

الباب الثالث

منهجية البحث

أ. نوع البحث ومدخله

تستخدم هذه الدراسة نوعَ البحث الميداني (*Field Research*) وهو البحث الذي يُجرى مباشرةً في الميدان؛ للحصول على البيانات المتعلقة بموضوع البحث^{٤٠}. استُخدم البحث الميداني في هذه الدراسة؛ لأن بياناتها جُمعت مباشرةً من الواقع الموجود في المجتمع، ولا سيما من المتاجر التي تستخدم العلامة التجارية باللغة العربية في مرتابورا. وأما المنهج المتبع في هذه الدراسة فهو المنهج الكيفي ذو الأسلوب الوصفي. ويُعد المنهج الكيفي منهجًا بحثيًا يُستخدم لفهم الظواهر الاجتماعية فهمًا عميقًا اعتمادًا على البيانات التي يتم الحصول عليها من الميدان^{٤١}. واستُخدم هذا المنهج؛ لأن البحث في العلامة التجارية بالعربية للمتاجر في مرتابورا لا يمكن قياسه بالأرقام، وإنما يحتاج إلى فهمٍ عميق من خلال الملاحظة، والمقابلات، وتحليل استخدام اللغة في حياة المجتمع.

ويعتمد هذا البحث على المدخل الوصفي لأن الباحثة تهدف إلى وصف أشكال العلامة التجارية باللغة العربية المستخدمة في المتاجر بمرتابورا، وبيان الوظيفة الاجتماعية لاستخدام اللغة العربية من منظور علم اللغة الاجتماعي^{٤٢}. وباستخدام المنهج الوصفي، تستطيع الباحثة وصف ظاهرة استخدام اللغة العربية في العلامة التجارية للمحال المتاجر وصفًا منهجيًا يتوافق مع الواقع الميداني. ويستخدم هذا البحث المنهج السوسيولوجي؛ لأنه يركز على العلاقة بين اللغة والمجتمع. وفي هذا البحث، تُفهم اللغة العربية

⁴⁰ Lexy J. Melong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), hlm.26.

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2020), hlm.9.

⁴² Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 72.

المستخدمة في أسماء المتاجر، واللافتات التجارية، والشعارات، ووسائل الدعاية والإعلان بوصفها مظهرًا من مظاهر استخدام اللغة في الفضاء الاجتماعي للمجتمع. ولذلك، لا يقتصر هذا البحث على دراسة أشكال اللغة العربية المستخدمة، بل يحلل أيضًا الوظيفة الاجتماعية لاستخدام اللغة العربية في الأنشطة الاقتصادية للمجتمع في مرتابورا.

ب. مكان البحث

أجري هذا البحث في عدة مواقع في منطقة مرتابورا، محافظة بنجر، كاليمانتان الجنوبية. وقد تم اختيار مواقع البحث بناءً على نتائج الملاحظة الأولية التي أجرتها الباحثة للعثور على المتاجر التي تستخدم العلامة التجارية باللغة العربية.

أجريت الملاحظة على مراحل من خلال تتبع مناطق المتاجر، بدءًا من المنطقة المحيطة بمكتب دائرة التربية في محافظة بنجر، الكائن في شارع بنديديكان رقم ٧، حي سنغاي أولين، منطقة مرتابورا، محافظة بنجر، كاليمانتان الجنوبية. ثم واصلت الباحثة الملاحظة إلى منطقة بينتو إير سكومبول أوجونغ الواقعة في شارع سكومبول أوجونغ، حي سكومبول، منطقة مرتابورا. وبعد ذلك أجرت الباحثة الملاحظة في منطقة تانجونغ رما، حي تانجونغ رما، منطقة مرتابورا، ثم في المنطقة المحيطة بمكتب دائرة الإطفاء في محافظة بنجر، منطقة مرتابورا. واختتمت سلسلة الملاحظات في منطقة مسجد بانجاسيلا حتى شارع إندراساري، منطقة مرتابورا، محافظة بنجر، كاليمانتان الجنوبية.

