

اتجاهات بحوث الإعلام الإلكتروني في الجزائر

من سنة 2005 إلى سنة 2010

دراسة تحليلية

أ: عائشة كعباش

جامعة الأمير عبد القادر بقسنطينة

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل اتجاهات الرسائل الجامعية المتخصصة في الإعلام الإلكتروني، والمناقشة بجامعة الجزائر 03، خلال الفترة (2005-2010)، وذلك في ضوء المتغيرات البحثية التالية: الموضوعات الإعلامية التي تناولتها تلك الرسائل ومناهج البحث التي استخدمتها، وكذلك أدوات جمع البيانات التي اعتمدها، وقد تكونت عينة الدراسة من (25) رسالة جامعية تم اختيارها بأسلوب الحصر الشامل. توصلت الدراسة للعديد من النتائج كان أهمها: اهتمام معظم الرسائل الجامعية بموضوع أثر الإعلام الإلكتروني على المستخدمين، وكان الجمع بين أكثر من منهج، والجمع بين أكثر من أداة هو الغالب في الرسائل التي تم تحليلها.

الكلمات المفتاحية: الاتجاهات، بحوث الإعلام والاتصال، الإعلام الإلكتروني.

Trends of electronic media research in Algeria from 2005 to 2010 analytical study.

Abstract

This study aimed to documenting and analyzing trends of thesis specialized in electronic and endorsed in algerian universities, during the period of (2005 - 2010). It was conducted in the light of many variables such as: media topics addressed by this thesis and research methods used, as well as data collection instruments adopted. The study sample consisted of (25) Thesis have been selected in a manner comprehensive inventory.

The study showed many results, the same as : most of thesis interesting topic of the impact of electronic media on the users, The combination of more than one approach, combining more than one instrument is predominant in the messages that have been analyzed.

Key words: trends, media and communication research, electronic media.

مقدمة

شهد هذا القرن الواحد والعشرين تطورات سريعة ومتلاحقة على مستوى تطور تكنولوجيا الاتصال ونظم المعلومات العالمية، وفي ظل التطور المستمر في وسائل الإعلام وتقنيات المعلومات، ازداد الاهتمام بالاتصال وعلومه ووسائله، وامتد هذا الاهتمام ليشمل دراسة وسائل الإعلام الحديثة والمتطورة، ومعرفة مدى تعرض الجماهير لهذه الوسائل من قبل الباحثين في العلوم الاجتماعية والإنسانية بصفة عامة.

اتجهت أنظار كثير من الباحثين في علوم الاتصال و باقي العلوم الاجتماعية الأخرى في السنوات الأخيرة لدراسة انعكاسات و تأثيرات تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال الحديثة على أنماط حياة الأفراد و تفكيرهم و تصرفاتهم، و كذا تأثيراتها على البنية السوسولوجية و الثقافية للمجتمعات، و قد أضحت هذه المجتمعات رقمية بامتياز تعتمد بقوة على تقنيات الاتصال كوسائل مهمة للتواصل الاجتماعي، معوضة بذلك أنماط الاتصال الكلاسيكية التي كانت ترتكز على مبدأ الالتقاء الجسدي، و الحضور الفيزيائي أثناء حدوث فعل الاتصال.

وقد كان لإزدياد تواتر الأفراد و ترابطهم مع تكنولوجيايات الاتصال، و اعتبارها وسائل لا يمكن الانعزال عنها أو العيش دونها، هو ما دفع بعدد من الباحثين من أقطار كثيرة من العالم إلى دراسة و تحليل العلاقات الرابطة بين هذه التكنولوجيايات و الأفراد، بهدف استجلاء دوافع استغراقهم في استخدام تكنولوجيايات الاتصال، و كشف أسرار ارتباطاتهم الشديدة بهذه الوسائل، إلى حد أن تتولد لديهم أعراض استخدام غير سوية كالإدمان المعلوماتي، و الشعور بالقلق و الكآبة في حالة عدم الاستعمال.

وهو الدافع الرئيسي الذي دفع الباحثين الجزائريين لنتاول موضوعات في الإعلام الإلكتروني في بحوثهم سواء في رسائل الماجستير أو في أطروحات الدكتوراه.

أولاً: إشكالية الدراسة وأهميتها:

تعد البحوث الإعلامية الجامعية في مرحلتي الماجستير والدكتوراه من أهم مصادر المعلومات الأولية، بما تنتجه من إضافات نوعية في حقول المعرفة المتخصصة، فضلا عن كونها عملا علميا يتم بإشراف أساتذة أكاديميين متخصصين، وفي الوقت ذاته تمتاز بحوث الماجستير والدكتوراه بتناول موضوعات مختارة بطريقة موضوعية محددة تلبي حاجة المجتمع، ويتم دراستها باستخدام مناهج البحث العلمي المتعارف عليها.

