التجاري إلى جذب انتباحك يمكن أن توضح الكثير عن جمهوره المستهدف. على سبيل المثال، قد يستهدف الإعلان التجاري الذي يستخدم مؤثرات خاصة متفرجة المراهقين والشباب. لا يريد المعلنون أن تجذب إعلاناتهم التجارية انتباحك فحسب؛ يريدون أيضًا أن تذكره. فكر في كيفية بقاء تقنيات جذب الانتباه في ذهنك والتأثير على رؤيتك للمنتج على المدى الطويل.

جـ- تحديد نوع المزاج الذي يسعى الإعلان إلى خلقه، الهدف النهائي لأي إعلان تجاري هو تشكيل الطريقة التي تشعر بها تجاه منتج أو خدمة ما. افحص الحالة المزاجية للإعلان التجاري وكيف يعمل هذا المزاج على تشكيل مشاعرك تجاه منتج الإعلان التجاري.

على سبيل المثال، قد يعرض أحد الإعلانات التجارية بشكل بارز موسيقى مبهجة ووجوهاً مبتسمة وطقوسًا مشمسًا لخلق شعور عام بالسعادة يوجهك بعد ذلك نحو المنتج الذي يعلن عنه الإعلان التجاري. سيحاول المعلنون عادةً إنشاء إعلانات تجارية تضع منتجاتهم في صورة إيجابي. إن تحديد كيفية قيامهم بذلك سيكشف أيضًا عن المعتقدات أو القيم غير المعلنة التي يحاول الإعلان التجاري اتباعها.

دـ- استمع إلى الموسيقى التصويرية واسأل عن مدى تأثيرها على رد فعلك. قد تستخدم الإعلانات التجارية الموسيقى للتأثير بشكل خفي على رد فعلك العاطفي تجاه المنتج الذي يتم الإعلان عنه أو تستخدم نغمة لجعل الإعلان التجاري أكثر تذكرًا.

على سبيل المثال، قد تصاحب صور منتج عام مع موسيقى حزينة لتجعلك تشعر أن المنتجات الأخرى غير تلك التي يتم الإعلان عنها ليست جيدة.

أسأل نفسك ما إذا كان شعورك تجاه الإعلان التجاري سيتغير إذا استخدم نوعًا معيناً من الموسيقى مقابل نوع آخر، ثم فكر في السبب وراء إثارة أنماط الموسيقى المختلفة لاستجابات مختلفة منك.

هـ- فكر في كيفية تأثير الممثلين الذين تم اختيارهم للعب دور البطولة في الإعلانات التجارية عليك. يتخد المعلنون اختيارات متعمدة للغاية عندما يتعلق الأمر بتعيين ممثلين للتألق في الإعلانات التجارية. افحص عمر الممثل (الممثلين) وعرقه وجنسه لتحديد نوع الاستجابة التي يأمل المعلنون في الحصول عليها من جمهورهم.

على سبيل المثال، إذا قامت إحدى الشركات التجارية بإقران علامة تجارية معينة للبيرة مع نساء يرتدين البكيني، فقد يحاول المعلنون جذب المراهقين والبالغين من خلال الجاذبية الجنسية. فكر في سبب اختيار ممثل أو ممثلين من عرق أو جنس معين، وسائل نفسك ما إذا كان تصور المنتج سيتغير إذا تم استخدام ممثلي مختلفين في الإعلان التجاري. قد يشير هذا إلى تحيزات معينة أو دوافع لا واعية تعمل في الإعلان.

و- تحليل اللغة المستخدمة في الإعلان. تتميز جميع الإعلانات التجارية تقريباً بالحديث، إما من الممثلين الذين يلعبون دور البطولة في الإعلان التجاري أو من خلال التعليق الصوتي. افحص الكلمات المحددة الواردة في الإعلان التجاري لترى كيف يتم استخدامها لجذب مشاعر الجمهور.

إذا كنت تقوم بتحليل إعلان تجاري واحد أو أكثر لفئة التسويق، فقد تجد أن بعض الكلمات يتم استخدامها بشكل متكرر أكثر من غيرها. على سبيل المثال، تُستخدم كلمات مثل "لذيد" و"مثير" بشكل شائع في الإعلانات لأنها تميل إلى جعل المنتجات تبدو مرغوبة أكثر.

انتبه بشكل خاص للكلمات التي لا تُستخدم لوصف المنتج بشكل مباشر، وفك في سبب تضمين هذه الكلمات في الإعلان التجاري. إذا لم يتم استخدام الكلمات بشكل علني لإعلام الجمهور، فسيتم استخدامها للتأثير على المشاهدين سراً.

قائمة المراجع (المحاضرة السادسة):

1. Baker, P. D., & Faber, R. M. (2001). The use of word clouds in the classroom. *Journal of Teaching English* 25(3), 36-42.
2. Barratt, M. (2007). Document analysis: A case study of its use in research on sport coaching. *Qualitative Research in Sport and Exercise*, 1(1), 32-48. [DOI: 10.1080/17477520701401419.]
3. Belkin, N. J., & Croft, B. A. (1987). Retrieval strategies. In M. E. Marcu & R. J. Lauer (Eds.), *Advances in information retrieval* (pp. 55-112). Lexington Books.
4. Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-38.
5. Busey, K. R., & Lenz, B. K. (2009). *Qualitative data analysis: A practical methods guide*. Sage Publications, p42.
6. Chi, Z., & Chang, H. (2010). A text mining approach to exploring research trends in tourism. *Tourism Management*, 31(6), 1425-1434. [DOI: 10.1016/j.tourman.2010.01.006.]
7. Chi, Z., & Chang, H. (2010). A text mining approach to exploring research trends in tourism. *Tourism Management*, 31(6), 1425-1434. [DOI: 10.1016/j.tourman.2010.01.006.]
8. Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications, p12-33.

9. Creswell, J. W. (2007). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches. Sage Publications, p14.
10. Hansen, M. (1996). Constructing knowledge for action: Interactive learning and context. Sage Publications, p19.
11. Krippendorff, K. (2013). Content analysis: An introduction to its methodology. Sage Publications; p33.
12. Smith, M. R. (2005). Using documents in qualitative research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), The Sage handbook of qualitative research (4th ed., pp. 81-108). Sage Publications.
13. Van Riemsdijk, M., & Van der Wiel, B. A. (2004). The relevance of relevance judgment. *Information Processing & Management*, 40(1), 1-10. [DOI: 10.1016/S0024-3708(03)00022-0.]
14. Van Riemsdijk, M., & Van der Wiel, B. A. (2004). The relevance of relevance judgment. *Information Processing & Management*, 40(1), 1-10. [DOI: 10.1016/S0024-3708(03)00022-0.]
15. Wilson, T. D. (1981). On information structures and search strategies. In P. G. Hanson & K. E. Nilsen (Eds.), The information retrieval problem: An overview of research (pp. 263-288). Taylor & Francis.