وقد اختيرت هذه المواقع بناءً على نتائج الملاحظة الأولية التي أظهرت وجود متاجر تستخدم اللغة العربية في علاماتها المتاجر. ومن خلال نتائج الملاحظة في جميع هذه المواقع، حددت الباحثة المتاجر التي انطبقت

عليها معايير البحث لتكون موضوعات للدراسة. وبعد ذلك، جُمعت بيانات البحث من خلال الملاحظة، والمقابلة، والتوثيق في المتاجر التي تم تحديدها.

ج . موضوع البحث وذاتيه

١. موضوع البحث

موضوع البحث هو الجهة التي تعد مصدرًا للمعلومات في البحث. وموضوع البحث في هذه الدراسة هو أصحاب المتاجر أو القائمون على إدارتها التي تستخدم العلامة التجارية باللغة العربية في عدد من المناطق التابعة لمنطقة مرتابورا، محافظة بنجر^{٤٣}.

بناءً على نتائج الملاحظة الأولية التي أجرتها الباحثة في المنطقة المحيطة بمكتب دائرة التربية في محافظة بنجر، ومنطقة بيتو إير سكومبول أوجونغ، ومنطقة تانجونغ ريماء، والمنطقة المحيطة بمكتب دائرة الإطفاء في محافظة بنجر، وكذلك منطقة مسجد بانجاسيلا حتى شارع إندراساري، وجدت الباحثة واحدًا وأربعين متجرًا تستخدم اللغة العربية في علاماتها المتاجر. ثم قامت الباحثة بعملية اختزال البيانات وفقًا للتركيز البحثي، وذلك باختيار المتاجر التي استوفت معايير البحث. وأسفرت عملية اختزال البيانات عن اختيار ثلاثة عشر متجرًا لتكون موضوعات البحث، وذلك من أجل الحصول على البيانات من خلال المقابلة، والملاحظة، والتوثيق بصورة أكثر عمقًا.

٢. ذاتي البحث

ذاتي البحث في هذا البحث هو أشكال العلامة التجارية باللغة العربية والوظيفة الاجتماعية لاستخدام اللغة العربية في المتاجر الواقعة

⁴³ Suharsimi Arikunto, *Produser Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 188.

في منطقة مرتابورا، محافظة بنجر. وقد دُرس هذا المحل من خلال المنهج السوسيولوجي للتعرف على أشكال العلامة التجارية باللغة العربية المستخدمة، وكذلك بيان معانيها ووظائفها الاجتماعية في حياة المجتمع^{٤٤}.

د. البيانات ومصادرها

أ) بيانات البحث

بيانات البحث هي المعلومات التي تجمعها الباحثة للإجابة عن أسئلة البحث. وتتمثل بيانات هذا البحث في البيانات اللفظية والبيانات البصرية المتعلقة بالعلامة التجارية باللغة العربية في المتاجر الواقعة في منطقة مرتابورا، محافظة بنجر.

وتشمل بيانات البحث ما يأتي:

- (١) بيانات الملاحظة المتعلقة بواحد وأربعين متجرًا تستخدم العلامة التجارية باللغة العربية.
- (٢) بيانات تتعلق بأشكال العلامة التجارية باللغة العربية في أسماء المتاجر، والشعارات، والعبارات الدعائية، وغيرها من العناصر البصرية.
- (٣) بيانات المقابلات مع أصحاب المتاجر أو القائمين على إدارتها الذين كانوا من المبحوثين في هذه الدراسة.
- (٤) بيانات التوثيق، وتشمل صور أسماء المتاجر، واللافتات التجارية، والشعارات، والعبارات الدعائية، ووسائل الدعاية والإعلان التي تستخدم العلامة التجارية باللغة العربية.

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2020), hlm. 39.

ب) مصادر البيانات

تتكون مصادر البيانات في هذا البحث من المصادر الأولية والمصادر الثانوية.

١. مصادر البيانات الأولية

تم الحصول على مصادر البيانات الأولية مباشرة من خلال الملاحظة (ختم المتجر)، والمقابلة، والتوثيق في المتاجر التي تستخدم العلامة التجارية باللغة العربية في عدد من المناطق التابعة لمنطقة مرتابورا، محافظة بنجر. وبناء على نتائج الملاحظة الأولية، وجدت الباحثة واحدًا وأربعين متجرًا تستخدم العلامة التجارية باللغة العربية، وقد اعتمدت هذه المتاجر مصدرًا للبيانات في هذا البحث^{٤٥}.