نظرا للأهمية القصوى لهذه الرسائل الجامعية، تحاول هذه الدراسة إلقاء الضوء على واقع البحث العلمي والدراسات العليا في مجال الإعلام الإلكتروني، في الفترة الممتدة بين سنة 2005 وسنة 2010 وذلك من خلال رصد مجموعة من المؤشرات للرسائل الجامعية المجازة في هذا المجال، ولهذا يمكن طرح الإشكالية على النحو الآتي: فيما تتمثل اتجاهات بحوث الإعلام الإلكتروني من خلال الأطر النظرية والمنهجية ومجالات الاهتمام؟ ونحاول الإجابة عن هذه الإشكالية من خلال تفريعها إلى مجموعة من التساؤلات:

ما هي موضوعات الاهتمام في بحوث الإعلام الإلكتروني في هذه الفترة؟

ماهي مناهج البحث المستخدمة في بحوث الإعلام الإلكتروني؟

ما هي الأدوات الأكثر اعتمادا في جمع البيانات في هذه البحوث؟

تتجلى أهمية هذه الدراسة في الأهمية التي أصبحت تكتسبها مصادر المعلومات الإلكترونية المتنوعة، المتمثلة في الانترنت، الصحافة الإلكترونية، الأقراص المضغوطة... في العمل الصحفي، والمزايا التي توفرها هذه المصادر من تقليص الحيز الزمني والمكاني في حصول الجمهور على المعلومات، بالإضافة إلى ميزة التفاعلية

التي لا تتوفر في الوسائل التقليدية، وهذا ما دفع إلى إقبال عدد كبير من الباحثين المتخصصين في الإعلام والاتصال إلى دراسة مجموعة من الموضوعات الإعلامية ذات العلاقة بهذه التقنية.

ثانياً: أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى رصد الاتجاهات الحديثة لبحوث الإعلام الإلكتروني، وذلك من خلال تحليل مضمون رسائل الماجستير والدكتوراه في الفترة ما بين 2005 إلى 2010.

ثالثاً: تحديد مصطلحات الدراسة:

- بحوث الإعلام:

اختلف الباحثون في وضع تعريف محدد وشامل لمصطلح البحوث الإعلامية يركز على ماهيتها ووظائفها وانعكاساتها استخدامها على ترشيد الممارسات الإعلامية، ومن أهم التعريفات التي تناولت مفهوم البحوث الإعلامية بأنها "الإطار الموضوعي الذي يضم كافة الأنشطة والعمليات الإعلامية والاتصالية مع الجهود المنظمة والدقيقة، وهدفها توفير المعلومات عن الجمهور الموجه إليه الرسالة الإعلامية وقنوات الاتصال ووسائله التي تستخدم كأساس في اتخاذ القرارات وتخطيط الجهود الإعلامية والاتصالية. ويحدد الباحث مهمة البحوث الإعلام التي تبدأ من الجهود الإعلامية وتستمر باستمرارها وتقيس فعاليتها قياساً مرحلياً وشاملاً، وتشمل خدماتها كافة العناصر الداخلية في العملية الاتصالية " الجمهور، الوسائل الرسائل، المصادر، التأثيرات المستهدفة بطريقة متوازنة ومتكافئة⁽¹⁾.

- بحوث الإعلام الإلكتروني:

يقصد بالإعلام الإلكتروني الوسائل الإعلامية التي يتم تقديمها عبر الحاسب بما في ذلك شبكة المعلومات العالمية (الانترنت)، والأقراص المدمجة ونحوها، فمن خلال وسيلة واحدة قابلة للتحويل إلى مجموعة وسائل أو وسائط إعلامية في آن واحد Multimedia، التي تحوي على خاصية الوصول إلى كم متنوع وهائل من المعلومات، لم تكن متيسرة من قبل⁽²⁾.

- الرسائل الجامعية:

تعرف الرسائل الجامعية بأنها عمل علمي، يتقدم به طالب الدراسات العليا في الجزء الأخير من مدة دراسته، والتي تختلف من دولة إلى أخرى ومن نظام جامعي إلى آخر، لغرض الحصول على درجة جامعية معينة في الغالب تكون ماجستير أو دكتوراه، وتختلف تسميتها باللغة الإنجليزية من مكان إلى آخر، حيث تسمى رسالة الدكتوراه في بريطانيا Thesis، بينما الاسم الأكثر استخداماً في الولايات المتحدة الأمريكية هو (Dissertation)⁽³⁾.

وتعد البحوث الإعلامية الجامعية في مرحلتها الماجستير والدكتوراه من أهم مصادر المعلومات الأولية بما تنتجه من إضافات نوعية في حقول المعرفة المتخصصة، فضلاً عن كونها عملاً علمياً يتم بإشراف أساتذة أكاديميين متخصصين، وفي الوقت ذاته تمتاز بحوث الماجستير والدكتوراه بتناول موضوعات مختارة بطريقة موضوعية محددة تلبي حاجة المجتمع، ويتم دراستها باستخدام مناهج البحث العلمية المتعارف عليها عالمياً⁽⁴⁾.

- التعريف الإجرائي لاتجاهات بحوث الإعلام الإلكتروني:

اتجاهات بحوث الإعلام الإلكتروني هي السمات الغالبة على البحوث، مثل الاتجاهات الموضوعية والاتجاهات المنهجية... على النحو الذي تفصّله أهداف الدراسة وتساؤلاتها.

رابعاً: حدود الدراسة:

تقتصر هذه الدراسة على تحليل النتائج العلمي لبحوث الإعلام الإلكتروني، في 25 رسالة ماجستير ودكتوراه تناولت الإعلام الإلكتروني، ونوقشت بجامعة الجزائر 03 دون غيرها من الجامعات الجزائرية، في الفترة ما بين سنة 2005 إلى سنة 2010، ولا تنطبق إلى النتائج الذي تتضمنه الأوعية الأخرى، كمنكرات الماستر، والبحوث المحكمة في المجالات العلمية، أو وقائع المؤتمرات والندوات... كما تقتصر الدراسة على الحصول على بيانات عن بعض المؤشرات المحددة.

خامساً: نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، وهذا النوع من الدراسات لا تقف عند حد جمع البيانات وإنما يمتد مجالها إلى تصنيف البيانات والحقائق التي تم تجميعها وتسجيلها، وتفسير هذه البيانات وتحليلها تحليلًا شاملاً واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها، تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراسة(5).

سادساً: منهج الدراسة:

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح الذي يعدُّ "جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموع الظواهر موضوع البحث". وتعتبر المسوح من أكثر المناهج البحثية استخداماً في كافة مجالات الحياة، فهي تستخدم في كل من البحث الأكاديمي والبحث الخاص، والمسوح يمكن استخدامها في تحقيق أهداف عديدة قد تكون وصفية أو تفسيرية أو استكشافية(6).

سابعاً: عينة الدراسة:

بدلاً من أخذ عينة استخدمت الباحثة أسلوب الحصر الشامل بالنسبة للرسائل الجامعية المناقشة في جامعة الجزائر 03 في الإعلام الإلكتروني من سنة 2005 إلى سنة 2010، وذلك بالعودة إلى مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني أين تودع كل البحوث المناقشة في الجزائر، وقد شهدت هذه الفترة المدروسة اهتماماً كبيراً من قبل الباحثين في الجزائر بهذا الموضوع، وتم حصر 25 بحثاً بين أطروحات الدكتوراه ومذكرات الماجستير.

ثامناً: خلفية نظرية:

1- مراحل تطور بحوث الإعلام: لقد مرت بحوث الاتصال بعدة مراحل منذ ظهورها في عقد الثلاثينيات من القرن العشرين، و ظلت تتمحور حول دراسات المجالات الإعلامية المتعددة كتحليل المضمون و الدعاية و الإعلان و بعض الاستقصاءات التي كانت تقوم بها وسائل الاتصال للتعرف على آراء الجمهور و أدواقه، و تميزت تلك البحوث في البداية بالبساطة و التركيز على بحوث الاتصال بشكل محدد، ثم تلا ذلك مرحلة القيام بالدراسات التي تهدف إلى النهوض بالإعلان و تنظيم حملات الانتخابات و استفتاءات الرأي العام و دعم أنشطة العلاقات العامة و زيادة توزيع الصحف. وفي مراحلها الأولى اهتمت بحوث الإعلام بالتركيز على مجالين اثنين المجال الأول:

دراسة التأثيرات الناتجة عن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، و كيفية حدوث مثل هذه التأثيرات. المجال الثاني: دراسة الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام.

و من هنا كان على الباحثين أن يختاروا بين أحد الأنموذجين:

- نموذج (شانون و ويفر) الذي فسره علماء الاتصال بأنه نموذج خطي أحادي الاتجاه.

- نموذج (نوربرت وينر) الأكثر تعقيدا، و الذي يهتم برجع الصدى و العلاقة التفاعلية⁽⁷⁾.

وفي عقد الستينات انتقلت بحوث الاتصال في الدول الصناعية والرأسمالية المتقدمة من التركيز على دراسة كفاءة وسائل الاتصال إلى إجراء دراسات تتناول آثارها الفعلية ووضع تصميمات أولية لنظم اتصالية جديدة، و تواكب هذا الاهتمام مع مرحلة الاستقلال التي شملت دول العالم الثالث، و أدت إلى ظهور ما يسمى (بالخريطة الإعلامية للدول النامية)، التي تضمنت العديد من وسائل الإعلام، كالصحف و المجلات و القنوات المسموعة و المرئية، فضلا عن إنشاء عدد كبير من المعاهد و مراكز البحوث الإعلامية على امتداد قارات العالم، و تم اعتماد برامج البحوث الإعلامية التي أجريت في تلك المعاهد على جهود الخبراء الأجانب أو الأساتذة الذين تعلموا و تدربوا في دول أجنبية، ثم طبقوا عليها مواضيع إعلامية في بلدانهم، من خلال استخدام قضايا غربية قد لا تتفق في معظم الأحيان مع طبيعة المشكلات الأقطار العربية و الدول النامية⁽⁸⁾.