٢. مصادر البيانات الثانوية

تم الحصول على مصادر البيانات الثانوية من مختلف المراجع ذات الصلة بالبحث، مثل الكتب، والمجلات العلمية، والرسائل الجامعية، والمقالات العلمية، والوثائق الأخرى التي تتناول العلامة التجارية، وعلم اللغة الاجتماعي، والمشهد اللغوي، وعلم الأسماء، واستخدام اللغة العربية في الفضاء العام^{٤٦}.

هـ. أساليب جمع البيانات

أساليب جمع البيانات هي الإجراءات التي تستخدمها الباحثة للحصول على بيانات البحث^{٤٧}. أما أساليب جمع البيانات المستخدمة في هذا البحث فهي كما يأتي:

⁴⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 157.

⁴⁶ Suharsimi Arikunt, *Produser Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rinike Cipta, 2013), hlm. 172.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2020), hlm. 104.

١. الملاحظة

أجريت الملاحظة مباشرة في المتاجر التي تستخدم العلامة التجارية باللغة العربية في منطقة مرتابورا، محافظة بنجر. وقبل إجراء الملاحظة الميدانية، استعانت الباحثة بتطبيق خرائط جوجل لتحديد مواقع المتاجر التي يشتبه في استخدامها العلامة التجارية باللغة العربية وتوزيعها الجغرافي، وكذلك لإعداد مسار الملاحظة. ثم أجرت الباحثة الملاحظة ميدانيًا في المواقع التي سبق تحديدها. وبدأت الملاحظة من المنطقة المحيطة بمكتب دائرة التربية في محافظة بنجر الواقع في شارع بنديديكان رقم ٧، ثم واصلت الباحثة الملاحظة إلى منطقة بينتو إير سكومبول أوجونغ، ومنطقة تانجونغ ريمبا، والمنطقة المحيطة بمكتب دائرة الإطفاء في محافظة بنجر، واختتمت الملاحظة في منطقة مسجد بانجاسيلا حتى شارع إندراساري، بمنطقة مرتابورا، محافظة بنجر، كاليمانتان الجنوبية.

ومن خلال هذه الملاحظة، حددت الباحثة أسماء المتاجر، وأشكال العلامة التجارية باللغة العربية المستخدمة، والشعارات، والعبارات الدعائية، وغيرها من العناصر البصرية. وبناء على نتائج الملاحظة الأولية، وجدت الباحثة واحدًا وأربعين متجرًا تستخدم العلامة التجارية باللغة العربية، وقد شكلت هذه المتاجر البيانات الأولية للبحث.

٢. المقابلة

أجرت الباحثة المقابلات بعد الانتهاء من الملاحظة الميدانية للمتاجر التي تستخدم العلامة التجارية باللغة العربية^{٤٨}. وقد أُجريت المقابلات بأسلوب شبه منظم باستخدام دليل مقابلة تم إعداده مسبقًا، وذلك لضمان أن تكون عملية جمع البيانات موجهة، مع إتاحة الفرصة للمبحوثين لتقديم المعلومات بشكل أوسع.

⁴⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 186.

ويتمثل المبحوثون في هذه الدراسة في أصحاب المتاجر أو القائمين على إدارتها الذين يستخدمون العلامة التجارية باللغة العربية، والذين أبدوا استعدادهم لتقديم المعلومات وفقاً لاحتياجات البحث. ومن خلال المقابلات، حصلت الباحثة على بيانات تتعلق بخلفية استخدام العلامة التجارية باللغة العربية، ومعنى أسماء المتاجر، وأسباب اختيارها، والوظيفة الاجتماعية لاستخدام اللغة العربية في العلامة التجارية للأعمال. وتُستخدم بيانات المقابلات لتكملة وتعزيز البيانات التي تم الحصول عليها من خلال الملاحظة.