وخلال القرن الماضي ظهرت مدرستان كمحاولة لتأسيس علم للاتصال بعيدا عن العلوم الاجتماعية الأخرى، و هي المدرسة النقدية و المدرسة الإمبريقية، و اعتمد الباحثون في معظم الأقطار العربية على المدرسة الإمبريقية، بحكم أن أغلبهم خريجو الجامعات الغربية و الأوروبية القائمة على المنهج الكمي، و التي تتخذ من أدوات البحث العلمي أساسا منهجيا لجمع المعلومات للحصول على استنتاجات كمية لتفسير الظواهر المدروسة⁽⁹⁾.

2- أهمية بحوث الإعلام: شهدت العقود الخمسة الماضية من القرن العشرين جدلا واسع النطاق حول أهمية بحوث الإعلام والاتصال الجماهيري، وامتد هذا الجدل ليشمل كل الأعمال والوسائل والأساليب الإعلامية والاتصالية محليا ودوليا، وما يمكن أن تؤديه الأبحاث الاتصالية من دور متميز في ترشيد السياسات الإعلامية التي تتطوي عليها هذه الوظائف والوسائل والأساليب، وتطوير طرائق وأساليب الممارسات الإعلامية المختلفة هذا الجدل الذي جرى تمخض عن اكتشاف العديد من المتغيرات الناطمة لبحوث الإعلام، من حيث أهميتها، وأهدافها ومجالاتها، ودورها الوطني والإقليمي والدولي، ومناهجها، والمشكلات التطبيقية التي تواجهها ونقل من إمكانية الاستفادة منها⁽¹⁰⁾.

3- أهداف البحث الإعلامي: يسعى البحث الإعلامي - كغيره من بحوث العلوم الاجتماعية والإنسانية - إلى تحقيق عدد من الأهداف، ولكن بدرجات متفاوتة في دقتها عن بحوث العلوم الطبيعية، إلا أن أهداف البحث الإعلامي يتمثل في:

التفسير: يهدف البحث الإعلامي في هذا الجانب إلى التعرف على وضعية الظاهرة محل البحث، وبيان عناصرها ومكوناتها وعلاقتها بالظواهر الأخرى. وتعتبر البحوث الإعلامية التاريخية، والوصفية التفسيرية، من أنسب أنواع البحوث التي يمكن أن تعمل على تحقيق هذا الهدف⁽¹¹⁾.

الضبط كهدف للبحث الإعلامي:

يهدف البحث الإعلامي في هذا الجانب إلى محاولة التحكم في العوامل المؤدية إلى الظاهرة، بغرض السيطرة عليها أو الحد من تأثيرها أو توجيهها وجهة معينة. حيث تسعى البحوث التجريبية وشبه البحوث التجريبية إلى تحقيق هذا الهدف، بالإضافة على الهدف السابق ذكره. ذلك أن تحقيق الضبط كهدف للبحث الإعلامي قد استعان إلى حد كبير بعناصر الاستقراء العلمي، وأهمها: التحليل والتركيب. فالتحليل مكن من إدراك الحقائق الجزئية

للظاهرة والتعرف على العلاقات القائمة بين هذه العناصر بعضها ببعض، كما مكن التركيب من تجميع هذه الحقائق الجزئية للخروج بصورة كلية واضحة عن الظاهرة قيد البحث، وبالتالي أمكن فهم العوامل المؤدية إلى الظاهرة، ومن ثم إمكانية ضبطها والتحكم فيها وعزلها عند إجراء التصاميم التجريبية⁽¹²⁾.

أ - التنبؤ كهدف للبحث الإعلامي :

التنبؤ في بحوث الإعلام يأتي بمعنى الاحتمال القوي، إذ يتوقع الباحث عن طريقة ما قد يحدث للظاهرة إذا سارت الظروف سيراً معيناً، وهنا يكون التنبؤ خاضعاً لاحتمال بدرجات مختلفة، ذلك أن الظواهر الإعلامية كغيرها من الظواهر الاجتماعية لا تتأثر بعامل واحد أو عاملين، وإنما تتأثر بعوامل كثيرة معقدة. فعلى سبيل المثال: إذا درسنا ظاهرة تأثير التلفزيون على سلوك الطفل، فمن الصعب إرجاع هذه الظاهرة إلى التلفزيون بمفرده، ذلك أن هناك عوامل يمكن أن تؤثر على السلوك عند الطفل. فبعد إدخال الأساليب الإحصائية، واستخدام معايير الصدق والثبات أمكن للبحوث الإعلامية التنبؤ بمستقبل الظاهرة، كما أمكن التوصل إلى نظريات متعددة، بدأت تأخذ طريقها إلى الاستقرار، وخاصة تلك النظريات التي تتصل بدور وسائل الاتصال وتأثيرها⁽¹³⁾.

تاسعا: الجانب التحليلي:

الجدول رقم: (01) يوضح تصنيف بحوث الإعلام الإلكتروني حسب سنوات المناقشة في مرحلتي الدكتوراه والماجستير.

المجموع	مذكرات الماجستير		أطروحات الدكتوراه		سنوات المناقشة
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
06	28.57%	06	00%	00	2006-2005
03	9.52%	02	25%	01	2007-2006
04	19.04%	04	00%	00	2008-2007
04	14.28%	03	25%	01	2009-2008
08	28.57%	06	50%	02	2010-2009
25	100%	21	100%	04	المجموع

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم: (01) إلى أنّ عدد الرسائل التي تم تحليلها بلغ (25) رسالة موزعة على (04) أطروحات دكتوراه و (21) مذكرة ماجستير، وهذا التفاوت الكبير بين أطروحات الدكتوراه ومذكرات الماجستير التي تناولت الإعلام الإلكتروني، يعود إلى أنّ برنامج الدكتوراه في الجامعة الجزائرية يختلف عن برنامج الماجستير من حيث الفترة الزمنية التي يقضيها الباحث في إنجاز لبحته، فالفترة المتاحة لإنجاز أطروحة دكتوراه يمكن إنجاز أكثر من 03 مذكرات ماجستير فيها، كما أنّه ليس بالضرورة أنّ كل من يحصل على درجة الماجستير يحصل على درجة الدكتوراه.

بالنسبة لسنوات مناقشة هذه البحوث شهدت الفترة من 2009-2010 أكبر عدد من بحوث الإعلام الإلكتروني بالمقارنة مع غيرها من السنوات، وهذا يعود إلى التطور التكنولوجي في وسائل الإعلام المختلفة، والحاجة إلى مثل هذه البحوث لدراسة انعكاسات وتأثيرات هذه التكنولوجيا سلباً وإيجاباً على المتلقي سواء كان صحفياً أو عاملاً في مؤسسة إعلامية، أو كان من الجمهور العام، فهذه البحوث تحاول مواكبة المستجدات الإلكترونية.

الجدول رقم: (02) يوضح تصنيف بحوث الإعلام الإلكتروني حسب الموضوعات.

موضوعات بحوث الإعلام الإلكتروني	التكرار	النسبة المئوية %
بحوث الإنتاج الإعلامي الإلكتروني	01	04%
بحوث استخدامات الجمهور للإعلام الإلكتروني	09	36%
بحوث مقارنة الوسائل الإعلامية الإلكترونية مع الوسائل التقليدية	05	20%
بحوث تأثير الإعلام الإلكتروني	10	40%
المجموع	25	100%

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم: (02) أنّ أكبر نسبة من البحوث تناولت موضوع تأثير الإعلام الإلكتروني حيث بلغت 40% من عينة الدراسة، وعند الإمعان في هذه الرسائل نجد أن معظمها قد اهتم بمحاولة الكشف عن أثر التنوع في الوسائط الإعلامية على درجة تلقي المستخدمين للمواد الإعلامية المقدمة من خلالها حيث تعرض المعلومة في أشكال مختلفة مما يساعد على إيصالها للمستقبل بصورة أفضل من عرضها في شكل واحد فقط.

كما تطرقت هذه الرسائل إلى أثر الإعلام الإلكتروني على الأداء الصحفي للمؤسسات الإعلامية المختلفة خاصة الصحافة المكتوبة والتلفزيون، وعلى أداء العاملين فيها من صحفيين ومسؤولين، وتناولت نسبة قليلة من هذه الرسائل أثر الإعلام الإلكتروني على الاتصال الشخصي للصحفيين، وكذا للجمهور المتلقي لهذا النوع من الإعلام، ورسائل أخرى تناولت موضع أثر هذا الإعلام الجديد على اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم.

وجاءت بحوث استخدامات الجمهور للإعلام الإلكتروني في المرتبة الثانية من حيث الاهتمام بنسبة بلغت 36%، حيث حرص الباحثون في هذه الرسائل على معرفة درجة تعرض الجمهور لتلك المواد واستخداماتهم لها وكانت أهم الموضوعات التي جذبت اهتمام الباحثين، موضوع التعرض للصحف الإلكترونية، وتركزت أهم العناصر التي تناولتها تلك الرسائل على المتغيرات المتعلقة بخصائص الجمهور القارئ لهذا النوع الجديد من الصحف ودرجة إقباله عليها، واتجاهاته نحوها.

ولم ينحصر البحث في مجال استخدامات الجمهور للصحف الإلكترونية على جمهور القراء فقط، وإنما امتد ذلك إلى دراسة استخدامات الصحفيين أنفسهم، أو صحفهم بشكل عام لهذه الوسيلة كمصدر لجمع المادة الصحفية إذ أنّ، إقبال الصحفيين عليها شهد نموا مطردا لغزارة المعلومات الهائلة التي توفرها في كافة الموضوعات.

وجاءت في المرتبة الثالثة بحوث مقارنة الوسائل الإعلامية الإلكترونية مع الوسائل التقليدية بنسبة 20% حيث ركزت هذه الرسائل على مقارنة الوسيلة الجديدة بأقرب الوسائل التقليدية شيئا بيا، وذلك من أجل التعرف على مدى قدرة الوسائل الرائدة في المحافظة على كينونتها، وقدرة الجديد على منافستها أو إلغاء بعض خصائصها وأجرت أغلب هذه الرسائل مقارنة بين الإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي في السمات والخصائص، وتطرق بعضها إلى البحث في التأثيرات المستقبلية لوسائل الإعلام الجديدة على الوسائل التقليدية وتحديدًا الصحافة الإلكترونية على نظيرتها الورقية، وهل يمكن أن تصبح الأولى بديلا للأخيرة من خلال دراسة لواقع عينة من الصحف الجزائرية المستقلة، أو الصحف التابعة للدولة.