٣. التوثيق

يتم التوثيق من خلال جمع البيانات على شكل صور لأسماء المتاجر، واللافتات التجارية، والعبارات الدعائية، والشعارات، واللافتات الإعلانية، وغيرها من وسائل الدعاية والإعلان التي تستخدم عناصر اللغة العربية^{٤٩}. يُستخدم التوثيق كبيانات داعمة لتعزيز نتائج الملاحظة والمقابلة في هذا البحث.

و. أساليب تحليل البيانات

تحليل البيانات هو عملية معالجة البيانات وتفسيرها بعد الحصول عليها، بهدف الوصول إلى نتائج البحث^{٥٠}. تعتمد أساليب تحليل البيانات في هذا البحث على نموذج تحليل البيانات لمايلز وهوبرمان، الذي يتكون من اختزال البيانات، وعرض البيانات، واستخلاص النتائج.

١. اختزال البيانات

إختزال البيانات هو عملية انتقاء البيانات، والتركيز عليها، وتبسيطها، وتصنيفها، وفرزها من البيانات التي تم الحصول عليها أثناء البحث، بما يتوافق مع

⁴⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 274.

⁵⁰ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (California: SAGE Publications, 2014), hlm. 12–14.

أهداف الدراسة. ووفقًا لمايلز وهوبرمان، فإن إختزال البيانات يبدأ منذ بداية جمع البيانات ويستمر بشكل متواصل حتى انتهاء البحث.

وفي هذا البحث، بدأت الباحثة بإختزال البيانات عن طريق الملاحظة الأولية في عدة مناطق بمرتابورا، محافظة بنجر. وبناء على نتائج الملاحظة، وجدت الباحثة واحدًا وأربعين متجرًا تستخدم العناصر العربية في أسماء متاجرها. ثم قامت الباحثة بتصنيف هذه الأسماء إلى خمس فئات رئيسية، تتمثل في الأسماء ذوات المعاني اللغوية المعجمية، والأسماء المنسوبة إلى المالك أو أحد أفراد عائلته، والأسماء المنسوبة إلى المكان أو الهوية الثقافية، والأسماء المبنية على الاختصارات اللفظية، بالإضافة إلى الأسماء المزيجة بين اللغة العربية واللغات الأخرى كالإندونيسية أو الإنجليزية.

وبعد ذلك، أُجريت عملية الفرز والاختيار وفقًا لمعايير البحث، مثل وضوح العلامة التجارية، واستمرارية نشاط المتجر، وإمكانية التواصل مع المالك للمقابلة، حتى استقرت الباحثة على ثلاثة عشر متجرًا لتكون عينة أمثل للبحث العميق، بينما تُعرض القائمة الكاملة للمتاجر.

٢. عرض البيانات

يتم عرض البيانات في شكل وصف تحليلي لتكون البيانات المحصلة سهلة الفهم. وتُعرض البيانات بناءً على نتائج الملاحظة والمقابلات والتوثيق المتعلقة بالعلامات التجارية باللغة العربية في متاجر مرتابورا.

٣. استخلاص النتائج

يتم استخلاص النتائج بناءً على نتائج تحليل البيانات التي تم الحصول عليها. وترتبط نتائج هذه الدراسة بأشكال العلامة التجارية باللغة العربية ووظيفة الاستخدام الاجتماعي للغة العربية في المتاجر في مرتابورا من منظور علم الصرف وعلم اللغة الاجتماعي.

ز. تقنيات التحقق من صحة البيانات

يتم التحقق من صحة البيانات للتأكد من أن البيانات التي تم الحصول عليها في هذا البحث تتسم بالصحة ويمكن الوثوق بها^{٥١}. في هذا البحث، تم استخدام تقنية صدق البيانات من خلال التثليث.

يتم إجراء التثليث من خلال مقارنة البيانات الناتجة عن الملاحظة والمقابلات والتوثيق، بحيث تدعم البيانات بعضها البعض وتعزز نتائج البحث. بالإضافة إلى ذلك، تقوم الباحثة أيضاً بإعادة التحقق من البيانات التي تم الحصول عليها لضمان أن نتائج البحث تتوافق مع الظروف الموجودة في الميدان.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2020), hlm. 191.