لم تحظ بحوث الإنتاج الإعلامي الإلكتروني باهتمام الباحثين حيث احتلت المرتبة الأخيرة بنسبة 04% والرسالة الوحيدة في هذا المجال تناولت بالدراسة عملية إخراج الصحف الإلكترونية من خلال رصد وتحليل وتقويم العناصر البنائية من عناوين، وصور وألوان ورسوم، والنصوص الفائقة... في العناصر التي تؤثر في المظهر العام

للصحيفة وأسلوب بنائها.

الجدول رقم: (03) يوضح تصنيف بحوث الإعلام الإلكتروني حسب المداخل النظرية المستخدمة في عينة البحث.

النسبة المئوية %	التكرار	المداخل النظرية لبحوث الإعلام الإلكتروني
12%	03	مدخل الاستخدامات والإشباع
00%	00	مدخل ترتيب الأولويات
00%	00	مدخل الغرس الثقافي
04%	01	مدخل الممارسة المهنية
84%	21	عدم الاعتماد على مدخل نظري
100%	25	المجموع

يتبين من البيانات الواردة في الجدول أعلاه أنّ بحوث هذه العينة التي تم تحليلها لم تبين إشكالياتها على مداخل نظرية، عدا البعض منها التي استخدمت مدخل أو نظرية الاستخدامات والإشباع بنسبة 12% فقط من عينة الدراسة، وتعد نظرية الاستخدامات والإشباع من أهم نظريات الاتصال الحديثة التي تفسر الدور الذي يلعبه الجمهور في عملية الاتصال مع وسائل الإعلام، حيث تعتبر الحاجات والدوافع من العوامل المحركة للاتصال وبصفة خاصة تلك الحاجات والدوافع التي يتوقع الفرد أن يشبعها أو يلبّيها له الآخرون لتحقيق التكيف مع البيئة، ويعتبر إشباع الحاجات وتلبية الدوافع، ضرورة لدى الفرد حتى يتحقق له الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير، ونظراً لاهتمام العلماء بدرجة تأثير الحاجة وحركة الدوافع وعلاقتها بالسلوك الإنساني، ظهرت اتجاهات عديدة في علم النفس لتصنيف الحاجات والدوافع⁽¹⁴⁾.

ومن هذا المنطلق تختلف هذه النظرية عن النظريات الأخرى، حيث تركز على خصائص الجمهور ودوافعه انطلاقاً من مفهوم الجمهور الإيجابي الذي يستخدم رسالة إعلامية معينة لإشباع حاجة أو حاجات معينة، أو لتحقيق منفعة ما بعيداً عن مقولة (التعود)، وبهذا أصبح على القائمين بمهمة الإعلام جهداً مضاعفاً، وهو التعرف على اتجاهات وأذواق المتلقين، بالإضافة إلى صنع الرسالة الإعلامية التي تتناسب مع توجهات ورغبات واحتياجات جمهور المتلقين، ورغبات وإمكانات الإعلامي⁽¹⁵⁾.

واستخدمت رسالة واحدة مدخل الممارسة المهنية في موضوع تأثير الإعلام الإلكتروني على الأداء الإعلامي لدى الصحفيين الجزائريين.

ومدخل الممارسة المهنية: تعني "وصف اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها في إطار العلاقة مع غيرها من العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر في هذه الممارسة، وتأثيرات الممارسة المهنية على المنتج الإعلامي في النهاية".

و"هي محصلة تفاعل عدد من العناصر والعوامل التي تبدأ من الالتزام بالفكرة أو المبدأ أو الهدف العام للمؤسسة إلى الضوابط والقيود التي تفرضها العلاقات التنظيمية والأدوار والمراكز المرتبطة بالإطار التنظيمي للمؤسسة"⁽¹⁶⁾.

الجدول رقم: (04) يوضح تصنيف بحوث الإعلام الإلكتروني حسب المناهج المستخدمة في عينة البحث.

النسبة المئوية %	التكرار	المناهج المعتمدة في بحوث الإعلام الإلكتروني - عينة البحث -
20%	05	المنهج المسحي
20%	05	المنهج الوصفي
00%	00	المنهج المقارن
00%	00	المنهج التاريخي
00%	00	المنهج التجريبي
12%	03	منهج دراسة الحالة
48%	12	أكثر من منهج
100%	25	المجموع

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم (04) أنّ معظم الرسائل الجامعية المتخصصة في الإعلام الإلكتروني اعتمدت في إجراءاتها البحثية على أكثر من منهج، حيث بلغت نسبة هذه الرسائل 48% من مجمع الرسائل عينة الدراسة، حيث تجمع بين المنهج التاريخي والمنهج الوصفي والمنهج المسحي، ودراسات أخرى جمعت بين المنهج المسحي والمنهج المقارن والمنهج التاريخي، وذلك من أجل إدراك الإجابات التي تتضمنها إشكاليات هذه البحوث، والاستعانة بالمنهج التاريخي، يكون من خلال دراسة التطورات التاريخية التي مرت بها الظاهرة المدروسة ويقوم المنهج المسحي على تناول الظواهر الأخرى، ودرجة ارتباطها بالظاهرة محل الدراسة كما يعتمد على عنصري الوصف والتحليل لربط هذه المتغيرات مع بعضها البعض، وكشف العلاقات فيما بينها، ولمقارنة معطيات ظاهرة معينة، أو مقارنتها مع الظواهر الأخرى المشابهة، يضيف الباحث المنهج المقارن.

احتلت البحوث التي اعتمدت على المنهج المسحي المرتبة الثانية مع البحوث التي استخدمت المنهج الوصفي، بنفس النسبة المقدرة بـ 20% من مجموع البحوث عينة الدراسة، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة البحوث المستخدمة لمنهج دراسة الحالة بنسبة 12%، وهو من البحوث الكيفية. أما البحوث التجريبية والبحوث المقارنة والبحوث التاريخية لم تحظ باهتمام الباحثين كمناهج منفردة في دراسة موضوعات الإعلام الإلكتروني، ولكن اعتمدت كمناهج مكملة.

الجدول رقم: (05) يوضح تصنيف بحوث الإعلام الإلكتروني حسب أدوات جمع البيانات المستخدمة في عينة الدراسة.

النسبة المئوية %	التكرار	أدوات جمع البيانات في بحوث الإعلام الإلكتروني - عينة الدراسة -
08%	02	تحليل المضمون
12%	03	الاستبيان
00%	00	المقابلة
08%	02	الملاحظة
56%	14	الجمع بين أكثر من أداة
16%	04	لم تُذكر أية أداة
100%	25	المجموع

يكشف لنا الجدول رقم (05) أنّ جل الرسائل الجامعية التي تم تحليلها جمعت بين أكثر من أداة لجمع

البيانات الخاصة بالإعلام الإلكتروني في الموضوعات المتنوعة التي تناولتها بالدراسة، بنسبة 56% وذلك لتحقيق أهداف هذه الدراسات، حيث جمعت أغلب الرسائل بين الاستمارة والمقابلة والملاحظة، وكان استخدام الملاحظة عن طريق مشاركة المؤسسات الإعلامية والصحفية عملها اليومي، وملاحظة كيفية التعامل مع الانترنت وتقنياته، وملاحظة ردود الأفعال للعاملين في هذه المؤسسات، أما المقابلة فقد استخدمت من أجل تدعيم البحث، وذلك بتلقي شروحات وتفاصيل ومعلومات مهمة من المسؤولين على هذه الوسائل، أما الاستبيان فهو موجه عادة إلى عينة من الصحفيين العاملين في هذه الوسائل.

وجاءت في المرتبة الثانية البحوث التي لم تذكر أية أداة في جمعها للمعلومات، فكانت بحوث نظرية، ولم تكن بحاجة إلى بيانات كمية لذلك لم تعتمد على هذه الأدوات، وتلتها البحوث التي اعتمدت على الاستمارة في المرتبة الثالثة بنسبة 12%.

احتلت البحوث التي استخدمت تحليل المضمون المرتبة الرابعة، مع البحوث التي استخدمت الملاحظة بنفس النسبة المقدرة بـ 08%، وهذه البحوث قامت بتحليل محتوى الصحف الإلكترونية، ومحتوى المدونات الإلكترونية العربية، وتقيد دراسة تحليل المضمون في التعرف على كل أو بعض العناصر التالية :

- مدى اهتمام وسائل الإعلام بالموضوعات الإعلامية المختلفة بصفة عامة، ومدى اهتمام كل وسيلة بنوعيات معينة من الموضوع.
- الأهمية النسبية التي توليها كل وسيلة إعلامية لكل موضوع من الموضوعات الإعلامية التي تقدمها، مع التعرض في هذا المجال للمساحات والأوقات الخاصة بكل موضوع، وللوحدات الشكلية وطرق العرض التي تتبعها، مما يعكس إلى حد كبير درجة الاهتمام بهذه الموضوعات.
- تحليل كل موضوع من الموضوعات بطريقة تفصيلية بهدف التعرف على ما يشتمل عليه من نقاط رئيسية، وما يركز عليه من اتجاهات، وما يستهدف توصيله من معلومات معينة أو الإيحاء به من أفكار ومقاصد خاصة⁽¹⁷⁾.

واعتمدت بعض البحوث على الملاحظة كأداة لجمع البيانات خاصة في البحوث الكيفية المتمثلة في دراسة الحالة، ويُقصد بالملاحظة في مجال البحث العلمي المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر، أو لمجموعة منها بالاستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب التي تتفق مع طبيعة هذه الظواهر، وذلك بهدف معرفة صفاتها وخواصها والعوامل الداخلة فيها⁽¹⁸⁾.

لم تعتمد المقابلة في بحوث الإعلام الإلكتروني بشكل منفرد ولكن وُظِّفت إلى جانب كل من الملاحظة والاستمارة.

الخاتمة:

- من خلال البحث في اتجاهات بحوث الإعلام الإلكتروني التي نوقشت بجامعة الجزائر 03، من سنة 2005 إلى سنة 2010 خلصت الباحثة إلى جملة من النتائج الآتية:
- تحل بحوث الإعلام الإلكتروني مكانة معتبرة ضمن الدراسات الإعلامية الشاملة، التي تتجزأ مؤسسات أكاديمية وإعلامية، ومراكز متخصصة، والتي ما فتئت تنتشر مع اتساع رقعة استخدام الانترنت في مختلف المجالات، وعلى كل المستويات، وبهذا استطاعت بحوث الإعلام الإلكتروني أن تستأثر باهتمام الباحثين في العلوم الاجتماعية والإنسانية، باعتبارها أبحاثا تواكب التطورات التكنولوجية وتساهم في إثراء المكتبة الجزائرية بالإنتاج المعرفي.
 - اهتمام الجامعة الجزائرية ببحوث الإعلام الإلكتروني، ويتجلى ذلك في فتح فروع وتخصصات في هذا المجال مثل مجتمع المعلومات، تكنولوجيات واقتصاديات وسائل الإعلام، قياس جمهور وسائل الإعلام وغيرها.
 - بلغ مجموع البحوث التي تم تحليلها 25 بحثا وكان النصيب الأكبر منها لبحوث الماجستير التي بلغت 21 بحثا.
 - تنوع المواضيع التي تناولت الإعلام الإلكتروني في عينة البحث، منها بحوث تهتم بالإنتاج الإعلامي الإلكتروني، بحوث تنظر في استخدامات الجمهور للإعلام الإلكتروني، بحوث تجري مقارنات بين الوسائل الإعلامية الإلكترونية مع الوسائل التقليدية، بحوث ترصد تأثير الإعلام الإلكتروني.
 - اتجهت اهتمامات الباحثين في موضوعات الإعلام الإلكتروني إلى موضوع حساس وهو تأثير الإعلام الإلكتروني على الإدراك المعرفي، والاتجاهات، والسلوكيات، وحتى على الاتصال الشخصي لمستخدميه، وهو موضوع مهم جدا ويعكس إلى حد كبير الواقع الإعلامي والاجتماعي والسياسي والاقتصادي للفرد الجزائري سواء كان من الجمهور العام أو العاملين في المؤسسات الإعلامية المختلفة.
 - لم تتطرق هذه البحوث من النظريات المعروفة خاصة نظريات التأثير، عدا البعض منها الذي اعتمد على مدخل الاستخدامات والإشباع.
 - تنوعت المناهج المعتمدة في هذه البحوث بين المنهج المسحي، والوصفي، والمقارن، والتاريخي، ودراسة الحالة وكذا الجمع بين أكثر من منهج لتحقيق أهداف هذه البحوث والإجابة على تساؤلاتها.
 - اتجهت اهتمامات الباحثين في مناهج الإعلام الإلكتروني إلى الجمع بين أكثر من منهج، لدراسة الظاهرة الإعلامية.
 - نوّعت بحوث الإعلام الإلكتروني من الأدوات الخاصة بجمع البيانات، فاعتمدت على تحليل المضمون الاستيعابي، والملاحظة والمقابلة، ولكن أكثر من نصف هذه البحوث جمعت بين أكثر من أداة في تحليلها.

الهوامش:

- (1) منال هلال المزاهرة (2014)، مناهج البحث الإعلامي، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ص57.
- (2) محمد بن عبد العزيز الحيزان (2004)، البحوث الإعلامية أسسها- أساليبها- مجالاتها، الرياض، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، ط2، ص187.
- (3) عامر قنديلجي (2008)، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية أسسه، أساليبه، مفاهيمه، أدواته، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ص241.
- (4) عبد الملك الدناني(2009)، مجالات البحوث الإعلامية الجامعية، المكتب الجامعي الحديث، ص20.
- (5) سمير محمد حسين (2006)، الإعلام دراسات في مناهج البحث العلمي، القاهرة، عالم الكتب، ط3، ص131.
- (6) سمير محمد حسين (1995)، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، ص147.
- (7) عبد الملك الدناني (2009)، مرجع سبق ذكره، ص21.
- (8) المرجع نفسه، ص22.
- (9) المرجع نفسه، ص23.
- (10) منال هلال المزاهرة (2014)، مناهج البحث الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص57.
- (11) إبراهيم عبد الله المسلمي (دت)، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، القاهرة، دار الفكر العربي، ص32.
- (12) منال هلال المزاهرة (2010)، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، عمان، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، ص39.
- (13) إبراهيم عبد الله المسلمي، مرجع سبق ذكره، ص33.
- (14) منال هلال المزاهرة (2012)، نظريات الاتصال، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ص169.
- (15) ملفين.ل ديفلير ، سندرا بول روكيتش (1993)، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ص235.
- (16) محمد عبد الحميد(2000)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، ص52.
- (17) سمير محمد حسين (1995)، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، مرجع سبق ذكره، ص ص153-154.
- (18) المرجع نفسه، ص183.